

# BBVA Continental

Informe Anual 2011

Responsabilidad Corporativa





# Índice

- 6** Perfil
- 8** Carta del Presidente
- 10** Principios y política de responsabilidad corporativa
- 18** Grupos de interés
- 24** Inclusión financiera
- 28** Banca responsable
- 54** Compromiso con la sociedad
- 62** Progresos 2011 y objetivos 2012
- 70** Información complementaria







# IARC 2011

El presente documento es el séptimo informe de Responsabilidad Corporativa de BBVA Continental y contiene información relativa al desempeño del banco y en algunos puntos del Grupo, en esta materia durante el 2011.

Tal como se desarrollaron los informes de años anteriores (2007, 2008, 2009 y 2010), en este se ha seguido una estructura que prioriza aquellos asuntos que son considerados relevantes para nuestros grupos de interés e influyen directamente en ellos.

En BBVA Continental tenemos un gran compromiso con nuestros grupos de interés y, en general, con la sociedad peruana, de la que somos parte intrínseca, y pensamos que este planteamiento permite centrar prioridades y afrontar con mayor claridad cuáles son nuestros principales compromisos y nuestras acciones para con ellos.

Autodeclaramos nuestro reporte con el nivel de aplicación A+,

el cual ha sido revisado por Deloitte de acuerdo al alcance expresado en el Informe de Revisión Independiente.

La información completa se puede encontrar en [www.bbvacontinental.pe](http://www.bbvacontinental.pe).

**BBVA Continental** BBVA Continental es una sólida entidad financiera de gran prestigio en los ámbitos nacional e internacional, subsidiaria de Holding Continental S.A., empresa peruana formada por capital peruano del grupo Brescia (50%) y capital español del grupo BBVA (50%). El banco desarrolla sus actividades a través de una red nacional conformada por 266 oficinas distribuidas en el país y centralizada en su sede principal, ubicada en Av. República de Panamá 3055, distrito de San Isidro, ciudad de Lima, capital del Perú. El banco es una sociedad anónima constituida en 1951, autorizada a operar por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), con RUC número: 20100130204.

## Datos relevantes de BBVA Continental

En millones de nuevos soles y porcentaje

	2011	2010	Var.	Var. %
<b>Balance</b>				
Activo total	42,254	37,785	4,470	11.8%
Colocaciones netas	28,696	23,845	4,850	20.3%
Obligaciones con el público	30,035	25,485	4,550	17.9%
Patrimonio neto	3,705	3,384	321	9.5%
<b>Estado de ganancias y pérdidas</b>				
Margen financiero bruto	2,293	2,083	210	10.1%
Margen financiero neto	2,016	1,806	211	11.7%
Ingresos por servicios financieros netos	598	527	71	13.5%
Gastos de administración	1,001	810	191	23.6%
Utilidad antes de impuestos	1,495	1,405	90	6.4%
Utilidad neta	1,129	1,007	122	12.1%
<b>Calidad de cartera</b>				
Ratio de mora <sup>1</sup>	0.92%	1.04%	-13	puntos básicos
Ratio de cobertura de cartera atrasada <sup>2</sup>	446.87%	396.54%	5,033	puntos básicos
Ratio de cobertura de cartera pesada <sup>3</sup>	193.37%	182.04%	1,133	puntos básicos
<b>Liquidez</b>				
Fondos disponibles / Depósitos y obligaciones	27.92%	38.64%	-1,072	puntos básicos
Colocaciones netas / Depósitos y obligaciones	94.47%	92.22%	226	puntos básicos
<b>Productividad</b>				
Total activo / Número de personal (en millones S/.)	8.90	8.09		10.1%
<b>Ratios de capital</b>				
Ratio de capital global <sup>4</sup>	12.46%	14.65%	-219	puntos básicos
<b>Índices de rentabilidad y eficiencia</b>				
ROE <sup>5</sup>	34.31%	33.70%	61	puntos básicos
ROA <sup>6</sup>	2.76%	2.95%	-19	puntos básicos
Ratio de eficiencia <sup>7</sup>	36.94%	33.28%	366	puntos básicos
<b>Cuota de mercado</b>				
Colocaciones vigentes	23.86%	23.19%	67	puntos básicos
Depósitos totales	23.26%	21.42%	184	puntos básicos
<b>Otros datos</b>				
Plantilla estructural	4,699	4,641	74	1.6%
<b>Total Red Comercial</b>				
Oficinas Banca Comercial	274	246	28	11.4%
Oficinas Banca Empresas y Corporativa	18	17	1	5.9%
Oficina Corporate & Investment Banking	1	1	—	—
Oficina Banca Institucional	1	1	—	—
Oficina Banca Patrimonial	2	1	—	—
Cajeros Automáticos	1,012	796	216	27.1%

<sup>1</sup> Cartera atrasada / colocaciones brutas

<sup>2</sup> Provisiones / cartera atrasada

<sup>3</sup> Provisiones / cartera pesada

<sup>4</sup> Patrimonio efectivo / activos ponderados por riesgo

<sup>5</sup> Utilidad neta anualizada / patrimonio promedio

<sup>6</sup> Utilidad neta anualizada / activo promedio

<sup>7</sup> Gastos de operación / margen financiero total

A partir del 01/01/2011 la participación de trabajadores se incluye dentro de los gastos administrativos (rubro

gastos de personal) según última normativa de la SBS

Incluye sucursales en el exterior

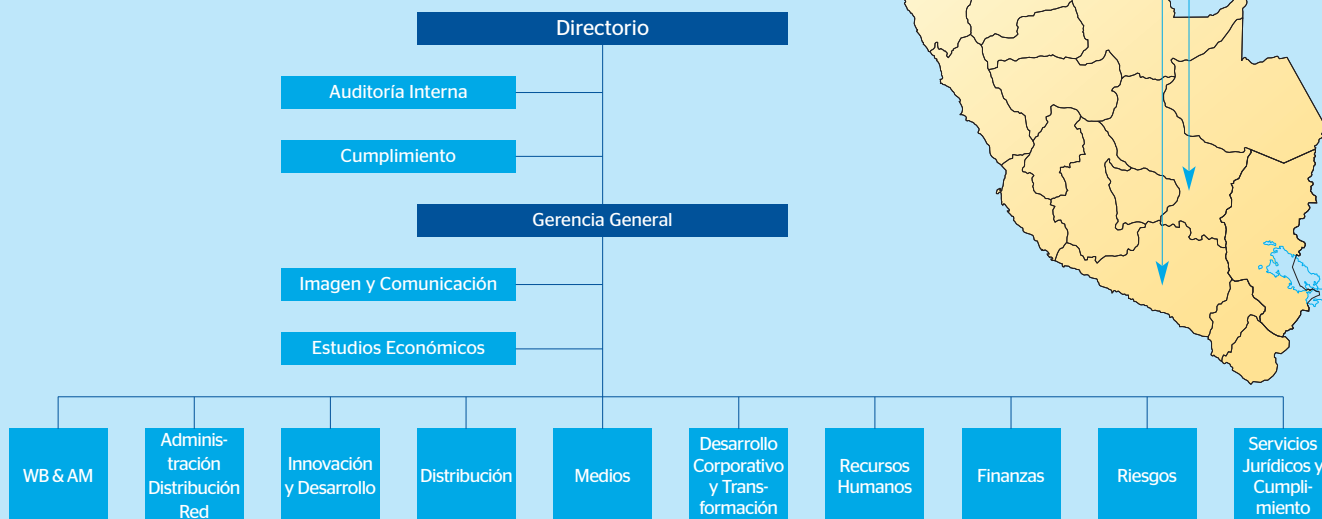
Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

## Presencia de la Fundación BBVA Continental en provincias

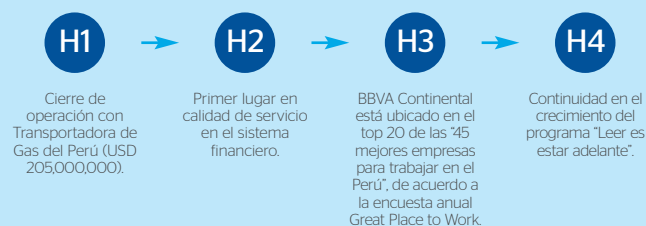
Museo de Arte Precolombino	Cusco
Casa Tristán del Pozo - Sala de Exposiciones	Arequipa
Sala de Exposiciones Temporales	Cajamarca
Casa de la Emancipación - Centro Cultural	La Libertad



## Organigrama y estructura del negocio



## Principales hitos del banco en el 2011



## Volúmenes de negocio

En millones de nuevos soles

	2011	2010	Var.
Colocaciones netas	28,696	23,845	20.3%
Depósitos y otras obligaciones	30,035	25,485	17.9%

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

## Beneficios atribuidos por área de negocio

En millones de nuevos soles

Beneficios después de impuestos (BDI)	2011	2010	2009
Banca Minorista	537	400	328
Corporate & Investment Banking	107	96	110
Banca Empresas y Corporativa	385	328	297
Mercados Globales y Resto	100	183	192
<b>Total Banco</b>	<b>1,129</b>	<b>1,007</b>	<b>928</b>
Beneficio atribuible a:			
•Holding Continental	92.24%	92.24%	92.08%
•Grupo BBVA	50% de 92.24%	50% de 92.24%	50% de 92.08%

## Total de oficinas - Lima

	Comerciales	Especiales
Oficina San Isidro	1	0
G.T. Lima Norte	20	2
G.T. Lima Este	23	2
G.T. Lima Centro	23	5
G.T. Lima Residencial	26	3
G.T. Lince	18	0
G.T. Miraflores	22	1
G.T. Lima Sur	20	0
G.T. Callao San Miguel	21	5
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>18</b>

## Total de oficinas - Provincias

	Comerciales	Especiales
G.T. Norte	29	1
G.T. Centro Oriente	21	2
G.T. Sur	27	2
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>5</b>

## Total de oficinas

	Total
Oficinas comerciales	251
Oficinas especiales	23
Banca Empresas	17
Banca Patrimonial	2
Banca Institucional	1
Banca Corporativa	1
<b>Total</b>	<b>295</b>



# Carta del Presidente

---

[...] nuestro principal objetivo frente al 2021, Año del Bicentenario de nuestra Independencia, es lograr la inclusividad y el fortalecimiento de las relaciones de colaboración mutua entre el Estado, la sociedad civil y la empresa privada, para construir juntos un mejor Perú.

Este año ha tenido un gran significado para BBVA Continental: cumplimos 60 años. Seis décadas dedicadas a un trabajo constante y en las cuales no solo hemos crecido como empresa, sino que también se ha fortalecido nuestro compromiso de aportar al desarrollo y progreso del país en sectores y con actividades que van más allá de la naturaleza de nuestro negocio.

En ese marco, nuestro principal objetivo frente al 2021, Año del Bicentenario de nuestra Independencia, es lograr la inclusividad y el fortalecimiento de las relaciones de colaboración mutua entre el Estado, la sociedad civil y la empresa privada, para construir juntos un mejor Perú.

Por ello buscamos que todas nuestras acciones redunden en el beneficio de todos y cada uno de los miembros que conforman nuestros grupos de interés.

Y es a través del conocimiento de las necesidades y exigencias de estos colectivos que podemos brindarles mejores productos y servicios, logrando establecer cada día la confianza que ellos necesitan. Este séptimo informe da cuenta en cada uno de sus capítulos de nuestra actuación en el campo de la responsabilidad corporativa y la atención a sus grupos de interés.

Dando continuidad a la reafirmación de nuestro cumplimiento de los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, desarrollamos este informe partiendo de los indicadores de Global Reporting Initiative (GRI), en tanto que para mantener la rigurosidad de la información contamos con el dictamen de verificación que por quinto año consecutivo nos emite la firma auditora independiente.



Durante el 2011 el banco ha trabajado intensamente pensando en sus clientes, en la revisión de sus contratos, buscando mayor claridad y simplificación en el lenguaje, ha intensificado su política de expansión con los Agentes Express, estrategia que nos permite llegar a zonas alejadas del país y a un sector importante de la población, y nuestra participación en el mercado inmobiliario sigue marcando la pauta en el sistema financiero. Sin embargo, lo más importante ha sido nuestro crecimiento en la calidad del servicio, meta trazada que refleja el compromiso de todos los colaboradores del banco.

Otro de nuestros pilares es la continuidad en nuestro programa de acción social “Leer es estar adelante”, que en este último año ha sumado más socios involucrados en la atención de la problemática del bajo índice de comprensión lectora, logrando atender a 69,368 escolares hasta la fecha. Este es un proyecto de largo plazo en el que nos hemos embarcado con el objetivo de lograr que un porcentaje de la población tenga mejores oportunidades sociales y laborales, en el convencimiento de que podemos construir un país justo, moderno y solidario.

Un año de satisfacciones, pero principalmente de retos, los mismos que asumimos con la confianza de saber que trabajamos con un gran equipo de personas y con una visión integral de vernos como una gran sociedad.

**Pedro Brescia Cafferata**







- 12 Misión y visión
- 13 Rentabilidad ajustada a principios
- 13 La responsabilidad corporativa en BBVA Continental
- 14 Sistema y función de cumplimiento
- 14 Sistema de gobierno corporativo
- 15 Gestión del riesgo
- 15 Estándares de conducta y otros compromisos

# Principios y política de responsabilidad corporativa

# Principios y política de responsabilidad corporativa

## Misión y visión

En tanto empresa del rubro financiero integrante del Grupo BBVA, asumimos como compromiso principal: **“Aportar las mejores soluciones a nuestros clientes, un crecimiento rentable a nuestros accionistas y progreso en las sociedades en las que estamos presente”**, líneas que resumen la misión que da vida y empuje a la organización y justifica su razón de ser.

Igualmente, la visión del banco, alineada con la visión general del Grupo BBVA, constituye nuestro segundo pilar y se define en una sola idea: **“Trabajamos por un futuro mejor para las personas”**. Este concepto transmite nuestra perspectiva de empresa y engloba nuestro principal objetivo en el lado humano: las personas.

Para el banco es claro que su desarrollo camina de la mano con el progreso de la sociedad en donde actúa y se desenvuelve, lo que se refleja en el énfasis de su preocupación por el bienestar de sus clientes y por el desarrollo del país.

## Rentabilidad ajustada a principios

BBVA Continental sustenta su accionar responsable en sus principios corporativos de integridad, prudencia y transparencia. La Alta Dirección y la Gerencia son conscientes de que estos principios son inherentes a la razón de ser de la empresa, por lo que las estrategias que aplican y difunden están basadas en ellos.

Para BBVA Continental el capital humano es el centro del negocio. Convencidos plenamente de ello, trabajamos hombro a hombro en la proyección del desarrollo sostenible de todos nuestros grupos de interés –clientes, accionistas, empleados, proveedores y la sociedad en general– de forma tal que los beneficios se reflejen no sólo en lo económico sino en el desarrollo social y la protección del medio ambiente.

Así, se hace evidente que el modelo de negocio del Grupo BBVA se basa en rentabilidad adaptada al riesgo y enmarcada en principios.

## Los 7 principios corporativos de BBVA

1

### Cliente

El cliente como centro de nuestro negocio.

2

### Creación de valor

La creación de valor para nuestros accionistas como resultado de nuestra actividad.

3

### Equipo

El equipo como artífice de la generación de valor.

4

### Estilo de gestión

Un estilo de gestión como generador de entusiasmo.

5

### Ética e integridad

Un comportamiento ético e integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar nuestra actividad.

6

### Innovación

La innovación como palanca de progreso.

7

### Responsabilidad social

La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo.

## La responsabilidad corporativa en BBVA Continental

### Objetivos

La política adoptada por BBVA Continental en materia de responsabilidad corporativa sigue la tendencia general de todas las entidades financieras que conforman el Grupo BBVA: definir decisiones y acciones para impulsar aquellas que involucren a todos los grupos de interés en la generación de valor social y que involucren en forma directa al Grupo en la generación de valor económico y de reputación.

Por medio de su política de responsabilidad corporativa, el Grupo se centra en cumplir los siguientes compromisos:

- Desarrollar constante, eficaz e impecablemente su actividad principal, mitigando los impactos negativos propios del negocio bancario.

- Desarrollar "oportunidades sociales de negocio" que generen valor social y económico para BBVA Continental.
- Invertir en las sociedades donde el Grupo realiza sus actividades, mediante el apoyo a iniciativas sociales, en especial aquellas relacionadas con la educación y la cultura.

## Foco estratégico de responsabilidad corporativa

El involucramiento de todas las áreas que conforman el banco es prioritario para el desarrollo y planeamiento de la responsabilidad corporativa. Es por ello que el Director Gerente General del banco encabeza y participa activamente en el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas del Perú, conformado por los miembros del Comité de la Alta Dirección.

Las directrices que este comité asume se basan en el plan estratégico desarrollado por el Comité de RSC del Grupo BBVA en España, el que ha contemplado dos focos prioritarios de actuación:

### La inclusión financiera

El banco lleva a cabo una serie de acciones que buscan la participación del mayor número posible de personas a través de la implementación de servicios en lugares donde no tiene aún presencia física; o, en su defecto, en programas de corte social impulsados por el Gobierno, principalmente en el terreno de las oportunidades de vivienda. BBVA Continental ha identificado este nicho y centra sus esfuerzos en captar la atención de un segmento de la población que aún no cuenta con acceso al sistema financiero. En un país que goza actualmente de una gran estabilidad económica y muestra índices de alto crecimiento, la inclusión financiera se convierte en un reto y una gran oportunidad, puesto que atender a este segmento del mercado nos asegura una sociedad con mayores oportunidades de acceder a servicios básicos -como educación y atención médica- y mejorar sus condiciones de vivienda, lo cual se traducirá en desarrollo y bienestar para todo el Perú.

### La educación y la cultura financiera

Para BBVA la educación es pilar fundamental en cualquier estrategia para la construcción de sociedades más igualitarias y dignas, por lo que su difusión es garantía de progreso y prosperidad. En el Perú, la primera muestra de ello se dio en el 2007 con el lanzamiento del programa "Leer es estar adelante", cuyo objetivo es incrementar los niveles de comprensión lectora de los estudiantes del 3° al 6° grado de educación primaria y que viene logrando importantes resultados; asimismo, desde el 2004 se viene desarrollando el programa "Aprendo BBVA", dirigido a estudiantes de educación primaria, que brinda los conocimientos necesarios acerca del sistema financiero. Ambos conceptos se enlazan para lograr un fin común: inclusión financiera con conocimiento y uso prudente de los servicios financieros.

## Sistema de gestión de la responsabilidad corporativa

Desde el 2008, BBVA Continental cuenta con un Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas, el cual se reúne periódicamente para hacer seguimiento y evaluar los temas más relevantes que se proponen en esta materia. Las reuniones son dirigidas por el Director Gerente General del banco y cuentan con la asistencia de los miembros del Comité de Dirección y del Gerente de Imagen y Comunicación, responsable de la ejecución de las acciones en cuanto RRC.

Durante el 2011 se realizaron dos reuniones del comité. La primera de ellas fue el 23 de mayo donde se presentó el Plan Anual de Comunicación Interna, estrategia basada en la mejora de las comunicaciones con el personal y la presentación de productos y servicios para este colectivo.

La segunda reunión se llevó a cabo el 5 de diciembre donde se presentaron los avances del programa "Leer es estar adelante".

## Sistema y función de cumplimiento

El Código de Conducta del Grupo BBVA se aplica al ámbito nacional, lo que conlleva que todas las actividades y negocios que se realicen estén acordes a los cánones éticos y de estricto cumplimiento de la ley. Este documento es una norma básica de compromiso de todos sus directivos, sus empleados y toda persona que realiza acciones a nombre del banco.

El Código de Conducta enuncia los principios y valores sobre los cuales se rige el Grupo BBVA y marca las pautas generales de actuación del banco en todas sus relaciones comerciales. Asimismo, muestra mecanismos para identificar y desvelar las situaciones riesgosas calificables de éticamente dudosas e indica los canales de comunicación y control para tales casos.

El Código resalta aspectos que conllevan a:

- El respeto a la dignidad y los derechos de la persona.
- El respeto a la igualdad de las personas y a su diversidad.
- El estricto cumplimiento de la legalidad.
- La objetividad profesional.

Tomando como base que el banco tiene un compromiso con la sociedad donde opera, uno de los principios básicos del Reglamento del Directorio de BBVA Continental es comprometer sus acciones en concordancia con los valores, principios, criterios y actitudes de los grupos de interés (stakeholders) para crear una estrecha y perdurable relación de valor.



El riesgo de cumplimiento está constituido por cuatro aspectos:

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

La función de cumplimiento que se configura en el estatuto de las unidades de Cumplimiento (Normativo y PLA/FT), conjuntamente con los de las de Riesgos, Intervención General y Asesoría Jurídica, forma parte del Marco Integral de Riesgos del Grupo BBVA e involucra tanto al Directorio y la Gerencia como a todo el personal. En dicha función de cumplimiento se identifican los riesgos potenciales que ameritan ser gestionados y revisados para el transparente cumplimiento de la ley, así como plantea estrategias para proveer una seguridad razonable en el logro de los objetivos del banco. Esto permite afianzar la confianza de toda la sociedad en nuestra organización e incide positivamente en la imagen del banco.

La responsabilidad del Directorio de BBVA Continental recae en:

- Considerar la integridad corporativa como un elemento clave a promover en todas las empresas relacionadas con el banco.
- Adoptar las políticas adecuadas que mitiguen el riesgo de cumplimiento.

## Sistema de gobierno corporativo

Uno de los principales pilares que sustenta el desarrollo del Grupo, y por consiguiente el del banco, es el Sistema de Gobierno Corporativo, un elemento fundamental en el modelo de responsabilidad social corporativa de BBVA Continental.

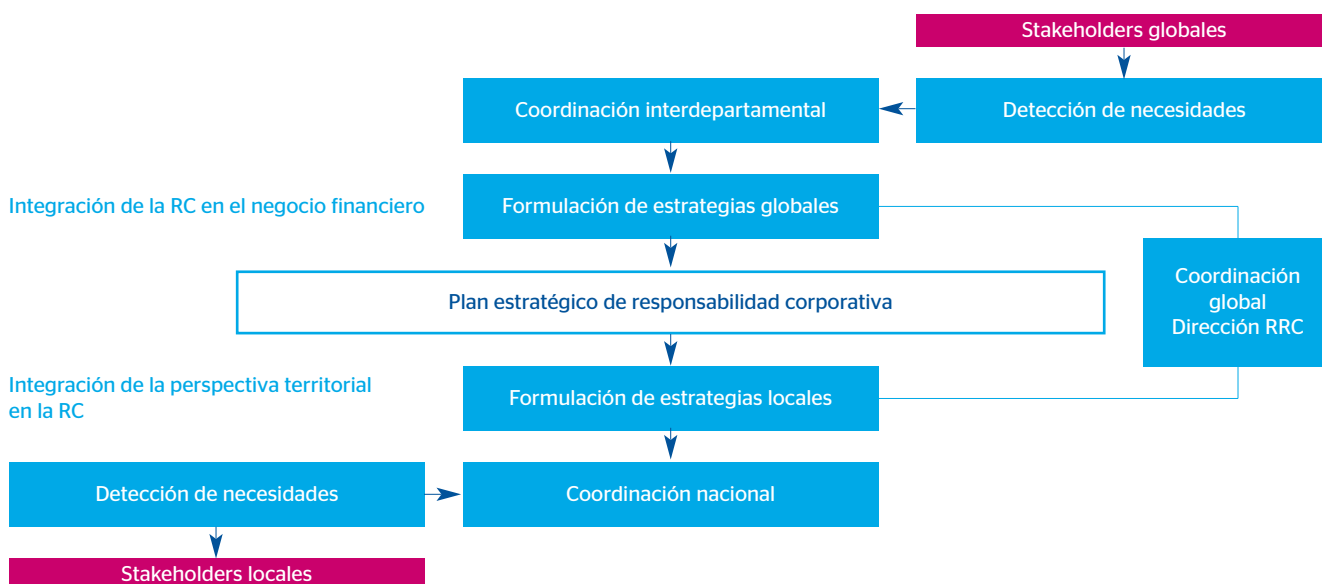
Es por medio de este sistema que se dirige toda la estructura y funcionalidad de los órganos sociales de la organización y de los accionistas, procurando en todo momento que esté en línea con los objetivos de los distintos grupos de interés.

En la Memoria Anual 2011 de BBVA Continental puede hallarse una explicación más detallada de este sistema. En el acápite "Información sobre el cumplimiento de los principios de buen gobierno para las sociedades peruanas" se incluye un informe de gobierno corporativo según las exigencias legales, algunos de cuyos aspectos prioritarios son:

- Procedimientos que se siguen para la convocatoria a la Junta General de Accionistas y definición de la agenda.
- Tratamiento equitativo de los accionistas.
- Comunicación y transparencia informativa a todo nivel.
- Responsabilidad de los directores.

Los aspectos mencionados otorgan a los accionistas la posibilidad de aportar sus sugerencias o puntos a tratar en las juntas celebradas por el órgano máximo. Dicho procedimiento se encuentra in extenso en la página web institucional [www.bbvabancocontinental.com](http://www.bbvabancocontinental.com).

### Construcción de la estrategia de sostenibilidad en el Grupo BBVA



Desde el 2008, BBVA Continental participa activamente en la convocatoria para un Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC) realizada por la Bolsa de Valores de Lima. El IBGC es un indicador estadístico que pretende reflejar el comportamiento de los precios de una cartera compuesta por las acciones más representativas de empresas emisoras que cumplan los principios de buen gobierno y

que, adicionalmente, posean un nivel mínimo de liquidez establecido por la BVL. De las nueve empresas que lo conforman, BBVA Continental es el único banco del sistema financiero peruano, lo que demuestra el alto grado de cumplimiento de nuestros principios.

## Gestión del riesgo

### Principio de precaución

La gestión del riesgo es un elemento primordial propio de las operaciones del negocio bancario. Para BBVA Continental es, además, una herramienta clave que le otorga una ventaja frente a la competencia y genera un valor agregado, ya que nuestra gestión de riesgo se caracteriza por adaptarse a todo nivel: tanto a las necesidades de los clientes y a las expectativas de los accionistas, como a los grupos de interés y a los entes reguladores del Gobierno.

El banco ha establecido tres grandes objetivos, complementarios entre sí, para la gestión de riesgos:

- 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 tomadas a cualquier nivel estén orientadas a la creación de valor para el accionista, a partir del concepto de “rentabilidad ajustada al riesgo”.

Basado en la metodología corporativa Rep-Tool, durante el 2011 se actualizó el mapa de riesgo para la reputación identificado para BBVA Continental, se determinó las fortalezas y debilidades del banco frente a los riesgos, estableciéndose cuáles deberían contar con una postura especial por parte de la entidad.

Esta información permite una gestión proactiva a través del desarrollo e implementación de acciones concretas que permitan el resguardo de la reputación corporativa.

## Estándares de conducta y otros compromisos

### Código de Conducta

En el 2003 el Consejo de Administración del Grupo BBVA aprobó un Código de Conducta que rige para todas sus entidades y colaboradores, incluido BBVA Continental.

Por medio de este documento el banco expresa públicamente su compromiso con la sociedad, con la aplicación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Mundial de Naciones Unidas y otros convenios con organismos internacionales.

Lo anterior se encuentra específicamente señalado en el punto 3.1.1 del Código de Conducta mencionado, que a la letra dice:

Respeto a la dignidad de la persona y a los derechos que son inherentes. BBVA está comprometido con la aplicación del contenido de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (al que BBVA se encuentra adherido formalmente) y con el de otros convenios y tratados de organismos internacionales tales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico y la OIT.

### Políticas o normas específicas de áreas funcionales

Para llevar a cabo la gestión en todas sus áreas funcionales, el banco cuenta con una serie de instrumentos específicos, entre los que podemos mencionar:

- Reglamento del Directorio.
- Código de conducta en los mercados de valores.
- Código ético para la selección de personal.
- Normas del Área de Compras, Inmuebles y Servicios Generales.
- Principios aplicables a quienes intervienen en los procesos de aprovisionamiento.
- Principios básicos de gestión del riesgo y manual de políticas de gestión del riesgo.
- Estatuto de auditoría.
- Estatuto de las unidades de Cumplimiento (Normativo y PLA/FT)
- Norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías.
- Reglamento del Comité de Nombramientos y Remuneraciones.

### Políticas complementarias

Por otra parte, el Grupo ha desarrollado políticas específicas relacionadas con la RSC, como la política de Derechos Humanos en la atención de los grupos de interés (2007), la política de medio ambiente (2003) o la política de financiación del sector de armamento (2005). Todas ellas aplican también para BBVA Continental.

### Conducta en los negocios

Durante el 2009 se actualizaron las pautas de conducta de los mercados de valores por medio de la revisión de los diversos códigos de conducta de los mercados de valores en los que el Grupo desarrolla sus actividades, cambiando su denominación a Reglamento Interno de Conducta en los Mercados.

Estas actualizaciones se han efectuado para dar cabida a los principios y criterios generales de actuación contenidos en la Política de Conducta, aprobada en el 2008, y adaptarlos, cuando lo amerite, a los requerimientos legales específicos de cada institución.

Cada uno de los reglamentos incorpora una serie de principios y normas de actuación aceptados a nivel internacional, que los colaboradores cuyas actividades se relacionan con los mercados de valores deben respetar, en cuanto a los siguientes aspectos:

- Tratamiento de la información privilegiada.

- Prevención de la manipulación de cotizaciones.
- Gestión de potenciales conflictos de intereses que pudieran surgir.
- El manejo operativo que realicen en los mercados por cuenta propia.

## Cumplimientos legales

Durante el ejercicio 2011 no se ha registrado ninguna multa relevante o monto sustancial que afecte negativamente al monto total facturado por el banco en el periodo de revisión. Se corroboró la relación de multas penalizadas en el 2011, donde se registraron 39 sanciones que acumulaban un total de 148.57 UIT.

Del mismo modo, no se han registrado demandas presentadas por algún colaborador o representante relacionadas con las condiciones laborales, ni se han presentado incidentes de tipo discriminatorio, de forma tal que se dan por cumplidas las normas de la legislación laboral vigente y lo establecido en los convenios colectivos.

Asimismo, a nivel de medios de prensa escrita no se han presentado ni reportado temas polémicos o de relevancia que afecten a BBVA Continental en términos de sostenibilidad.

## Acuerdos internacionales suscritos

Iniciativas más importantes que BBVA Continental continúa apoyando:

- Pacto Mundial de 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.equator-principles.com](http://www.equator-principles.com)). (Suscrito por el Grupo y cuyo alcance mundial implica las decisiones de BBVA Continental).

Adicionalmente, el banco reconoce abiertamente el respeto a la Declaración de Derechos Humanos de 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)).

## Creación de valor para los grupos de interés

BBVA Continental, como parte del Grupo BBVA, concibe su futuro junto con todos aquellos grupos de interés que rodean su actividad y entiende que el desarrollo de su negocio está vinculado al de estos. De tal forma, mantiene un compromiso no sólo con sus accionistas sino también con sus empleados, proveedores, con la sociedad en general y en especial con sus clientes, entendidos como el centro de su negocio. Esta es una determinación que define la identidad y posicionamiento del Grupo BBVA y por lo tanto de BBVA Continental, haciendo de ella una referencia de comportamiento empresarial responsable.

**“La creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resultado de la actividad”** es uno de los principios por los que se rige el banco. Este enfoque de relación con los grupos de interés se basa en determinar qué asuntos son y serán relevantes a medio y largo plazo para una entidad financiera, desde la perspectiva de la sostenibilidad y como vínculo entre las expectativas de los grupos de interés y el desempeño de la organización.

A continuación se detalla el valor directo tangible, definido como el valor económico que aporta BBVA Continental a cada uno de sus grupos de interés.

## Valor económico añadido (EVA). Detalle por grupos de interés

En millones de nuevos soles

Indicador de valor		Dic. 2011	Dic. 2010	Dic. 2009
<b>Accionistas</b>	Dividendos	n.d.	806	464
	Cotización	5,51	7,70	7,22
<b>Empleados</b>	Gastos de personal y directorio <sup>1</sup>	423	382	373
	Participación de trabajadores en la renta <sup>2</sup>	77	63	72
<b>Clientes</b>	Colocaciones netas	28,696	23,845	19,653
	Obligaciones con el público	30,035	25,485	20,728
<b>Proveedores</b>	Gastos por servicios y otros	501	428	363
<b>Sociedad</b>	Impuesto a la renta	366	348	366

<sup>1</sup> No incluye participación de trabajadores.

Según última normativa de la SBS vigente a partir del 01.01.2011, la participación de trabajadores se incluye dentro de los gastos administrativos (rubro gastos de personal).

<sup>2</sup> No incluye impuesto diferido.

Calculado siguiendo el modelo SPI de GRI. [www.splfinance.com](http://www.splfinance.com).

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.



## Valor económico generado y distribuido

En millones de nuevos soles

Valor económico generado (VEG)	Dic. 2011	dic. 2010
1 Margen financiero bruto	2,293	2,083
2 Comisiones netas	598	527
3 Otros ingresos y gastos	34	30
<b>Total (1+2+3)</b>	<b>2,924</b>	<b>2,639</b>

Valor económico distribuido (VED)	Dic. 2011	Dic. 2010
1 Participación de trabajadores <sup>1</sup>	77	63
2 Impuesto a la renta	366	348
3 Gastos de personal y directorio <sup>2</sup>	423	382
4 Gastos por servicios y otros	501	428
<b>Total (1+2+3+4)</b>	<b>1,367</b>	<b>1,221</b>

Valor económico retenido (VER=VEG-VED)	Dic. 2011	Dic. 2010
1 Utilidad neta	1,129	1,007
2 Provisiones y amortizaciones	428	425
<b>Total (1+2)</b>	<b>1,557</b>	<b>1,432</b>

<sup>1</sup> No incluye impuesto diferido.

<sup>2</sup> No incluye participación de trabajadores.

Según última normativa de la SBS vigente a partir del 01.01.2011, la participación de trabajadores se incluye dentro de los gastos administrativos (rubro gastos de personal).

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.



- 20 Análisis
- 21 Diálogo y compromiso
- 22 Asuntos controvertidos

# Grupos de interés

# Grupos de interés

## Análisis

Todos los actores que conforman nuestros grupos de interés son de gran relevancia para BBVA Continental y conforman la base de nuestra visión como empresa.

Para lograr una mejor satisfacción de nuestros clientes y accionistas, promover un buen clima laboral con los colaboradores, generar confianza con las entidades reguladoras, fortalecer la relación con nuestros proveedores y concretar nuestro compromiso con la sociedad, aplicamos estudios de mercado, herramientas cuyo objetivo es conocer las expectativas e intereses que estos colectivos tienen respecto del banco.

A partir de estos conocimientos podemos enfocar nuestra atención en los segmentos cuyas demandas son más urgentes y redirigir o reafirmar el camino que desarrollamos en materia de responsabilidad corporativa.

## Herramientas de análisis

La gestión del negocio se basa en integrar las expectativas de los temas que resultan ser relevantes según la información obtenida en los estudios realizados a nuestros grupos de interés. Las herramientas utilizadas pueden ser:

- Herramientas de escucha específicas.
- Técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa.

La información que se logra obtener, debidamente analizada, permite desarrollar no solo planes de actuación sino también de comunicación, que aplicados de forma conjunta aseguran una ejecución exitosa.

En el cumplimiento de su papel vinculante, el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) se responsabiliza por integrar tanto la información procedente de las áreas de negocio y de apoyo al negocio como aquella concerniente a las

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



actividades inherentes al ámbito de la responsabilidad, la reputación, la percepción y el fortalecimiento de la marca corporativa.

De igual forma, el Comité de RRC se encarga de integrar las expectativas de los grupos de interés a través de un proceso de escucha, investigación e identificación. El resultado es una gestión transversal de la responsabilidad y reputación que identifica a la empresa.

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

- El sistema de monitorización de reputación corporativa, denominado Reptrak (Reputation Tracking), que mide periódicamente los distintos temas para los grupos de interés, así como sus juicios y percepciones sobre nuestra actividad.
- El reporte Globalscan, un estudio realizado a consumidores nacionales sobre la importancia de la responsabilidad social en las empresas.
- El monitoreo de transparencia BOTTOM 30.
- La encuesta de satisfacción del personal realizada por Great Place to Work.

La información que se extrae de cada uno de estos estudios y herramientas brinda un diagnóstico objetivo y permite un seguimiento periódico de las demandas y expectativas más importantes de los grupos de interés, lo cual permite al banco integrar indicadores y cuadros de mando para generar objetivos de mejora y una serie de indicadores de progreso para la empresa.

Una herramienta básica y necesaria que permite poner en valor el comportamiento ético y responsable de la empresa es la comunicación. En BBVA Continental estamos convencidos de que canales de comunicación y mensajes adecuados y oportunos ayudan en la construcción de la confianza y, por ende, de la buena reputación. El banco trabaja constantemente en el logro de este objetivo brindando información transparente que consolide su credibilidad.

Partiendo de esa premisa, este documento se convierte en una pieza principal del engranaje de la comunicación, ya que se sustenta en la aplicación de estándares, recurre a la revisión de un tercero para su verificación y mantiene una calificación que respalda la veracidad y relevancia de este proceso comunicativo que, en suma, busca la mejora de la percepción por parte de sus grupos de interés.

## Asuntos relevantes

El análisis de las herramientas con que el banco realiza las distintas mediciones en cada uno de los campos de actuación nos permite establecer los temas más relevantes y prioritarios, que para el 2011 tuvieron el siguiente orden:

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

Esta jerarquía de temas nos facilita plantear y ejecutar acciones de largo plazo y con impacto directo para cada colectivo. Igualmente, ha permitido mejorar considerablemente nuestros índices de calidad de atención e incrementar nuestro nivel de recomendación, así como mejorar los procesos de gestión y evaluación del riesgo, procurando reducir nuestros tiempos de respuesta. Asimismo, se viene trabajando en el proyecto de la simplificación de contratos.

Otro tema destacable es el desarrollo de un plan de comunicación interna que busca, a través de acciones participativas del colaborador, un mejor acercamiento que fomente la retroalimentación con el personal. En el campo de la acción social se mantiene el crecimiento del programa "Leer es estar adelante", tanto en el número de niños y escuelas que son atendidos como en el de socios que participan.

## Diálogo y compromiso

Generar el diálogo entre los grupos de interés es una de las tareas que viene afirmando BBVA Continental. Para ello pone especial énfasis en el desarrollo de los canales de comunicación. En ese orden de cosas, en el 2011 se observó el papel preponderante que vienen tomando las redes sociales, medios a través de los cuales se puede canalizar de forma inmediata la opinión, consulta o reclamo que un cliente plantee a la empresa, lo cual nos lleva a desarrollar estrategias o mecanismos de respuesta en la misma línea de tiempo.

Con la misma inmediatez con la que podemos trabajar estas nuevas líneas de acción, somos conscientes de que nuestra labor debe ir siempre de la mano con los organismos reguladores y gubernamentales con los que tenemos estrecha relación por la naturaleza misma del negocio.



La aplicación de los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas al interior de las distintas unidades y áreas del banco se hace cada vez más evidente, por lo que la responsabilidad de su ejecución es asumida por cada uno de sus directivos.

Para el 2011, el banco continuó desarrollando líneas de negocio y actividades de relevancia en sus relaciones con organismos multilaterales, entre los que se cuenta el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Corporación Andina de Inversiones (CAI), la Corporación Andina de Fomento (CAF), el Programa Ambiental de Naciones Unidas para Instituciones Financieras (UNEP FI) y el Banco Mundial a través del IFC.

## Asuntos controvertidos

Como integrante del Grupo BBVA, el banco cuenta desde octubre del 2005 con una exigente normativa interna a cuyo cumplimiento estamos vinculados. Este documento está referido a los "Principios, criterios y normas de actuación para solicitudes de financiación relacionadas con el sector Defensa", y la política de solicitudes de financiación de este sector es objeto de permanente revisión para su adaptación a los criterios más exigentes. Sin embargo, a lo largo del 2011 no se ha reportado ninguna vinculación de la empresa a temas controvertidos que pudieran generarle problemas en su reputación.





# Inclusión financiera

# Inclusión financiera

## Plan de bancarización

En el 2011 BBVA Continental continuó la tendencia creciente en su base de clientes, de la mano con las buenas condiciones económicas del país, lo que a su vez estuvo acompañado por el crecimiento de todos los canales de atención.

La estrategia 2011 se centró en lograr crecimiento con foco en el cliente como centro de nuestros negocios, mejorando los procesos y herramientas disponibles en las áreas comerciales, lo que se reflejó en los indicadores de calidad y recomendación sobre nuestra base de clientes, en los que alcanzamos posiciones de liderazgo entre los principales bancos del sistema, según las mediciones de mercado disponibles.

Durante el 2011 se continuó la estrategia de vinculación de nuestros clientes con productos de financiamiento como el crédito hipotecario, el crédito de consumo y las tarjetas de crédito, logrando una ganancia de cuota de mercado en dichos segmentos.

Asimismo, como parte del plan de incremento en la cobertura de nuestros canales de atención, durante el 2011 se continuó desplegando un agresivo plan de expansión de nuevas oficinas, cajeros automáticos y agentes corresponsales, lo que nos ha permitido absorber el crecimiento de clientela con un crecimiento balanceado en los canales de atención.

## Otras iniciativas

### Banca para inmigrantes: recepción y cobro de remesas del exterior

**Entorno nacional:** A pesar del contexto de crisis global y al hecho de que EEUU y España son los principales países en el envío de remesas al Perú (33% y 17%, respectivamente), estas se vienen recuperando del impacto de la recesión y en el 2011 las remesas del exterior crecieron un 5% con respecto al 2010.

**En BBVA:** El crecimiento se ha mantenido en el rango del 4%, siendo EEUU el principal país en el envío de remesas, con 51%, y España el segundo, con 49%. Del 2010 al 2011, las remesas provenientes de España han disminuido en 8%, mientras que las enviadas desde EEUU crecieron en 19%.

El monto promedio de la remesa enviada se incrementó de US\$ 300 a US\$ 417.2 por pago, pues disminuyó la frecuencia de envío en un 4%.

Entre las acciones que BBVA Continental viene desarrollando para este servicio está el impulso de la Cuenta Ahorro Remesa con campañas focalizadas para informar de sus principales beneficios:

- Retiro desde nuestros cajeros automáticos, en cualquier

## Plan de bancarización

	2011	2010	2009
Número de clientes activos	1'779,115	1,395,201	1,326,144
Número de clientes financiados*	456,015	324,515	270,081
Financiación de tarjetas (en millones de nuevos soles)	905	606	543
Financiación de consumo (en millones de nuevos soles)	1,879	1,611	1,421

\*Solo personas naturales.



momento y a nivel nacional, de las remesas recibidas.

- No se cobra gastos por recibir remesas ni por el mantenimiento de la cuenta, entre otros beneficios.

## Agentes corresponsales

Gracias a la gestión de afiliación de comercios y a nuestra relación con los agentes se mantuvo el crecimiento tanto en transacciones en este canal como en puntos de atención. Hemos buscado ubicarnos cerca a las áreas de oficinas para apoyar a los clientes que desean realizar operaciones, lo que

nos da presencia en zonas donde por el momento no tenemos oficinas bancarias.

En relación a la gestión de la administración de esta red podemos indicar que se ha enfocado en la optimización del uso del canal, buscando incrementar el número de transacciones promedio por comercio. Es así que si a diciembre del 2010 la capacidad de transacción promedio por agente era de 742 operaciones, a diciembre del 2011 se cerró en más de 800, básicamente como resultado de las diversas campañas realizadas para incentivar tanto a nuestra red de agentes como a sus clientes usuarios.



30	Finanzas responsables
32	Orientación al cliente
38	Recursos humanos
49	Compras responsables
50	Medio ambiente

# Banca responsable

- Personal capacitado en lavado de activos: 100%
- Cartera atrasada: 1.04%
- Porcentaje clientes on line del banco: 5.42%
- Nivel de satisfacción de clientes\*:
  - Satisfacción con el servicio: 82%
  - Satisfacción con productos de ahorro y crédito: 86%
- Media del tiempo medio de resolución de reclamaciones\*\* (en días): 11
- Colocaciones de créditos hipotecarios: S/. 5.694 MM
- Total de empleados: 4,699
- Hombres/Mujeres: 52/48%
- Horas de formación por empleado: 80.4
- Número de proveedores: 360
- Número de negociaciones electrónicas: 470
- Volumen de compras: S/. 266,977,417
- Papel consumido por empleado (en kg): 62.22
- Electricidad consumida por empleado (GJ): 0.35
- CO<sub>2</sub> emitido por empleado (t): 1.44

\* Fuente: Apoyo Opinión y Mercado, 2011.

\*\*Fuente: Informe Gestión Reclamos BBVA Continental 2011.

# Banca responsable

## Finanzas responsables

### La gestión responsable del riesgo en BBVA Continental

Con su actitud de mejora constante, BBVA Continental ha alineado su modelo de gestión del riesgo a un nuevo modelo corporativo “único, independiente y global”, por el cual adopta una visión más estratégica, transversal y cercana a los negocios minoristas y mayoristas, lo que lo ha convertido en un referente del sistema financiero.

En ese sentido, el banco apunta permanentemente a atender temas de riesgo crediticio, de mercado, estructural, ambiental y de reputación.

Dentro de los logros del 2011 cabe mencionar la implementación del “Programa de Cartera Verde” con fondos del BID por US\$ 30 millones para el financiamiento de proyectos de eficiencia energética, energía renovable, industria forestal sostenible, biodiesel, entre otros.

En cuanto a los planes de capacitación y desarrollo del personal, se continúa implementando uno que tiene por objetivo mejorar los conocimientos de los ejecutivos, añadiendo un componente de riesgo socio-ambiental en los programas de formación general de riesgos tanto para los colaboradores de la Red Comercial como para los analistas de riesgos.

Durante este año el programa atendió a 117 colaboradores (gerentes de oficina, jefes de promoción y gestores comerciales) en un total de 146 horas impartidas, donde se brindaron conocimientos y herramientas necesarias para la aplicación de las políticas y los procesos con trasfondo ambiental que el banco ha establecido para sus líneas de negocio.

### Financiación de proyectos

Cumplir con los Principios de Ecuador, compromiso adquirido a partir de la adhesión del Grupo BBVA en el 2004, es una constante en la gestión del riesgo social y ambiental de cada una de las operaciones en las que BBVA Continental evalúa participar y se encuentran sujetas a estos criterios.

Durante el 2011 el banco ha financiado dos proyectos, que fueron previamente evaluados por consultores independientes para certificar el cumplimiento de los Principios de Ecuador: una línea de transmisión que se construirá en la sierra sur del país y la

ampliación de la capacidad de transporte de gas natural y líquidos de gas natural de los ductos que traen a la costa los hidrocarburos producidos en los yacimientos de Camisea. El monto desembolsado para este tipo de proyectos en el 2011 ha sido de US\$ 238 millones.

Para más información sobre los Principios de Ecuador, consultar: [www.equator-principles.com](http://www.equator-principles.com).

### Evaluación del riesgo ambiental

BBVA Continental viene aplicando políticas de gestión de riesgo ambiental y social, en la convicción de que los mejores negocios son aquellos que se gestionan con una visión integral del riesgo, considerando tanto los aspectos económicos y financieros como los ambientales y sociales.

De acuerdo con esta visión, el banco implementa permanentemente mejoras a su sistema de gestión ambiental y social y mantiene dentro de su oferta de productos líneas con entidades multilaterales que le permiten potenciar el financiamiento de Proyectos Verdes, los cuales abarcan:

- Energía renovable (ER)
- Eficiencia energética (EE)
- Industria forestal sostenible (IF)
- Biocombustibles (BC)
- Transporte sostenible (TR)
- Turismo sostenible (TS)
- Agricultura sostenible (AS)
- Construcción sostenible (CS)
- Producción limpia (PL)

Es importante indicar que formamos parte del Latin America Task Force (LATF) del Programa Ambiental y Social de Naciones Unidas para Instituciones Financieras (UNEPFI), foro en donde compartimos experiencia con sus 37 participantes de nueve países.

### Sobreendeudamiento y gestión del riesgo

La cartera crediticia de BBVA Continental se mantuvo en el mejor nivel del sistema financiero, con un ratio de cartera atrasada de 1.04%, en tanto que el del sistema financiero fue de 1.49%.

Esto se pudo conseguir en base a una escrupulosa gestión del riesgo apoyado en herramientas predictivas, modelos de cálculo de sobreendeudamiento, buró y comportamental, que analizan el nivel de deuda en el sistema financiero versus los ingresos netos familiares del cliente, identificando adecuadamente que el endeudamiento no afecte su capacidad económica y ponga en

riesgo el cumplimiento de pago de sus obligaciones tanto con el banco como con el sistema financiero.

Adicionalmente, las herramientas con que cuenta el banco permiten efectuar un seguimiento del total de la cartera vigente e identificar señales de alertas preventivas (antes del incumplimiento del cliente), para tomar acciones rápidas que permitan mitigar riesgos futuros de impago o de asumir mayores endeudamientos con el cliente.

Finalmente, para la gestión de cobranza se cuenta con un "score de cobranza" que agrupa la cartera de clientes en grupos de probabilidad de pagos, lo que permite una "gestión de cobranza diferenciada" que facilita una mayor efectividad en la recuperación y menores costos en dicho proceso.

## Establecimiento del Grupo BBVA en centros financieros off-shore

Desde el 2008, el banco viene participando como originador de la titulación de remesas a través de la constitución de Continental DPR Finance Company, que tiene como único objetivo titular aquellas remesas recibidas de nuestros clientes.

## Prevención del lavado de activos y de la financiación de actividades terroristas

Como parte de la política corporativa del banco, la prevención del lavado de activos y de la financiación de actividades terroristas (en adelante PLA / FT) evita la utilización de los productos y servicios que presta el Grupo BBVA en actividades ilícitas, lo que a su vez implica la preservación de los entornos sociales en los que participa y procura que su reputación sea uno de los aspectos que generen confianza en accionistas, clientes y proveedores.

Teniendo en cuenta lo mencionado, se han definido como políticas:

- a) Prevenir que el Grupo sea utilizado como un medio para efectuar cualquier actividad ilegal o ilícita;
- b) Prevenir que la actividad ilícita alcance la propiedad o los activos del Grupo; y
- c) Procurar la Identificación de cualquier posible actividad ilícita que se lleve a cabo a través del Grupo y/o que involucre a cualquiera de sus propiedades o activos, de tal manera que se pueda reportar dicha actividad a las autoridades competentes, según los procedimientos establecidos en las disposiciones legales vigentes.

El principio denominado "Conoce a tu cliente" constituye la piedra angular de toda relación comercial que establece el Grupo BBVA. Para su efecto, se establecen políticas y procedimientos que permiten adquirir una visión integral de los clientes. En algunos casos, por tratarse de actividades económicas que implican un

mayor riesgo, existen procedimientos adicionales que complementan dicho conocimiento.

En el 2011 se tomaron acciones que han permitido cumplir con dicho principio:

- Mantener actualizada nuestra normativa interna, ya sea por modificaciones de la legislación nacional e internacional o por políticas corporativas propias del Grupo BBVA, de forma tal que constituya una base sobre la cual todos los que laboran y dirigen nuestra entidad conozcan los principios, metodologías e importancia que conlleva una adecuada actuación.
- La capacitación en el tema de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo estuvo dirigida a todos quienes laboran para el Grupo. Esta actividad está considerada como imprescindible en el sistema de prevención y es aplicada al BBVA Continental, sus subsidiarias y AFP Horizonte.
- Las herramientas corporativas continúan siendo importantes para la detección de operaciones inusuales. FIRCOSOFT, por ejemplo, permite la detección de personas o entidades incluidas en listas públicas internacionales (de la OFAC, UE, Naciones Unidas, etc.), de personas políticamente expuestas (PEP) y de transferencias emitidas/recibidas por nuestros clientes; adicionalmente, la Plataforma Mantas monitorea las transacciones realizadas a través del banco e identifica aquellas que merecen una calificación de inusual, a fin de que sean evaluadas y nos permitan presumir si se tratan de operaciones sospechosas relacionadas con el lavado de activos y/o el financiamiento del terrorismo.
- Se ha seguido visitando oficinas de la Red de Lima y Provincias, poniendo énfasis en aquellas jurisdicciones que por su naturaleza pueden ser susceptibles de ser utilizadas por organizaciones dedicadas a actividades ilícitas. Vale decir, zonas de frontera, de la región de la selva o de ciudades que merecen especial atención por haber sido identificadas como zonas de influencia del narcotráfico.

El Grupo BBVA ha continuado brindando información a las entidades supervisoras y autoridades que gestionan procesos judiciales o administrativos (Ministerio Público) y que luchan contra las organizaciones delictivas.

La formación de todos los que laboran para el Grupo BBVA ha merecido atención prioritaria durante el 2011, con programas especiales a distancia que han permitido mantener un conocimiento actualizado sobre PLA/FT. Para el efecto, se diseñó una capacitación general y otra dirigida a quienes laboran en las jurisdicciones en mayor riesgo de ser utilizadas por organizaciones dedicadas a actividades ilícitas.



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

	2011	2010	2009
Participantes en actividades formativas en materia de prevención de blanqueo de capitales	4,699	4,641	4,327
Especialistas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas	9*	9*	9

\*La Unidad de Cumplimiento está integrada por nueve (9) personas: cinco (5) de las cuales realizan actividades especializadas de prevención de lavado de activos y financiación de actividades terroristas, que cubren a BBVA Continental, Subsidiarias y AFP Horizonte, dos (2) personas realizan actividades relacionadas con el cumplimiento de los códigos de conducta y de ética, así como la atención de requerimientos de información de oficinas; una (1) persona está encargada de la gestión de información y el control de transacciones y uno (1) es el gerente de la unidad.

## Orientación al cliente

### Calidad, satisfacción y atención al cliente

BBVA Continental se propuso consolidar el trabajo iniciado en el 2009, poniendo el servicio de calidad como punto central de sus esfuerzos. Es así que durante el 2011 en el banco se siguió trabajando en los cinco ejes de acción definidos:

- Difusión y refuerzo de conductas observables que demuestran la prioridad de facilitarle la vida al cliente con calidez y agilidad.
- Sistema de capacitación.
- Herramientas de liderazgo.
- Sistemas de medición y reconocimiento.
- Sistema de comunicación.

colaboradores. Es así que todos los procesos de inducción para cada colaborador de la Red Comercial y áreas de staff se llevaron a cabo consolidando el mensaje: "Facilitarle la vida al cliente con calidez y agilidad... siempre 'con mucho gusto'".

Todo este esfuerzo de brindar una mejor atención y un mejor servicio a los usuarios no sería posible sin la participación de los gerentes y subgerentes de cada una de las más de 240 oficinas que tiene el banco en todo el país, sólido liderazgo que dio la oportunidad de desarrollar a nivel nacional un programa de feedback de calidad de servicio llamado "Sé el primero en calificar tu atención".

El objetivo central fue brindar al gerente y subgerente de la oficina la oportunidad de contar con una herramienta de trabajo que les permitiera lograr feedback a sus colaboradores, conocer mejor a su equipo y desarrollar planes de mejora individual y laboral.

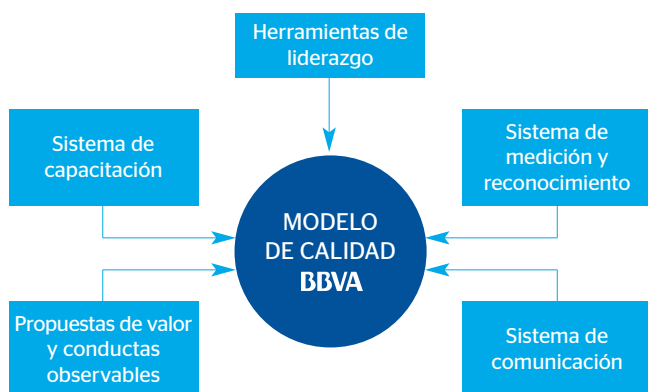
Otra herramienta de gran aceptación fue el programa de refuerzo "Monitoreo de calidad de servicio-S.O.S. Calidad a los gerentes de oficina", dirigido a quienes son pieza clave para liderar la calidad del servicio al cliente en cada uno de sus equipos. Este programa comprende un taller de calidad, sustentado por un plan de comunicación -a través de "La receta de la semana"- y visitas programadas de los especialistas de calidad.

Finalmente, se mantuvo a lo largo del año la realización de los Martes de Calidad, la reunión semanal de 15 minutos donde se fortalece la actitud de servicio y se refuerzan los protocolos de atención con dinámicas para el trabajo en equipo.

Este despliegue de esfuerzos se apoyó con un exigente plan de medición de calidad de servicio, donde se trabajó en función de las metodologías Voz del Cliente y Cliente Incógnito, tanto a nivel interno como externo.

En la medición interna se logró un puntaje de 4.57/5 y a nivel industria el banco obtuvo el primer lugar entre los cuatro bancos más grandes del sistema.

### Ejes de acciones del modelo de calidad

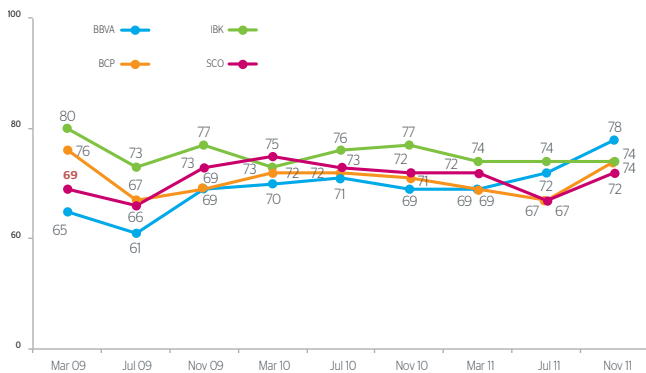


Superar las expectativas de los clientes no es fácil. Los clientes son cada vez más exigentes y esperan mucho más de la calidad de servicio. En este sentido, el banco ya no solo busca altos niveles de satisfacción, sino que se propuso conocer y consolidar la recomendación de sus clientes ante su entorno más cercano. Para tal fin se incorporó de manera permanente en el Plan Anual de Medición el monitoreo del índice de recomendación neta (Irene), lo que le ha permitido conocer con mayor nivel de detalle las fortalezas y oportunidades de mejora. En el 2011, tras recoger mes a mes la opinión de más de 8,000 clientes en la red de oficinas, se alcanzó un Irene anual de 80%.

De igual forma, el banco continúa trabajando la "Escuela con mucho gusto", espacio formativo creado para la capacitación de los



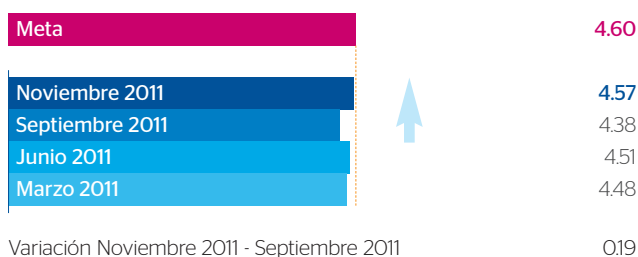
## Primer lugar a nivel de sus principales competidores



Fuente: Ipsos Apoyo.

## Cliente incógnito Red Minorista 2011

Evolución 2011



Junto con la ejecución del plan de mediciones va de la mano un importante plan de reconocimiento. Es así que a lo largo del año los Desayunos de Calidad reconocieron a los mejores exponentes de ella en cada trimestre e incorporaron una actividad central, el Círculo de los Maestros de la Calidad, que permitió reconocer a los Mejores del Año en todas las categorías, tanto dentro de las mediciones de Voz del Cliente como Cliente Incógnito, y a las oficinas con los mejores resultados de Irene por segmento VIP, Comerciales y Banca Empresa.

Para resaltar aún más estos eventos que buscan reconocer a los mejores referentes de calidad, para esta ocasión se elaboró el Decálogo de los Maestros de Calidad - Primera Promoción, donde se resaltaron las habilidades, actitudes y vocación de servicio de los participantes.

## Sistema de comunicación

En línea con el sistema de comunicación del Grupo BBVA Perú, se mostró a través de los boletines electrónicos T-comunica y nuestra revista "Contigo" los mejores resultados y los actos de reconocimiento a los equipos.

## Gestión de reclamos

En lo que corresponde a la gestión de reclamos, en el 2011 se implementaron mejoras sustanciales en los procesos de atención al usuario. Una muestra de ello es el proyecto "First Contact Resolution", cuyo objetivo es resolver los reclamos en el primer contacto entre el usuario y el banco. Para su ejecución se fortaleció el primer frente de atención de modo que con la información disponible se pueda informar al cliente si su reclamo es procedente o no. Para los reclamos más complejos se implementó una

segunda etapa de resolución, más especializada, con el fin de garantizar los tiempos óptimos de atención.

Complementariamente con el objetivo de hacer eficiente la gestión integral de los reclamos, se creó el Comité Gerencial de Reclamos, encargado de tomar medidas inmediatas cuando los reclamos no puedan ser atendidos en los plazos óptimos establecidos por el banco. Este comité cuenta con la delegación formal del banco para que sus decisiones se ejecuten sin tardanza.

Otro eje de acción relevante ha sido la implementación de la normativa establecida por Indecopi referida al Libro de Reclamaciones, derivado del Código de Protección y Defensa del Consumidor, con lo cual se impulsa el derecho de los clientes del banco a presentar su reclamo. A nivel gremial, se ha puesto a disposición de los usuarios "Alo, banco", un canal directo de atención de reclamos en Indecopi.

## Reclamaciones presentadas ante el servicio de atención al cliente en el Perú

Medio de interposición	2011	2010	2009
Resueltas totalmente a favor del cliente	58.88%	31.58%	79.71%
Resueltas a favor del banco	31.35%	64.59%	20.29%
En proceso de evaluación	9.77%	3.83%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: BBVA Continental, 2011.

## Número de días para resolver una reclamación

Medio de interposición	2011	2010	2009
Defensor del cliente financiero	17	30	26
Indecopi*	5	10	19
Superintendencia de Banca, Seguros y AFP	5	5	10
Reclamaciones internas	11	9	9
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>54</b>	<b>64</b>

\*Instituto Nacional de Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.  
Fuente: BBVA Continental, 2011.

## Número de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria

Medio de interposición	2011	2010	2009
Superintendencia de Banca, Seguros y AFP	77	53	48
Indecopi*	304	209	150
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>262</b>	<b>198</b>

\*Instituto Nacional de Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.  
Fuente: BBVA Continental, 2010.

## Nivel de satisfacción de clientes

	2011
Satisfacción con el servicio	82%
Satisfacción con productos de ahorro y crédito	86%

Fuente: Apoyo Opinión y Mercado, 2011.

## Seguridad, protección al cliente y continuidad del negocio

Uno de los principales objetivos de BBVA Continental es velar por la confidencialidad de la información de sus clientes, ya sean personas naturales o jurídicas. Para el cumplimiento de este fin nos basamos en normas y procedimientos implementados en el banco, garantizando así la seguridad de los sistemas informáticos y cumpliendo eficazmente con las exigencias legales en materia de secreto bancario y protección de datos del cliente.

El Código de Conducta del Grupo BBVA contiene un apartado específico sobre protección de datos, donde el secreto bancario constituye, legal y éticamente, un punto de partida tanto para la empresa como para los propios empleados.

Resaltamos que durante el ejercicio 2011 no se han dado casos de sanciones relevantes en cuanto al cumplimiento operado en este punto con relación a clientes y accionistas.

BBVA Continental trabaja activamente en la prevención y detección de todos los tipos de fraude interno y externo a través de su Unidad de Seguridad y Prevención del Fraude. Esta unidad desarrolla sus actividades ininterrumpidamente a fin de minimizar o neutralizar toda amenaza que pueda afectar la información de nuestros clientes, realizando su labor de forma coordinada con los demás bancos que forman parte del Grupo BBVA.

## Transparencia, publicidad y etiquetado

Consideramos una gran fortaleza del banco ser transparente en la información que se brinda a los clientes y usuarios, ya que creemos firmemente que esto permite generar relaciones a largo plazo.

En BBVA Continental se tiene el convencimiento de que estar informados no debe ser un privilegio de algunos, por lo que se aúnan esfuerzos para que todos los usuarios estén adecuadamente informados antes de tomar una decisión. Una muestra de ello es la implementación en 250 oficinas del Muro de Transparencia, un elemento didáctico e innovador que pone a disposición del usuario información certera y oportuna de las tasas y tarifas del banco, así como el procedimiento de Atención de Reclamos, información de la SBS y del Defensor del Cliente Financiero.

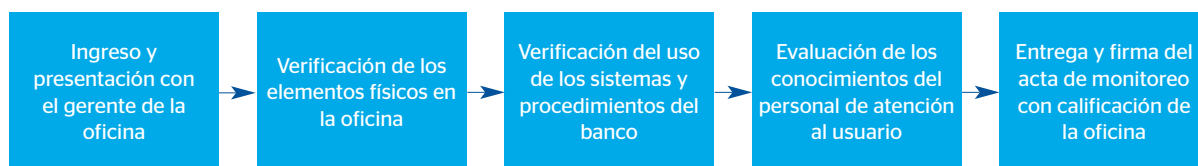
Asimismo, en el primer trimestre del año se realizó en todas las oficinas del país el segundo monitoreo de transparencia, lográndose así supervisar el adecuado cumplimiento del Reglamento de Transparencia y Normas de Protección al Consumidor. En este monitoreo se evalúa al personal de atención al usuario aplicando la metodología de la SBS.

BBVA Continental cumple de manera rigurosa cada disposición emitida por los entes supervisores y todo este esfuerzo realizado se vio recompensado en el 2011, cuando tras su visita anual la SBS nos calificó con 100% de cumplimiento, el más alto en todo el sistema financiero.

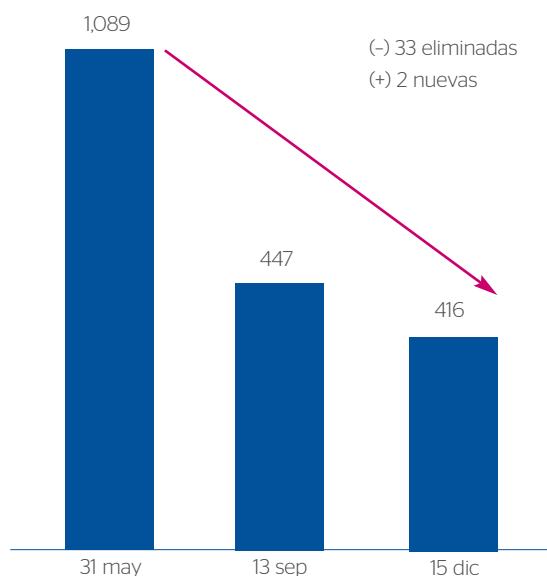
Para capacitar al personal de atención al público en el conocimiento y cumplimiento de la normativa vigente, se diseñaron cursos con elementos lúdicos que facilitarían la comprensión de los temas básicos de transparencia.

Asimismo, BBVA Continental logró reducir significativamente -un 59%, al mes de septiembre del 2011- el número de sus comisiones y gastos, con lo que se busca hacerle más fácil al cliente contratar los productos y servicios que ofrece.

## Monitoreo de transparencia: secuencia de acciones



## Número de comisiones y gastos



Notas:

a. 1,089 Reportado por producto y por moneda.

b. 447 Reportado por producto = Tarifario.

c. Objetivo: 310 Reportado por sustento.

Como ser transparente trasciende a toda la organización, se ha creado la subunidad de Transparencia en el Área de Desarrollo Corporativo y Transformación, con el objetivo de mantener e impulsar las acciones encaminadas a incorporar este valor en cada experiencia con nuestros clientes y usuarios.

En lo que corresponde a la información y etiquetado de los productos, el banco cumple rigurosamente las disposiciones emitidas sobre la materia. Vale precisar que toda la publicidad del banco, sin importar el medio de difusión -radio, televisión, afiches, mailing, entre otros-, es sometida a su evaluación previa por el área de Servicios Jurídicos, que la validará si cumple con la normativa legal y si está enmarcada en lo referente a la protección al consumidor, evitando generar publicidades engañosas.

## Simplificación de contratos

### Entorno

Los clientes consideran que, en general, los contratos que emplean los bancos son confusos. El proyecto persigue cambiar esta impresión pero, además, da una clara muestra a entidades supervisoras como la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) e Indecopi, del interés del banco por facilitar la comunicación con el cliente.

### Objetivo

Cambiar la redacción actual de nuestros contratos, empleando un lenguaje sencillo, amigable y de fácil entendimiento para el cliente. La idea es facilitar el proceso de contratación sin perder de vista la seguridad jurídica que deben otorgar al banco estos documentos, toda vez que en ellos constan las obligaciones y derechos que contrae el cliente.

## Proceso

El proyecto se inició en el mes de agosto del 2011 y la metodología que se siguió fue revisar y modificar uno a uno los contratos, considerando las particularidades y naturaleza operativa de cada uno, y establecer al mismo tiempo cláusulas de idéntica redacción para determinados aspectos que aplican a todos los contratos.

La revisión estuvo a cargo de abogados especialistas en materia contractual y contó con la asesoría de abogados procesalistas con el fin de confrontar aspectos de carácter contencioso (considerando que cualquier diferencia que pudiera existir con los clientes o que finalmente la ejecución de los contratos debe resolverse ante las autoridades judiciales y/o administrativas).

## Alcance del proyecto

**Primera etapa:** Los contratos que inicialmente se revisaron fueron aquellos que de acuerdo a las normas de transparencia de la información para clientes del sistema financiero (cuyo ámbito está básicamente dirigido a personas naturales) requieren de aprobación por la SBS: a) Préstamo hipotecario; b) Préstamo de libre disponibilidad; c) Tarjetas de crédito, y d) Contratos de depósitos, cuentas corrientes y ahorros (operaciones pasivas). Estos contratos fueron presentados a la SBS a fines de diciembre del 2011 y se encuentran en trámite de aprobación.

**Segunda etapa:** Ocupará los meses de febrero y septiembre del 2012, cuando se revisarán contratos como los de préstamo comercial, de línea de crédito, de descuento, de factoring y de alquiler de cajas de seguridad y custodia.

## Productos y servicios responsables

### Vivienda y acceso al crédito hipotecario

S/. 1,879

Financiación de consumo (en millones de soles)

30.73%

Cuota de mercado en el financiamiento hipotecario

BBVA Continental mantuvo su protagonismo en el mercado inmobiliario al registrar un crecimiento neto de saldos de préstamos hipotecarios de S/. 1,116 MM, alcanzando los S/. 5,694 MM (27.39% más que en el año anterior), que representa una cuota de mercado de 30.73%, a diciembre del 2011.

Este crecimiento es el resultado de una adecuada gestión de las casetas de ventas de los proyectos inmobiliarios financiados por el banco, gracias a sus ágiles procesos y una oferta de productos con atributos valorados por los clientes.

Por otro lado, se continuó gestionando y otorgando exitosamente líneas de financiamiento para importantes desarrollos inmobiliarios a nivel nacional, todos ellos de carácter social, tales como: "Sol de Villa", con 363 viviendas, en Trujillo; "Club Alameda Real", con 660 viviendas, en el distrito de Carabayllo; "Parques de Villa El Salvador", con 660 viviendas, en el distrito del mismo nombre; "Villa del Sol", con 1,043 viviendas, en la ciudad de Piura; "Golf Los Andes", con 380 viviendas, en el distrito de Lurigancho; "San Diego de Alcalá", con 700 viviendas, en el distrito de San

Martín de Porres; "Concepto Pacific" y "Vistamar", con 228 y 174 viviendas, respectivamente, ambos en el distrito de San Miguel, entre otros.

## Créditos hipotecarios

En millones de nuevos soles

	2011	2010	2009
Colocaciones	5,694	4,695	3,871

## Segmento Pymes

En el 2011 el banco sigue impulsando el negocio enfocado en la pequeña empresa con la Tarjeta Capital de Trabajo, la cual incrementó en 150% los saldos colocados, creciendo así del 4% al 9.48% en cuota de mercado.

Otro producto que se lanzó dirigido al segmento de la pequeña empresa fue Adelanto, con el objetivo de impulsar las operaciones de factoring y descuento de facturas bajo el marco de la nueva normativa que da a la factura el carácter de mérito ejecutivo, facilitando así su operatividad en el sistema financiero.

Adicionalmente, con la intención de ofrecer servicios y soluciones integrales a los clientes, se firmaron acuerdos con diferentes entidades educativas dirigidas al segmento de pequeñas empresas, para difundir y facilitar el acceso a cursos de capacitación, foros y charlas de interés.

## Productos y servicios con carácter ambiental

BBVA Continental mantiene una política de gestión del riesgo ambiental y social, lo que evidencia su convicción de que los mejores negocios son aquellos que se gestionan con una visión integral del riesgo, considerando tanto los aspectos económicos como los ambientales y sociales.

El banco ha creado dentro del aplicativo de préstamos una gama de productos para ser utilizados exclusivamente en financiamientos para proyectos ecoamigables, a la que ha denominado Cartera Verde y que le permite registrar e identificar los créditos de las "líneas verdes" que se obtienen de las distintas multilaterales.

En el segundo semestre del 2011 se culminó la implementación de la Línea Verde BID, la cual cuenta con un fondo de US\$ 30 MM para el financiamiento de proyectos verdes tales como producción limpia, eficiencia energética, energía renovable, biocombustible, industria forestal sostenible, agricultura sostenible, construcción sostenible, transporte sostenible y turismo sostenible.

Es preciso aclarar que, por el momento, BBVA Continental no tiene políticas formales de veto relativas a asuntos sociales o ambientales, más allá de tener presentes los principios corporativos y sus compromisos de actuación asumidos en esta materia.

## Instituciones públicas y privadas no lucrativas

A continuación, detallamos algunas de las acciones realizadas durante el 2011 con las principales entidades:

### Sector estatal

El número de pagohabientes con **EsSalud** se incrementó a 35,615, lo que lo convierte en el colectivo más importante del banco. A lo largo del año se realizaron campañas exclusivas para ellos, entre ellas una feria escolar y una campaña de navidad que se desarrolló entre los meses de noviembre y diciembre.

De igual forma, durante este año el banco apoyó a esta entidad con la emisión de cartas fianza por un importe de US\$ 26 millones, necesarias para la adquisición de equipos y para las obras de hospitales, como la compra de un tomógrafo computarizado y la construcción del "Nuevo Hospital de Huacho" y el "Nuevo Hospital II Abancay".

Asimismo, el banco es la única institución que atiende el servicio de pago de subsidios que canaliza EsSalud por lactancia, maternidad, invalidez, entre otros. Son más de 10,000 asegurados por mes los que son atendidos a través de su red de oficinas a nivel nacional, colaborando con la prestación de este importante rol de la seguridad social.

A lo largo del año se siguieron profundizando las relaciones con las distintas instituciones del Estado. En esa línea el banco inauguró una oficina de atención dentro de las instalaciones de **Sedapal** en La Atarjea, siendo la primera en su tipo en tan importante institución.

Igualmente, se continuó con el servicio de pago a proveedores con importantes empresas estatales, como **Electroperú**, y se inició el servicio de factoring electrónico con las empresas del **Grupo Distriluz**, lo que contribuyó en la mejora de sus procesos de pago, reforzando el compromiso de brindar cada día un mejor servicio al sector estatal.

En abril, BBVA Continental organizó un Taller de Productos de Tesorería y Derivados dirigido a las gerencias financieras y de tesorería de las empresas pertenecientes al **Fonafe**. En este taller se presentaron los diferentes productos de inversión que ofrece el banco, como depósitos de rendimiento variable, forwards, coberturas y otros derivados, con el objetivo de apoyarlos en la mejor rentabilización de sus fondos.

El banco, a través de la oficina en el Cuartel General del Ejército, durante el 2011 atendió al personal activo y cesante del **Ejército Peruano**, que cuenta con cerca de 24,500 pagohabientes y para quienes se han dispuesto facilidades crediticias en condiciones preferenciales. En este convenio se incluyen los diversos fondos relacionados, como el Fondo de Vivienda Militar, el Fondo de Salud y los Fondos de Retiro; asimismo, es importante destacar que durante el año el banco auspicia diversos eventos en beneficio del personal de la institución.

En la **Marina de Guerra** se cuenta con dos oficinas exclusivas, una en la sede de Bienestar y otra en la Base Naval, donde se atiende directamente al personal de la Marina de Guerra del Perú; 1,700



personas en total a las que se les brinda todos los servicios de Banca Minorista en condiciones especiales.

Esta oferta de servicios incluye también los productos de inversión para los distintos fondos de la Marina, servicios que se hacen extensivos a la Policía Nacional del Perú y la Fuerza Aérea, lo que refuerza el compromiso de servicio a las fuerzas armadas.

### Sector internacional

BBVA Continental auspició en el mes de octubre el Bazar Internacional organizado por la Asociación de Damas de las Naciones Unidas (ADNU) con ocasión del inicio de las celebraciones por el 66° Aniversario de las **Naciones Unidas**. La actividad, que se llevó a cabo en los jardines de las instalaciones del PNUD, en el Complejo Pérez de Cuéllar (ex Puericultorio Pérez Araníbar), contó adicionalmente con la participación de 20 embajadas acreditadas en el país, que presentaron productos artesanales, comidas típicas y presentaciones de bailes y trajes folclóricos. El banco contribuyó al gran éxito obtenido por el bazar siendo su principal auspiciador y apoyando durante los tres días del evento con la instalación de tres módulos de recaudación.

### Sector educativo

En el sector educativo el banco participó activamente en el apoyo a las universidades más importantes del país. El banco ha acompañado a la **Universidad del Pacífico** en su primer financiamiento estructural de mediano plazo, por S/.74 millones, para la construcción de su nueva sede y distintas adquisiciones. De esta manera, se consolida como un importante socio estratégico de esta prestigiosa universidad.

Igualmente, BBVA Continental apoyó también a la **Universidad Tecnológica del Perú** con financiamientos de mediano plazo y cobertura de riesgo cambiario a través de un Cross Currency Swap originado por un flujo de pagos en una moneda distinta a la que genera, con el fin de aprovechar mejores niveles de financiamiento con mejores tasas, lo que convirtió a la UTP en uno de los principales clientes en este producto durante el 2011.

Además de ello, se ha seguido incrementando la presencia del banco en un mayor número de universidades y colegios a través de los servicios de recaudación y productos de tesorería, lo que refleja una apuesta por la educación.

### Sector financiero

Durante el 2011 se procedió a la renovación de la línea de crédito por US\$ 34 millones (S/100 millones) otorgada a la **Corporación Andina de Fomento (CAF)**. Con esta línea el cliente provee financiamiento en soles a empresas del sector microfinanciero peruano, cumpliendo su rol de apoyar al desarrollo de la pequeña empresa, fuente de empleo y desarrollo.

En ese mismo orden de cosas, el banco ha venido apoyando con líneas de capital de trabajo a las más importantes financieras, edpymes y cajas rurales, las cuales otorgan financiamiento a los pequeños y microempresarios, contribuyendo a incrementar el índice de "bancarización" del país.

Finalmente, se lograron importantes operaciones con cooperativas de ahorro y crédito, como de cobertura de riesgo tipo de cambio, financiamientos y depósitos de rendimiento variable para la rentabilización de sus fondos; asimismo, se contribuyó con el desarrollo inmobiliario de oficinas, financiando proyectos de oficinas A+.

## Multicanalidad

BBVA Continental prosigue su reto de poner el banco a disposición del cliente a través de los canales directos, de forma tal que esté disponible en todo momento y pueda realizarse todo tipo de operaciones con ellos.

Al cierre del 2011 el banco cuenta con una red de 274 oficinas y 1,012 cajeros automáticos. Sus principales canales directos son:

### Canal Banca por Internet

La página web de BBVA Continental ([www.bbvacontinental.com](http://www.bbvacontinental.com)) registró más de 38 millones de transacciones a través de Banca por Internet.

El banco cuenta con 2.612.130 clientes, de los cuales 141,506 son usuarios de este canal.

### Canal Banca por Teléfono

La banca telefónica, disponible las 24 horas al día durante los 365 días del año, registró en el 2011 más de 7.5 millones de llamadas por medio de IVR (respuesta de voz interactiva) y recibió más de 3.2 millones de llamadas en servicios de atención telefónica, las que han permitido acercar los productos y servicios del banco a los clientes.

El banco cuenta con 390 módulos que permiten a los clientes el acceso sin costo alguno a la banca telefónica para realizar consultas, operaciones, presentar reclamos y solicitar productos.

### Canal Banca Móvil

Gracias al canal SMS, los clientes del banco pueden acceder a servicios financieros mediante sus teléfonos móviles. En el 2011 fueron enviados más de 2.4 millones de mensajes cortos con información financiera.

### Canal Agente Corresponsal

Al cierre del 2011 contamos con 412 Agentes Express, 59 Agentes Express Plus y 943 Agentes Kasnet, que han permitido un crecimiento transaccional del 32%.

### Canal Saldo Express

Uno de los canales con mayor crecimiento (78%) en el 2011, presentó más de 31 millones de transacciones con 310 módulos operativos, contribuyendo en la migración de operaciones críticas para aliviar la atención en ventanilla.

### Canal Cajeros Automáticos

Red propia: 1,001 cajeros automáticos  
64.1 millones de transacciones (10% de crecimiento).

## Canal Cajero Depósito

55 cajeros-depósito (multifunción).  
390,728 transacciones al cierre del 2011.

## Canal Infomail

Más de cuatro millones de mensajes (371% de crecimiento).

Con el fin de continuar con el crecimiento de la atención al cliente, mantenemos el acuerdo con la red de cajeros GlobalNet, que permite a todos los clientes del programa Mundo Sueldo (que reciben sus sueldos a través de cuentas en BBVA Continental) ser atendidos sin costo adicional en sus más de 2,000 cajeros automáticos, los que sumados a la red propia del banco les da acceso a más de 3,000 cajeros automáticos.

## Transacciones por canal

Canal	2011	2010	2009
Oficinas	18%	23%	25%
Cajeros automáticos	30%	30%	27%
Banca por internet	16%	14%	14%
Banca por internet Empresas	21%	21%	20%
Banca Móvil - SMS	3%	1%	1%
Banca por teléfono	3%	2%	3%
Agente Express	1%	1%	1%
Agente Express Plus	1%	1%	1%
Módulo de saldos y operaciones	1%	1%	1%
POS (débito)	6%	6%	7%
	100%	100%	100%

## Canales de atención

Oficinas a nivel nacional	2011	2010	2009
Red Minorista	273	246	243
Banca Patrimonial	2	1	1
Red Banca Mayorista	19	19	19
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>266</b>	<b>263</b>

Cajeros automáticos	2011	2010	2009
Lima	618	516	424
Provincias	383	280	215
<b>Total</b>	<b>1,001</b>	<b>796</b>	<b>639</b>

Agentes Express + Agentes Express Plus + Agentes Kasnet	2011	2010	2009
Lima	797	454	196
Provincias	617	690	141
<b>Total</b>	<b>1,414</b>	<b>1,144</b>	<b>337</b>
Variación	24%		

Rurales Agentes Express y Agentes Kasnet	2011	2010	2009
Lima	47	32	10
Provincias	238	179	33
<b>Total</b>	<b>285</b>	<b>211</b>	<b>43</b>
Variación	35%		

Módulos telefónicos	2011	2010	2009
Lima	260	152	159
Provincias	130	69	66
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>221</b>	<b>225</b>

# Recursos humanos

## Diversidad

### Perfil de los empleados

Los colaboradores son el activo principal y la razón de ser de BBVA Continental. Son quienes poseen los conocimientos, actitudes y habilidades necesarias para ser exitosos en cualquier puesto laboral y constituyen el capital humano de la organización, lo cual se refleja en la cultura corporativa de ser un trabajo "de personas para personas".

Para hacer realidad ese lema, para lograr un activo humano alineado y comprometido a los valores institucionales, el Área de Recursos Humanos trabaja en su mejora continua con estándares éticos e igualdad de oportunidades, destacando sobre todo la meritocracia, reforzando el trabajo en equipo y proporcionando un adecuado clima laboral en todas las entidades del Grupo BBVA. Al cierre del 2011, el número total de colaboradores fue de 4,699.

## Plantilla por funciones

	Hombres	Mujeres	Total
Comité de Dirección	9	3	12
Directivos	38	7	45
Mandos medios	590	361	951
Especialistas	521	444	965
Fuerza de ventas	457	577	1,034
Puestos base	839	853	1,692
<b>Total</b>	<b>2,454</b>	<b>2,245</b>	<b>4,699</b>

## Contratos por tipos

	Hombres	Mujeres	Total
Plazo indeterminado jornada completa	1,773	1,576	3,349
Plazo indeterminado jornada parcial	4	3	7
Plazo determinado	677	666	1,343
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>2,454</b>	<b>2,245</b>	<b>4,699</b>

## Distribución por edad

	Hombres	Mujeres	Total
Hasta 25 años	388	446	834
De 25 a 35 años	1,083	1,246	2,329
De 36 a 45 años	357	222	579
De 46 a 50 años	198	117	315
De 51 a 53 años	168	77	245
Más de 53 años	260	137	397
<b>Total</b>	<b>2,454</b>	<b>2,245</b>	<b>4,699</b>

## Empleados por departamento (%)

	2011	2010	2009
Lima	79.6	81.3	80.5
La Libertad	2.8	2.6	3.0
Arequipa	2.8	2.0	2.2
Junín	1.4	1.4	1.6
Lambayeque	1.6	1.4	1.6
Piura	1.8	1.7	1.5
Cuzco	1.3	1.3	1.4
Ica	1.2	1.1	1.2
Loreto	1.1	1.1	1.1
Áncash	0.9	0.9	1.0
San Martín	1.1	1.1	1.0
Ucayali	0.9	0.9	0.9
Puno	0.6	0.6	0.6
Huánuco	0.6	0.6	0.6
Tacna	0.6	0.5	0.6
Cajamarca	0.7	0.7	0.5
Tumbes	0.2	0.2	0.2
Ayacucho	0.2	0.2	0.2
Cerro de Pasco	0.3	0.3	0.2
Moquegua	0.1	0.1	0.1
Madre de Dios	0.2	0	0
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

## Empleados por departamento

	Hombres	Mujeres	Total
Lima	1,964	1,775	3,739
La Libertad	53	80	133
Arequipa	64	67	131
Junín	41	44	85
Lambayeque	31	42	73
Piura	31	37	68
Cusco	40	23	63
Ica	25	31	56
Loreto	31	21	52
Áncash	20	23	43
San Martín	37	14	51
Ucayali	26	17	43
Puno	17	11	28
Huánuco	14	13	27
Tacna	16	11	27
Cajamarca	17	14	31
Tumbes	7	3	10
Ayacucho	4	7	11
Cerro de Pasco	7	6	13
Moquegua	2	5	7
Madre de Dios	7	1	8
<b>Total</b>	<b>2,454</b>	<b>2,245</b>	<b>4,699</b>

## Empleados por rango de edad (%)

Rango de edad	2011	2010	2009
< 26	23.5	24.2	24.2
Entre 26 y 45	54.9	53.6	52.6
> 45	21.6	22.2	23.2
<b>Edad media</b>	<b>34.74</b>	<b>34.64</b>	<b>34.89</b>

## Plantilla por funciones y género

	Hombres	Mujeres	Total
Comité de Dirección	75%	25%	12
Directivos	84%	16%	45
Mandos medios	62%	38%	951
Especialistas	54%	46%	965
Fuerza de ventas	44%	56%	1,034
Puestos base	50%	50%	1,692
<b>Total</b>	<b>52%</b>	<b>48%</b>	<b>4,699</b>

## Plantilla por funciones

	Total	%
Comité de Dirección	12	0%
Directivos	45	1%
Mandos medios	951	20%
Especialistas	965	21%
Fuerza de ventas	1,034	22%
Puestos base	1,692	36%
<b>Total</b>	<b>4,699</b>	<b>100%</b>

## Índice de movimientos por departamento (altas/bajas)

Departamento	Rotación
Áncash	12.2%
Arequipa	17.6%
Ayacucho	10.0%
Cajamarca	9.7%
Cerro de Pasco	8.3%
Cusco	14.2%
Huánuco	1.9%
Ica	2.8%
Junín	12.1%
La Libertad	8.7%
Lambayeque	7.0%
Lima	15.3%
Loreto	6.0%
Madre de Dios	0.0%
Moquegua	8.3%
Piura	8.0%
Puno	11.5%
San Martín	10.0%
Tacna	8.0%
Tumbes	15.0%
Ucayali	3.7%
<b>Total</b>	<b>14.2%</b>

## Índice de movimientos por género (altas/bajas)

Departamento	Rotación
Hombres	14.1%
Mujeres	14.4%
<b>Total</b>	<b>14.2%</b>

## Índice de movimientos por edad (altas/bajas)

Departamento	Rotación
Menores a 25	32.8%
De 26 a 35	13.1%
De 36 a 45	6.6%
De 46 a 50	3.4%
De 51 a 53	2.1%
Más de 53	7.1%
<b>Total</b>	<b>14.2%</b>

### Selección y remuneración

BBVA Continental garantiza que su personal a cargo es capital humano peruano altamente calificado e idóneo para el desarrollo de las actividades de la empresa. Para ello, el banco posee altos estándares en los procesos de reclutamiento y selección de personal, lo que le permite prever y evitar incidentes relacionados con temas delicados como la corrupción o el mal manejo de la información.

El banco utiliza dos grandes fuentes de reclutamiento:

#### 1. Feria virtual:

El Campus Virtual de Empleo BBVA es la única exposición on line donde las sociedades BBVA de Iberoamérica abren sus puertas a

los usuarios que quieran conocerlos y formar parte de su equipo para desarrollar una línea de carrera prometedora. Tal como se ha venido realizando en los últimos años, en el 2011 se continuó con la promoción de la Feria de Empleo Virtual ([www.feriaempleo.bbva.com](http://www.feriaempleo.bbva.com)) con el objetivo de la captación curricular, logrando una ubicación dentro de los 10 stands más visitados, al coleccionar 293,652 currículos.

#### 2. Plan de presentación de candidatos:

Es el marco global que permite al Grupo ampliar la captación de talento a través de la participación activa de los empleados. El plan pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- Facilitar la participación activa y autónoma de los empleados del banco en el proceso de selección, proporcionándoles un canal fácil y accesible.
- Aumentar el número de postulantes que puedan resultar idóneos para BBVA Continental.
- Garantizar la incorporación del mejor talento humano.

Durante el 2011 se captaron más de 600 currículos, que tras un riguroso proceso de selección dio paso al ingreso, hasta la fecha, de seis talentos para desarrollar una línea de carrera ascendente en el banco.

Este sistema de trabajo forma parte de la Política Global y Código de Actuación, que asegura la máxima independencia y confidencialidad en los procesos de selección, garantizando también la igualdad de oportunidades: los candidatos reciben el mismo trato, deben superar los mismos obstáculos en los procesos de selección y no existe discriminación de ninguna índole.

Como política, la mayor parte de los colaboradores del banco son contratados directamente en sus zonas de residencia, lo que permite disponer de un alto porcentaje de directivos locales altamente motivados.

El proceso para cubrir un puesto vacante es el siguiente:

1. El área usuaria realiza la solicitud a RRHH por medio del llenado del formulario "Solicitud de Selección".
2. La gerencia de Gestión de Personas valida la petición, autoriza la cobertura y decide si el puesto será cubierto interna o externamente.
  - Si el proceso es interno, Gestión de Personas, en coordinación con la Gerencia de RRHH, valida los candidatos.
  - Si el proceso es externo, Selección evalúa si la búsqueda la realiza de manera propia (base de datos, red de contactos, redes sociales, entre otros) o a través de un Head Hunter.

En el caso de la selección y contratación de altos directivos, se promueve los ascensos internos, primando la trayectoria y logros profesionales en los distintos puestos. Recursos Humanos propone los candidatos basándose en los resultados de las distintas pruebas de evaluación tanto en gestión como en actuación. Al final, la decisión es tomada por el jefe directo de la posición, en conformidad con el máximo responsable de RRHH.

En el caso específico del Comité de Dirección, RRHH del país junto con el Gerente General elevan la candidatura a BBVA en Madrid, que es el que decide.

	2011	2010	2009
Mujeres en puestos de dirección	10	11	10
	2011	2010	2009
Empleados promocionados	749	726	591
Puestos base	Salario inicial	Salario mínimo vital	
Lima	133%	100%	
Provincias	148%	100%	
	Peruanos	Extranjeros	
Comité de Dirección	83%	17%	
Directivos	100%	0%	

El banco realiza sus procesos de adecuación de estructuras buscando siempre nuevos modelos organizativos, de forma tal que los cambios no sean bruscos ni traumáticos.

La planilla total del banco es informada de dichos cambios a través de los diferentes canales de comunicación como son intranet, la revista "Contigo", el boletín "BBVA Aquí" y T-comunico. Además, periódicamente se informa a todos los colaboradores, mediante circular interna, acerca de los nuevos puestos vacantes y aptos para ser cubiertos.

	2011	2010
Altas de empleados	690	820
Dimisiones voluntarias	6.87%	4.60%
Tipos de baja	2011	2010
Voluntario	319	199
Término de contrato	171	154
Cambio de empresa o grupo	8	6
Bajas gestionadas	124	138
Otros	10	9
<b>Total</b>	<b>632</b>	<b>506</b>

## Bajas por departamento y sexo

	Hombres	Mujeres	Total
Áncash	2	6	8
Arequipa	3	7	10
Cajamarca	2	3	5
Cusco	5	6	11
Huánuco	1	0	1
Ica	1	2	3
Junín	4	11	15
La Libertad	9	7	16
Lambayeque	2	1	3
Lima	294	222	516
Loreto	2	4	6
Moquegua	1	0	1
Piura	3	6	9
Puno	2	1	3
San Martín	4	4	8
Tacna	0	1	1
Ucayali	0	2	2
Ayacucho	0	1	1
Tumbes	2	1	3
Cerro de Pasco	0	2	2
Madre de Dios	1	0	1
<b>Total</b>	<b>345</b>	<b>287</b>	<b>632</b>

## Bajas por rango de edad

	2011	2010
< 26	230	186
Entre 26 y 45	318	260
> 45	84	60
<b>Total</b>	<b>632</b>	<b>506</b>

## Desarrollo

En BBVA Continental existe una política y un proceso normalizado de valoración de competencias y evaluación de la actuación, los cuales se aplican a toda la planilla.

**Valoración de competencias:** Identificar y evaluar los conocimientos y habilidades de cada persona respecto a las funciones inherentes al cargo que desempeña. Esto permite establecer un plan de desarrollo y formación único para cada colaborador de la entidad (el plan de desarrollo individual o PDI).

**Evaluación de la actuación:** Una herramienta motivacional muy importante del modelo de dirección de equipos, al permitir hacer tangible el reconocimiento de las personas que integran cada equipo.

El proceso de evaluación valora el grado de logro de los objetivos marcados al inicio del ejercicio y recompensa el esfuerzo y el resultado de cada colaborador, de manera que:

- Favorece el reconocimiento del mérito (retribución variable);
- Diferencia los desempeños excepcionales;
- Favorece el desarrollo profesional;
- Fomenta el estilo de dirección de BBVA, y
- Potencia esquemas de gestión y establece un lenguaje común.



La política de compensación en BBVA Continental se centra en el nivel de responsabilidad del puesto y en el desarrollo profesional de cada colaborador, evitando discriminaciones de cualquier tipo.

Por otro lado, la retribución variable tiene relación directa con el grado de consecución de los objetivos, tanto individuales como los de la unidad donde se desempeña; se establecen al inicio de cada ejercicio y otorgan un peso importante a los indicadores de satisfacción del cliente y de compromiso con los criterios de la responsabilidad corporativa: igualdad de función y responsabilidad del puesto, evolución profesional y de cumplimiento de objetivos. La relación salarial entre géneros es equivalente y equitativa.

## Remuneración bruta anual

	Hombres	Mujeres
Comité de Dirección	79%	21%
Directivos	86%	14%
Mandos medios	65%	35%
Especialistas	57%	43%
Fuerza de ventas	47%	53%
Puestos base	53%	47%
<b>Total</b>	<b>60%</b>	<b>40%</b>

Todos los colaboradores del banco disfrutan de los múltiples beneficios a los cuales pueden acceder, entre los que destacan el pago de escolaridad, seguros, aguinaldos, uniformes, además de vales de alimentación, movilidad y descanso por duelo, entre otros.

Todos los empleados, que trabajen ya sea a tiempo completo como parcial, pueden acceder a los mismos beneficios sociales.

## Compensación basada en la evaluación de la actuación respecto a la compensación total

	2011	2011
Comité de Dirección*	2.42%	2.86%
Directivos	2.72%	3.13%
Funcionarios y técnicos	5.94%	6.48%
Administrativos	0.12%	0.11%

\*Comité de Dirección y directores corporativos.

## Formación

Una de las claves de diferenciación de las empresas globales es la excelencia en la gestión del capital humano.

Durante el 2011 las líneas estratégicas de la gestión de formación se han basado en:

- Oferta especializada y segmentada, atendiendo a los objetivos claves del negocio y en coordinación con el cliente interno.
- Oferta enfocada en las personas, para contribuir a la mejora continua del clima laboral y del desarrollo profesional de los equipos de trabajo.
- Optimización y transformación de las metodologías de formación y capacitación, utilizando métodos tradicionales, como la formación presencial, y no tradicionales, como la vía on line, entre otras.
- Diseño de cronogramas formativos con visión de largo plazo.
- Proceso de formación con la activa participación y validación de los clientes internos (colaboradores).

## Canales de formación

### Horas

	2011	2010	2009
Formación presencial	156,865	264,757	126,057
Formación a distancia	0	1,271	7,278
Formación a través de e-Learning	234,597	193,308	168,120

## Formación

	2011	2010	2009
Inversión total en formación (en soles)	3,850,000	4,462,382	2,850,450
Inversión en formación por empleado (en soles.)	S/. 810	S/. 962	S/. 658
Horas de formación impartidas (en miles)	391,462	411,924	301,455
Horas de formación por empleado	80.4	88.8	69.7
Actividad formativa mediante e-Learning	59%	19%	56%
Evaluación de la satisfacción de la formación (sobre 5)	4.58	4.57	4.43
Empleados que han recibido formación en el año (%)	100%	100%	100%

El modelo de formación se enfoca en realizar actividades a través de:

### e-Learning

Todos los programas formativos que el banco ofrece son mixtos: formación presencial en aulas y formación on line. La Plataforma BBVA on-line "e-Campus", vigente desde el 2009, cobra mayor importancia cada año ya que ofrece al colaborador múltiples y atractivas ventajas: disponibilidad en todo momento, acceso desde cualquier parte con punto de internet, estandarización de la formación y acceso a una amplia variedad de cursos en el rubro de finanzas, habilidades, tecnología, administración, entre otros.

Este año la formación on line ha sumado 223,657 horas, que representan el 59% de la actividad total formativa. Este canal formativo cuenta con el respaldo de una prestigiosa universidad, líder mundial en formación virtual.

En el 2011 se utilizó un nuevo canal, el sistema Webex, que permite la interacción virtual y en tiempo real entre el expositor y los participantes de diferentes partes del país.

### Cursos regulatorios

La capacitación en temas sobre lavado de activos que se imparte al 100% de la planilla responde a la Resolución SBS 838-2008 "Normas complementarias para la prevención del lavado de activos y de financiamiento del terrorismo". El personal que tiene contacto directo con los clientes y los que laboran directamente bajo las órdenes del Oficial de Cumplimiento reciben, por la naturaleza de sus funciones, dos capacitaciones al año. Adicionalmente, todo personal que ingresa a laborar en el banco recibe material informativo sobre prevención en lavado de activos y financiamiento del terrorismo a través del Área de Relaciones con el Personal.

### Formación: áreas de negocio

El banco tiene un plan de carrera para cada puesto que ocupa el colaborador, llamado "Plan de línea de carrera", que fomenta la empleabilidad de los colaboradores con programas integrales. Estos programas se subdividen en tres módulos: finanzas, habilidades y negocio.

Algunos de los temas priorizados en el 2011 fueron negociación, análisis de estados financieros, evaluación de proyectos de inversión y dirección de equipos, esto tanto para colaboradores que son líderes de equipos como para quienes de acuerdo a su proyección de línea de carrera y habilidades innatas cuentan con potencial para asumir este reto en el corto plazo. También tuvo especial prioridad la "Escuela con mucho gusto", con una oferta formativa adaptada al modelo de calidad que exige el banco, basado en tres pilares: calidez, agilidad y facilitación de la vida a los clientes. Más de 800 colaboradores del Área de Distribución Red han participado en dicha escuela.

Adicionalmente, se continuó con la implementación de la "Escuela de riesgos", en la cual se refuerzan los conocimientos en temas de análisis de estados financieros y se trabaja para fomentar la estandarización de los diferentes criterios de evaluación de operaciones crediticias para el rubro de empresas. En su segundo año de operación, la Escuela ha formado a más de 250 colaboradores en cursos de gestión de riesgos para empresas y evaluación de proyectos de inversión.

Cada programa integral contó con un exhaustivo proceso de evaluación y seguimiento de resultados, que incorporó indicadores de productividad y mejora en el desempeño, como, por ejemplo, el indicador de calidad de atención a los clientes ("Escuela con mucho gusto") o efectividad en las operaciones aprobadas ("Escuela de riesgos"), entre otros. De esta forma, se hace visible y cuantificable la relación formación / mejora del desempeño.

La aprobación de cada programa integral es uno de los requisitos para postular a futuros ascensos en la línea de carrera. A la fecha han pasado por este programa más de 600 nuevos asesores de servicio, más de 100 ejecutivos de clientes VIP, más de 50 gestores comerciales y más de 90 gerentes de oficinas, entre otros puestos.

El banco también implementó una edición especial del "Diplomado en Gestión Empresarial", dirigido a equipos de la Red Minorista conformados por colaboradores exitosos y valiosos que no poseen título universitario o no están formados en carreras afines al giro de negocio del banco. Con esta oferta formativa de alto nivel, el banco ofrece un importante apoyo académico a todos sus colaboradores.

En el Área de Corporate and Investment Banking se realizó la actividad Global Training Program, que tuvo como objetivo estandarizar el conocimiento de productos especializados en todos los equipos a nivel mundial. El programa se desarrolló vía on line, mediante una plataforma de estudio especializada en temas financieros. Más de 100 colaboradores vienen participando de esta actividad.

### Formación: áreas de apoyo

En las áreas de apoyo también se realizaron diferentes actividades formativas, con énfasis en conocimientos específicos, según las funciones y habilidades corporativas.

**Dirección de equipos:** Los jefes son los principales responsables de realizar acciones integrales buscando la mejora continua de la gestión del clima laboral.

**Escuela con mucho gusto:** Con toda su oferta formativa orientada a la sensibilización en la cadena de valor para la calidad de la atención del cliente externo. Este año tuvo un especial despliegue en las áreas de apoyo, formándose a más de 180 líderes de dichas áreas y más de 470 colaboradores.

**Negociación:** Para fortalecer las habilidades de persuasión e influencia como base de toda negociación.

**Programa Lean D-Mas y Lean Tools:** Para entrenar a los participantes en herramientas de mejora de procesos y lineamientos claves para la implementación de "Procesos Lean". Se contó con facilitadores de la casa matriz en España, quienes son parte de la Lean Academy - BBVA, conformada desde este año para la implementación mundial de tan importante proyecto.

**Gestión de riesgos:** Destinada a reforzar a los auditores en procesos asociados al modelo de riesgos.

**Liderazgo personal y trabajo en equipo:** Enfocado en inculcar a los colaboradores su participación como entes activos en la mejora permanente del clima laboral de su centro de trabajo.

**Curso de responsabilidad y reputación corporativa:** Con el objetivo de actualizar a los voceros de la empresa en las políticas, riesgos y oportunidades que tiene el Grupo en el tema de responsabilidad corporativa.

### Escuela de Management Perú

En el 2011 se diseñó e implementó la Escuela de Management Perú, que comprende un programa formativo de largo plazo con foco en las habilidades de liderazgo. Cada actividad que conforma el programa está debidamente segmentada de acuerdo al perfil y personalidad de los diferentes colaboradores que tienen gente a su cargo, tanto de la Red de Oficinas como de las áreas de apoyo. De esta manera, sigue en pie el objetivo del banco de continuar siendo un lugar ideal para trabajar y proyectarse a futuro. Ya son más de 140 colaboradores los que han participado en esta escuela y han valorado con un excelente puntaje su nivel de satisfacción sobre el curso. Algunas actividades de la Escuela de Management que se han realizado son:

- Décima edición del programa de Desarrollo Directivo.
- Cuarta edición del programa de Desarrollo de Liderazgo.
- Primera edición del taller de Gestión Eficaz.
- Tres ediciones del taller de Dirección de Equipos.

### Corporativa

La Escuela de Management - Corporativa se ubica en Madrid, España, en el Campus La Moraleja, donde se llevan a cabo actividades formativas en inglés y español. El Campus, inaugurado en septiembre del 2011, es un centro de formación corporativa diseñado siguiendo los estándares de calidad del más alto nivel, no solo por su gran infraestructura sino por su tecnología de vanguardia.

El Campus La Moraleja - Madrid congrega a directivos del Grupo BBVA de todo el mundo para que reciban formación exclusiva, impartida por socios estratégicos de reconocidas escuelas de negocio a nivel mundial, como el Instituto de Empresa (IE), IESE, Center for Creative Leadership (CCL), London Business School, Wharton, Harvard, entre otras.

Las actividades realizadas son:

- Programa de liderazgo basado en valores.
- Programa corporativo de dirección.
- Programa corporativo de liderazgo.
- Programme in strategy for the financial sector.
- Entrepreneurial strategies for growth presentation.
- Programa estratégico de negocio.
- Riesgos estructurales.

### Escuela de idiomas

La Escuela de Idiomas ofrece especialmente formación en el idioma inglés a más de 250 colaboradores, en clases presenciales para pequeños grupos de participantes, con el apoyo de instituciones educativas del medio. Es importante destacar que el banco asume la totalidad del costo de cada alumno que realiza este tipo de estudios, que en promedio son más de 80 horas anuales de formación.

### Iniciativas para el autodesarrollo

El banco, permanentemente interesado por el autodesarrollo de cada uno de sus colaboradores, implementó La Hora e-Campus, novedosa iniciativa que promueve el estudio en la plataforma e-campus que el Grupo tiene para la formación on line, durante el horario habitual de trabajo. El colaborador, con el apoyo de su jefe inmediato, organiza su tiempo y puede estudiar los cursos de su interés. De esta manera se tangibiliza el sincero interés del banco por brindar múltiples facilidades para la formación.

### Plan de desarrollo individual

Para llevar a cabo un adecuado Plan de Desarrollo Individual (PSI) se establecen reuniones a modo de retroalimentación entre el jefe y los colaboradores para identificar y definir actividades de formación que refuercen los GAP, las que se desarrollarán en gran parte por medio de la plataforma e-campus y otras actividades presenciales.

Durante el 2011, un total de 546 colaboradores culminaron las actividades formativas relacionadas al PDI.

### Nuestros facilitadores internos

Se destaca de manera especial la labor realizada por los más de 170 facilitadores internos de diferentes áreas, con quienes ha sido posible realizar el 60% de la formación de los colaboradores.

### Formación

	Total
Número de horas	391,462
Número de participaciones	87,692

### Horas de formación

	Número
Comité de Dirección	250
Directivos	1,739
Mandos medios	63,069
Especialistas	58,728
Fuerza de ventas	89,693
Puestos base	177,983
<b>Total</b>	<b>391,462</b>

### Condiciones laborales

#### Conciliación

El banco prioriza la gestión del capital humano, por lo que busca identificar las expectativas y necesidades de sus colaboradores. Esta política se nutre de estándares de transparencia, igualdad de oportunidades y una objetiva meritocracia para impulsar y propiciar un adecuado clima laboral.

Durante el 2011 no se ha reportado ningún tipo de incidente o hecho que refleje algún tipo de discriminación, dado que las políticas internas del banco fomentan el respeto a la igualdad, la libertad de asociación y los trabajos no forzados.

## Contratos por género (%)

	Hombres	Mujeres
Plazo indeterminado jornada completa	37.73	33.54
Plazo indeterminado jornada parcial	0.09	0.06
Plazo determinado	14.41	14.17
Otros	0.00	0.00

## Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos

BBVA Continental es consciente y respeta la presencia de una representación sindical tal cual lo dispone la ley, apostando por la negociación colectiva en la búsqueda de puntos en común, el diálogo abierto y el consenso de decisiones como fórmulas de resolución de conflictos. Durante el 2011 el banco no ha sido objeto de multas o sanciones por incumplimientos relacionados con la libertad de asociación al Centro Federado.

El banco tiene como política que los resultados de la negociación con la representación sindical se apliquen a la totalidad de la planilla de colaboradores. La Junta Directiva del Centro Federado es elegida por sus asociados por un período de dos años.

Por último, el departamento de Recursos Humanos facilita a todos sus colaboradores la asistencia legal en cuanto al cumplimiento de sus derechos y deberes derivados de las relaciones laborales, lo que en muchos casos supone un motivo primordial para resolver conflictos y arribar a acuerdos que beneficien a ambas partes.

Sindicalizados	2011	2010
Número	266	212
Porcentaje sobre la planilla	5.7%	4.6%

BBVA Continental cuenta con un Comité de Disciplina y Prevención de Malas Prácticas, donde se detectan y evalúan incidentes que podrían ir en contra del cumplimiento de la normativa laboral por parte del personal y se determinan las medidas y/o sanciones a adoptar para cada caso. El Comité está conformado por cinco miembros del Comité de Dirección del banco más el Gerente de Administración y Marco Laboral y el responsable de Marco Laboral.

Comité de disciplina	2011
Desvinculaciones por incumplimiento de obligaciones laborales	15
Democión	2
Llamadas de atención	8

## Asuntos contenciosos

Comité de disciplina	2011
Acciones de amparo por solicitud de reposición	5
Demanda de nulidad de despido	3
Demanda por beneficios sociales	4
Demanda por despido arbitrario	3
Hostilización	1
Asignación familiar	1

## Bienestar

Durante el 2011 los lineamientos específicos en la gestión del bienestar de los equipos fueron:

- Apoyar en la constante mejora del clima laboral.
- Maximizar los beneficios y facilidades existentes a todos los colaboradores sin excepción.
- Diseñar nuevas acciones y estrategias en función de las necesidades de los equipos.
- Difundir la gama de beneficios que el banco ofrece a sus equipos.

En base a dichos lineamientos, cabe destacar las siguientes acciones realizadas durante el 2011:

### Portal Disfruta

Se lanzó el portal Disfruta, sitio web diseñado para que los colaboradores y sus familias tengan un único y cómodo acceso a los más de 50 beneficios que ofrece el banco para ellos. El portal puede ser contactado desde cualquier lugar que cuente con un punto de internet.

Adicionalmente, se desarrolló el concepto "Disfruta la experiencia de ser parte del BBVA", estructurado en tres partes:

- "Para Ti": Con beneficios exclusivos para el colaborador, como: "Oficina de empleados", un área exclusiva para guiar y atender sus necesidades financieras y otorga tasas preferenciales; "Viernes casuales", para contribuir a un fin de semana más distendido, y "Canal SAE" (Servicio de Atención al Empleado), un contact center exclusivo para informarse y realizar consultas acerca de temas de recursos humanos, entre otros.
- "Para Ti y TU familia": Con beneficios para el colaborador y su familia: "Plan de Salud" con diferentes tipos de coberturas; "Medio día libre por el cumpleaños", para motivar al colaborador permitiéndole disfrutar de ese día tan especial; "Programas de calidad de vida", que consta de ferias de salud y beneficios especiales para chequeos preventivos; "Servicio personalizado de asistencia social", para ayudar al colaborador en esos momentos difíciles; "Celebraciones", presente en fechas especiales que involucran a toda la familia, como el Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño, fin de año, entre otras; "Baby Pack", que brinda atención especial de asesoría y un tierno regalo de bienvenida al nuevo integrante de la familia; "Vacaciones divertidas", para los hijos; "Club de esparcimiento", para que los colaboradores y sus familiares gocen de agradables momentos y mayor comodidad, y "Aguinaldo navideño", que incluye la canasta

navideña, el infaltable pavo y juguetes para los engreídos, entre otros.

•“Para TU desarrollo profesional”: Con beneficios para el crecimiento profesional y la línea de carrera del colaborador, quien puede acceder a “Programas de formación” de alto nivel académico, de acuerdo a las necesidades del negocio y a las metas individuales, con certificaciones especiales directamente relacionadas al plan de Línea de Carrera; “Reconocimiento a la excelencia”, para los que demuestren excelencia académica ocupando los primeros lugares de sus estudios de postgrado, que en compensación por el esfuerzo realizado reciben la devolución total o parcial de la inversión realizada, y la “Feria virtual de maestrías y estudios”, que merece mención aparte.

### Feria virtual de maestrías y estudios

Es un portal al que es posible acceder desde cualquier punto de internet y donde los colaboradores, familiares y amigos pueden informarse acerca de los programas de pregrado, postgrado e idiomas que existen. Además, provee información sobre tasas preferenciales, convenios y descuentos corporativos.

### Mejoras en el plan de salud

Ferias de la salud: Siendo el bienestar y la salud uno de nuestros principales objetivos, BBVA Continental realiza gestiones permanentes en el plan de salud, y gracias a la aceptación e impacto positivo de este en los colaboradores y sus familias, ha realizado mejoras en las coberturas y actividades importantes, como las Ferias de la Salud a nivel nacional, proporcionando atención en más de 20 especialidades médicas y atención psicológica.

Durante el 2011, además de la Feria en Lima se realizaron siete más en otras tantas ciudades del interior del país: Piura, Trujillo, Cajamarca, Chiclayo, Arequipa, Cusco, e Iquitos.

Adicionalmente, se realizaron programas de vacunación a nivel nacional contra la Influenza.

### Beneficios personales

En el siguiente cuadro se detallan algunas de las iniciativas que complementan y mejoran la política retributiva del banco.

Programa	Actividades
Especiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Escolaridad.</li> <li>•Aguinaldo navideño.</li> <li>•Uniformes anuales.</li> <li>•Vales de refrigerio.</li> <li>•Movilidad.</li> <li>•Descanso por duelo.</li> <li>•Sala cuna integral.</li> </ul>
Pasión por mi desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Convenios con prestigiosas escuelas de negocios para ofrecer al personal del banco importantes descuentos en maestrías y diplomados.</li> <li>•Condiciones especiales de financiamiento.</li> <li>•Reconocimiento a la excelencia académica (devolución del 100% al primer puesto y 50% al segundo y tercer puesto).</li> </ul>
Bien de salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Sistema de empresa prestadora de salud a la par con EsSalud (seguro social).</li> <li>•Campañas de vacunación.</li> <li>•Consultorio dental.</li> <li>•Feria de la salud en Lima y provincias.</li> <li>•Asistencia social.</li> <li>•Chequeos médicos preventivos.</li> <li>•Consultorio médico empresarial.</li> </ul>
Seguros	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Seguro de vida (ley).</li> <li>•Seguro de asistencia de viajes.</li> <li>•Seguro de accidentes personales.</li> <li>•Seguro de transporte.</li> <li>•SOAT (precio preferencial).</li> <li>•Seguro automotor (precio preferencial).</li> <li>•Seguro de domicilio (tarifas preferenciales).</li> <li>•Seguro oncológico (tarifas preferenciales).</li> </ul>
Financiamiento exclusivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Préstamo hipotecario, Contiauto, libre disponibilidad, de salud, para maestrías, para diplomados, para otros estudios, tarjetas y cuentas con tarifas especiales.</li> <li>•Oportunidades Para Ti: acceso a servicios y productos a precios preferenciales y con descuentos exclusivos.</li> </ul>
Otras actividades	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Vacaciones divertidas: para hijos de los trabajadores.</li> <li>•Reconocimiento por el Día de la Secretaria.</li> <li>•Reconocimiento por el Día de la Madre.</li> <li>•Reconocimiento por el Día del Padre.</li> <li>•Celebración de Fiestas Patrias.</li> <li>•Día del Niño: dirigido a hijos de los trabajadores.</li> <li>•Ruta Quetzal BBVA (concurso interno para hijos de los colaboradores).</li> <li>•Día de la Familia (provincias).</li> <li>•Concurso internacional de dibujo infantil de postales de Navidad.</li> <li>•Fiesta de fin de año.</li> <li>•Portal Disfruta.</li> <li>•Feria virtual de maestrías.</li> <li>•Reconocimientos especiales por áreas y culminación de proyectos.</li> </ul>



## Programa para prejubilados y jubilados

BBVA Continental piensa en el bienestar de su colectivo en general, por lo que también brinda su apoyo a ex colaboradores jubilados –que al cierre del 2011 eran 743– a través de asistencia médica, aguinaldo navideño, uniforme y servicios bancarios. Este programa de asistencia no sólo cubre a los ex trabajadores sino que alcanza también a sus familiares directos: cónyuges e hijos (1,507 personas en total al cierre del año).

Los esquemas de los planes médicos cubren a tres colectivos:

- Jubilados administrativos..
- Pre-jubilados (Ex funcionarios).
- Jubilados funcionarios.

## Seguridad y salud en el trabajo

BBVA Continental piensa constantemente en brindar a sus colaboradores, clientes y proveedores un ambiente laboral seguro. Como parte de su política de seguridad y salud laboral, el banco dispuso la realización de las siguientes actividades preventivas:

1. Efectuar inspecciones permanentes en los trabajos de remodelación de la torre central para corroborar el cumplimiento de todas las normas de seguridad establecidas. A la fecha, no se ha reportado ningún accidente que lamentar.
2. Informar y sensibilizar a todo el personal en temas de seguridad y salud laboral a través de T-comunico.
3. Llevar a cabo una capacitación en temas de seguridad para todos los colaboradores a través de intranet (BBVA GRAMA).
4. Realizar inspecciones periódicas de seguridad en todos los establecimientos del banco, tanto en la sede central como en la red de oficinas, identificando probables peligros y riesgos, para luego planificar y poner en marcha controles que los eliminen.
5. Capacitar a todos los brigadistas de emergencia (evacuación, primeros auxilios y prevención anti incendio) de la sede central.
6. Realizar dos simulacros de evacuación de personal en la sede central con la participación de los trabajadores contratistas de la obra de remodelación de la torre.
7. Llevar a cabo las reuniones mensuales del Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, donde se analizan los índices de seguridad, causas de los accidentes si los hubo, y se proponen medidas de control para todo tipo de condiciones peligrosas.
8. Realizar coordinaciones e inspecciones para verificar el cumplimiento de los actuales estándares nacionales de seguridad durante el desarrollo de los trabajos de nuestros proveedores en la sede central.

Estas actividades contaron con la participación del 100% del personal, las mismas que se encuentran presupuestadas en el comité de seguridad y salud en el trabajo.

## Sistema de pensiones

En nuestro país existen actualmente dos sistemas previsionales que cualquier trabajador de BBVA Continental puede elegir y optar libremente:

1. El Sistema Privado de Pensiones (SPP), sistema en el cual el afiliado cotiza una contribución definida a una cuenta individual, cuya administración está a cargo de empresas privadas –las AFP– y bajo la supervisión del Estado, con el objeto de acumular un fondo pensionario individual del que se podrá gozar al momento de su cese laboral. El porcentaje promedio de aportación es del 13.28% de la remuneración (que comprende la cuenta individual de capitalización, comisión para la AFP y comisión del seguro). La edad mínima para jubilarse dentro de este sistema es de 65 años, pudiendo un trabajador acogerse también a otros planes especiales de jubilación.
2. El Sistema Nacional de Pensiones (SNP), un régimen pensionario del Estado Peruano que se caracteriza por ser un fondo colectivo y no una cuenta individual, está administrado por la Oficina de Normalización Previsional (ONP), organismo público técnico especializado adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas. El porcentaje de aportación en este sistema es del 13% de la remuneración. La edad mínima para jubilarse es de 65 años –hombres y mujeres– y 20 años de aportaciones, pudiendo también un trabajador acogerse a otros planes especiales de jubilación.

En el momento que el trabajador forma parte del Grupo se le hace entrega inmediata de un boletín informativo con las principales características y beneficios de ambos sistemas previsionales, a efectos de que se informe y tome la mejor y más conveniente decisión al elegir uno de ellos.

Sistema de pensiones	Número de empleados	Aporte anual
Sistema Privado de Pensiones	4,539	34,762,290
Sistema Nacional de Pensiones	165	597,772

## Comunicación interna

Pensando en nuestros colaboradores, la gestión de comunicación interna plantea una nueva estrategia basada en la cercanía, confianza y feedback, realizando una serie de acciones para mejorar la relación con ellos, promoviendo el diálogo y la transparencia y mejorando su calidad de vida.

Entre estas acciones tenemos:

**1. T-Comunico:** T-Comunico es un nuevo boletín que se difunde internamente a los colaboradores por medio del correo electrónico, en el que se resumen las noticias más importantes del banco. Esta nueva forma de comunicación, más amigable y eficiente, transforma y mejora la comunicación formal al darle mayor fluidez.

**2. Megacomité:** Se han redefinido ciertos espacios de comunicación para que sean más eficientes y motivadores, por ejemplo, los saludos en fechas especiales, como el Día de la Madre, Día del Padre, Fiestas Patrias, entre otros. En lo que se refiere a la sede central, se cuenta con la participación activa del Director Gerente General, en reuniones en el hall principal, y en cada una de

las oficinas de la Red a nivel nacional, el gerente de oficina comparte con su equipo el mensaje halagador que el Director Gerente General envía.

**3. Revista Contigo:** Contigo es la nueva revista del Grupo BBVA, que circula desde diciembre de 2010 entre todos nuestros colaboradores. En la revista, los protagonistas son ellos, los verdaderos artífices de los triunfos del Grupo, a los que se les brinda toda la información que los pueda integrar e involucrar más con los objetivos del banco.

**4. Protectores de pantalla:** Se utilizan los protectores de pantalla de los equipos informáticos a modo de difusión y recordación permanente de mensajes relevantes: Código de Conducta, Ley de Transparencia, lanzamiento de campañas para los colaboradores, entre otros.

**5. Encartes mensuales:** Es un nuevo canal de contacto que se distribuye mensualmente, anexo a la boleta de pago de los trabajadores, por el cual se les informa sobre beneficios para ellos y sus familias.

**6. Campañas:** Entre las más importantes campañas trabajadas durante el 2011 cabe destacar "Disfruta", un programa de beneficios para el colaborador, y "Maestros del círculo de la calidad", dirigida a la red de oficinas, en reconocimiento a sus resultados en la medición de calidad de servicio.

**7. Encuestas:** Con la realización de encuestas telefónicas a nuestros colaboradores se identifican y evalúan las mejores actividades y medios para mejorar la comunicación interna. Así, mejoramos nuestra estrategia de comunicación.

**8. After Office:** El objetivo de estas reuniones es estrechar los vínculos de amistad y compromiso, en un ambiente distendido fuera del habitual de la oficina. Es además una excelente oportunidad para dialogar con nuestro Director Gerente General y exponer ideas de mejora.

**9. Copa 60 BBVA Continental:** Un encuentro deportivo de integración y confraternidad realizado con motivo del 60 aniversario del banco. Los colaboradores participaron en tres categorías de la disciplina de Fútbol 7: Damas, Masters y Libres.

**10. Servicio de atención al empleado (SAE):** Es un canal diseñado para el Grupo BBVA que permite atender al colaborador de manera personalizada, orientándole y tratando de absolver todas las dudas y necesidades relacionadas con los procesos de Recursos Humanos, vía telefónica (Fono SAE 1660), portal SAE en la intranet y correo electrónico (sae-peru@grupobbva.com).

## Encuestas de satisfacción

Después de cada campaña, actividad o nuevo proceso generado desde Recursos Humanos, se realizan encuestas a través del SAE o links a encuestas electrónicas con opciones múltiples. Esta metodología permite medir el impacto de las iniciativas, así como recopilar información de interés para diseñar nuevas acciones o mejorar las existentes.

## Clima laboral

Cada año, BBVA Continental realiza una encuesta de satisfacción en la cual todos los colaboradores pueden opinar sobre las condiciones de trabajo y su desarrollo personal y profesional. Para el 2011, la encuesta de clima laboral fue realizada por la empresa Great Place to Work (GPTW), cuyo modelo considera tanto el ámbito racional como el emocional y facilita la realización de muestras comparativas con otras compañías o sectores, tanto a nivel local como internacional, e internamente entre unidades y departamentos del Grupo.

La encuesta GPTW se dirigió al 100% de la plantilla, garantizando como siempre la objetividad y confidencialidad. Los resultados en el 2011 posicionaron a BBVA Continental entre las mejores empresas peruanas con más de 1,000 trabajadores.

Uno de los objetivos de BBVA Continental es velar por el bienestar y buena salud de sus colaboradores y familiares, por lo que lleva a cabo diferentes actividades, como las Ferias de Salud ya mencionadas.

La intranet del banco ha implementado un espacio virtual dedicado a los boletines de salud, donde todos los colaboradores pueden enterarse, con información clara y veraz, acerca de los últimos avances y estudios en cuanto a tecnología médica y enfermedades.

	2011	2010
Tasa de ausentismo	1.09%	0.96%
Días perdidos (ausencias)	12,884	11,139

## Servicio de Atención al Empleado (SAE)

	2011	2010
Número de llamadas	41,249	36,201
Total de correos	1,883	1,651
Porcentaje de efectividad	97.00%	91.20%

## Tasa de ausentismo por departamento

	Ausencias	Tasa
Ancash	117	1.08%
Arequipa	264	0.79%
Ayacucho	5	0.18%
Cajamarca	7	0.09%
Cerro de Pasco	18	0.55%
Cuzco	177	1.12%
Huánuco	122	1.80%
Ica	259	1.84%
Junín	92	0.54%
La Libertad	347	1.06%
Lambayeque	267	1.46%
Lima	10,583	1.13%
Loreto	90	0.69%
Moquegua	2	0.11%
Piura	110	0.52%
Puno	37	0.53%
San Martín	114	0.89%
Tacna	23	0.34%
Tumbes	8	0.32%
Ucayali	242	2.24%
Madre de Dios	7	0.35%
<b>Total</b>	<b>12,884</b>	<b>1.09%</b>

## Voluntariado corporativo

El Grupo cuenta con Voluntarios BBVA, un equipo de colaboradores que brinda ayuda y entretenimiento a los niños necesitados de las regiones más críticas del país. Al cierre del 2011 se cuenta con 86 voluntarios, incluidos los siete del comité, motivados por un sentido de acción social en pro de los menores en situación de extrema pobreza.

A lo largo del año Voluntarios BBVA ha realizado diversas actividades, como llevar a niños de dos escuelas que la Fundación BBVA Continental apoya con el programa "Leer es estar adelante" a disfrutar de obras infantiles en el Teatro Mario Vargas Llosa, paseos al Fundo La Querencia y visitas a la fábrica panificadora Bimbo.

En el mes de julio, visitaron en el Hospital del Niño a los pacientes de Traumatología y Cirugía del cuello y cabeza. En otra actividad, llevaron a niños de los sectores más pobres del Callao al Teatro Larco para que puedan gozar de una función infantil.

Para finalizar el año, los voluntarios prepararon un show de Navidad, donde entregaron panetones y chocolate a los niños más necesitados y escenificaron tres cuentos trabajados por ellos mismos. Esas mismas escenificaciones las presentaron en tres oportunidades en la sede central del banco para los hijos de los trabajadores de dos áreas y para los niños de la Casa Emanuel.

En todo el 2011 los Voluntarios BBVA han atendido a alrededor de 930 niños de los sectores más humildes de nuestra capital.

# Compras responsables

## Política de compras

Durante el 2011 todas las adquisiciones siguieron los procesos según los modelos corporativos, desde la invitación a los proveedores hasta la adjudicación. Se realizaron adecuaciones a las normas para la adaptación a nuevas formas de trabajar debido al cambio del sistema de aprovisionamiento.

Se continúa dando oportunidades a más proveedores, por ello el 25% de los contratados el presente año son nuevos para el banco.

El proceso de búsqueda de proveedores y su posterior contratación se realiza tanto a nivel local como externo. El 98.6% de los proveedores son locales, sumando un total de 355 y representando el 99.24% de las compras.

Compras	S/.
Local	264,954,919.11
Extranjero	2,022,497.82

## Herramientas de gestión y aprovisionamiento

En el 2011 se marcó un hito importante con la implementación exitosa del nuevo Sistema Global de aprovisionamiento GPS (Global Procurement System), que permite la integración, trazabilidad e información en línea de los procesos logísticos y financieros. Asimismo, se ha venido trabajado en el segundo hito, a ser implementado en enero del 2012, con lo cual la integración será completa desde el requerimiento del usuario hasta el pago al proveedor.

El portal electrónico Adquira sigue siendo el principal medio para recibir propuestas de los proveedores, siendo su principal ventaja la automatización y transparencia, sumado a que resulta beneficioso para el banco desde el punto de vista de costos.

## Uso de herramienta electrónica

Número de negociaciones	2011	2010
Electrónicas	470	759
Tradicionales	598	698

\*La baja en el número de operaciones electrónicas se debe a la efectividad de los procesos y el monto adjudicado se mantiene al alza.

## Procesos de adquisición

Modalidad	Descripción
RFX	Proceso por el cual se solicita ofertas a los proveedores que participan en un concurso de precios.
Subastas	Proceso utilizado para concursos específicos en sus dos formatos: subasta inversa y subasta tradicional.

Esta herramienta es utilizada en todas las adquisiciones que superan los US\$ 10,000 y en otras de menor importe en caso que se considere necesario.

## Sistema de homologación

La homologación garantiza la calidad de los bienes y servicios a contratar y permite conocer el grado de compromiso que los proveedores tienen con sus trabajadores y con el medio ambiente. Por ello, el banco continuó incentivando a los proveedores a pasar por el proceso de homologación a través de alguna certificadora del mercado.

Los proveedores deben responder a un cuestionario con preguntas relacionadas a los siguientes rubros:

1. Situación financiera y obligaciones legales.
2. Capacidad operativa.
3. Gestión de la calidad.
4. Seguridad, salud y medio ambiente.
5. Gestión comercial.
6. Responsabilidad social.

Los criterios para determinar proveedores homologables son la facturación y la recurrencia.

Como se puede apreciar en el cuadro, continúa en crecimiento la cantidad de proveedores homologados cada año, demostrando con ello el compromiso entre el banco y los proveedores.

### Homologación de proveedores

	2011	2010	2009
Proveedores homologados	171	155	107

Dentro del proceso de adquisición de bienes y servicios, los participantes en el proceso deben contar con ciertas competencias profesionales, que deben sumarse a principios indispensables que para el Grupo merecen una atención especial: ética, objetividad y transparencia.

BBVA Continental y el Grupo BBVA valoran especialmente a aquellos proveedores que comparten los principios que sustentan el Código de Conducta del Grupo BBVA y que han adoptado para el desarrollo de sus actividades los compromisos del Pacto Mundial de Naciones Unidas, razón por la cual se incluyen preguntas relacionadas al tema en el cuestionario de homologación.

Durante el 2011 todos los proveedores que presentaron un certificado de homologación fueron aceptados por el Comité, ya que superan las exigencias mínimas.

Una de las acciones que el banco mantiene con fin altruista, y como parte de los proyectos responsables con los proveedores, es la compra de las tarjetas de saludo navideño, práctica que se viene realizando desde hace más de cuatro años, teniendo como beneficiarios instituciones sin fines de lucro y cuyo foco de atención sean los niños en situación de abandono. La institución beneficiada en el 2011 fue la Asociación Mensajeros de la Paz.

### Compra de tarjetas de Navidad

	2011	2010	2009
Cantidad	43,570	27,630	24,310

## Medio ambiente

BBVA Continental considera como primordial y de vital importancia la gestión de riesgos ambientales y sociales, para lo que cuenta con la aprobación y total apoyo del más alto nivel directivo del banco. Ello ha permitido marcar una clara e innovadora diferencia respecto a las otras empresas del sistema financiero, consolidando de esta manera su visión y compromiso de inculcar una cultura de cuidado del medio ambiente en el cual ejerce influencia.

El banco reconoce los estándares internacionales de sostenibilidad ambiental, está adherido voluntariamente al Pacto Mundial de la ONU y bajo el alcance de los Principios de Ecuador en materia de riesgo ambiental y social.

Otro de los compromisos del banco es facilitar la implementación de la política ambiental del Grupo asegurando el desarrollo de procedimientos apropiados para la gestión del riesgo ambiental y social de los proyectos que financia, sobre la base de los siguientes principios:

•**Cumplimiento de la legislación:** Los proyectos financiados deben cumplir con la legislación ambiental y social que establece cada sector en el país, regirse bajo los Principios de Ecuador y tomar como referencia las Normas de Desempeño del IFC.

•**Sensibilización y prevención:** Incorporar el riesgo ambiental y social de los proyectos como una variable obligatoria a considerar en los criterios de evaluación de decisión del riesgo, con el fin de prevenir la contaminación y otros impactos potenciales adversos en el entorno, a la vez de potenciar los impactos positivos de nuestra actividad.

•**Mejora continua:** BBVA Continental entiende que la gestión de los impactos ambientales y sociales de la financiación de proyectos es un proceso de mejora continua que implica la fijación de objetivos, revisión del desempeño e implantación de acciones de mejora.

•**Transparencia y comunicación:** Gestionar el riesgo ambiental y social con transparencia, respetando siempre la confidencialidad de cada uno de nuestros clientes.

Estos principios forman parte del marco de actuación del banco en materia de riesgo ambiental y social de los proyectos a financiar, asegurando una compatibilidad con la política ambiental del Grupo BBVA en pro de un desarrollo sostenible.

### Plan Global de Ecoeficiencia

En concordancia con el Plan Global de Ecoeficiencia del Grupo BBVA, el banco viene aplicando este a nivel nacional, contando ya con cerca de 35 oficinas emblemáticas a nivel nacional donde participan los colaboradores de todas las oficinas en programas como el de la Hora del Planeta.

Durante el 2011 se realizó la renovación de los equipos de alumbrado en 30 oficinas de Lima, así como la renovación de las luminarias en los letreros de 50 oficinas gracias a la tecnología LED, lográndose así el ahorro de energía eléctrica y una menor generación de calor en el ambiente, lo que se traduce en menor contaminación.

También se viene ejecutando a nivel nacional la implementación

de sistemas automáticos de control de equipos de aire acondicionado, grupos electrógenos y circuitos de alumbrado, para el ahorro de energía.

Otras de las iniciativas que se mantienen constantes son el reciclado de papel y de cartuchos de tóner, el control del consumo de papel y agua, entre otros.

## Gestión ambiental

	2011	2010	2009
<b>1. Consumo de agua*</b>			
Total de agua consumida (m³)	152,441.97	201,055	138,751
Agua consumida por empleado	32.44	43.32	32.86
*El agua potable utilizada por el banco no se reutiliza ni se recicla debido a que el servicio es suministrado y controlado por empresas concesionarias del servicio público.			
<b>2. Consumo de energía</b>			
Total de energía directa (GJ)	1,623.93	2,649.16	4,092.78
Energía directa por empleado (GJ)	0.35	1.39	0.97
Total de electricidad consumida (GJ)	118,520.25	110,090.53	87,265.50
Total de diesel consumido (GJ)	1,623.93	2,649.16	4,092.78
Total de energía indirecta	118,520.25	110,090.53	87,265.50
<b>3. Consumo de papel</b>			
Total de papel consumido (t)	292	327	334
Total de papel consumido por empleado (kg)	62.22	70.52	79.21
Papel ecológico consumido	0	0	0
<b>4. Gestión de residuos</b>			
Papel (kg)	195,186.00	131,937	116,994
Tóneres (kg)	7,158.55	6,137.03	3,486
Aparatos eléctricos y electrónicos (kg)	48,989.10	6,309.55	5,961.9
<b>5. Emisiones atmosféricas</b>			
Total CO <sub>2</sub> emitido (t)	6,832.57	6,460.72	5,313
Emisiones directas CO <sub>2</sub> (t) <sup>1</sup>	313.96	405.74	4,799
Emisiones indirectas CO <sub>2</sub> (t) <sup>2</sup>	6,518.61	6,054.98	514
<sup>1</sup> Incluye el CO <sub>2</sub> por consumo de diesel y viajes con vehículos propiedad del banco.			
<sup>2</sup> Incluye el CO <sub>2</sub> por consumo de energía eléctrica.			
<b>6. Videoconferencias*</b>			
Videoconferencias	528	470	300
Telepresencias	56	82	70
Salas equipadas con videoconferencias <sup>1</sup>	9	5	5
<sup>1</sup> El Grupo BBVA fomenta el uso de videoconferencias para reducir la cantidad de viajes y así contribuir a la disminución de las emisiones atmosféricas.			
Total de empleados al 31.12.2011: 4,699			



## Cambio climático

Para el Grupo BBVA el cambio climático es un desafío que desde diferentes puntos de vista presenta riesgos no sólo para el sector financiero sino para la preservación del mundo entero, y considera que ante situaciones reales como esta es preciso dar una respuesta inmediata y acertada. Por lo tanto, el Grupo pretende consolidarse como una compañía comprometida y responsable en la búsqueda de soluciones que mitiguen y prevengan las consecuencias del cambio climático.

Para ello, en el 2011 el banco mantuvo las iniciativas para el desarrollo y estudio de productos y servicios que contribuyen a la protección del clima y reafirmó su preocupación cumpliendo los compromisos asumidos con UNEP FI, el Pacto Mundial de Naciones Unidas y demás multilaterales. Igualmente, los sistemas de gestión de riesgos ambientales, tanto en proyectos de inversión (Principios de Ecuador) como en la gestión medioambiental de los perfiles crediticios, continuaron siendo materia de evaluación por la gestión del banco.

En BBVA Continental entendemos que las alteraciones en el medioambiente y el cambio climático pueden representar grandes problemas y riesgos para las instituciones financieras. Entre los que afectan directamente al banco están: 1) el riesgo de crédito ambiental, cuando un cliente es sujeto de multas o penalizaciones a consecuencia de su desempeño ambiental, lo que podría afectar su flujo de caja y por tanto el repago del préstamo; y 2) el riesgo sobre la reputación, cuando la imagen del banco se ve claramente afectada

por un cuestionable desempeño ambiental de su cliente.

Es por eso que BBVA Continental fomenta el desarrollo de la Cartera Verde, un portafolio compuesto por operaciones que contribuyen a la preservación del medio ambiente. Bajo esa premisa se implementó durante el 2011 una nueva línea verde con fondos del BID por US\$ 30MM para el financiamiento de proyectos de eficiencia energética, energía renovable, industria forestal sostenible, biodiesel, entre otros.

## Formación y sensibilización ambiental

Para BBVA Continental la capacitación de su personal en temas de políticas y procedimientos ambientales es importante para mejorar su competencia y establecer la pauta que seguirán sus líneas de negocio.

El Área de Riesgos, a través de la Secretaría Técnica y Gestión de Riesgo Ambiental, en coordinación con el Área de Formación del banco desarrolla permanentemente programas de formación y sensibilización, con la finalidad de capacitar en cuestiones ambientales a los colaboradores, en especial de la red comercial -117 de sus ejecutivos recibieron formación en el 2011- y analistas de riesgos.

En el 2011 tres colaboradores del Área de Riesgos participaron en un Curso Virtual sobre Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (ARAS) dictado por INCAE en coordinación con UNEPFI.





# Compromiso con la sociedad

S/. 7'212,074

Total de recursos destinados.

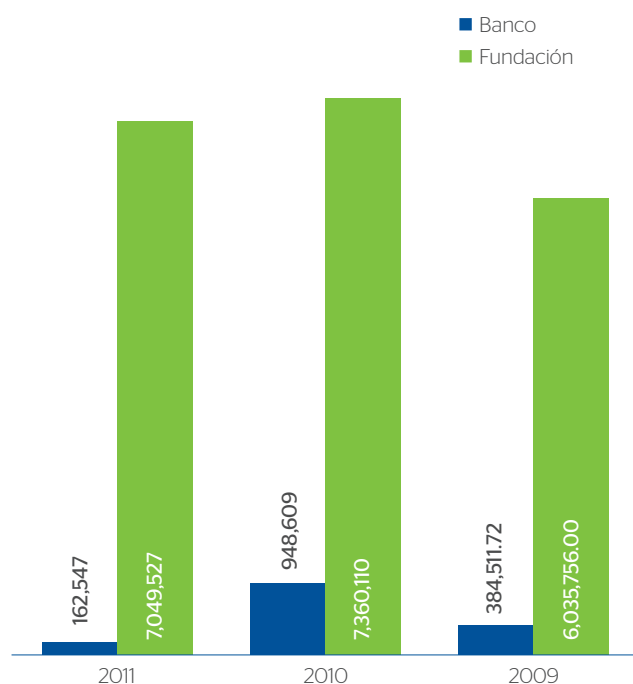
52,974

Niños beneficiados por  
el programa "Leer es  
estar adelante".

# Compromiso con la sociedad

## Compromiso con la sociedad: Recursos destinados por BBVA Continental y su Fundación

Nuevos soles



## Fundación BBVA Continental

La Fundación BBVA Continental es una entidad sin fines de lucro a través de la cual BBVA Continental desarrolla los programas de acción social, enfocados principalmente en la promoción y difusión de la cultura y la educación.

El detalle de las actividades que realiza la Fundación se encuentra en [www.fundacionbbva.pe](http://www.fundacionbbva.pe).

### Educación

#### Programa "Leer es estar adelante"

En el 2011 el programa "Leer es estar adelante" ha desarrollado alianzas estratégicas con nuevos socios, formalizadas a través de convenios. Ello ha viabilizado la expansión de la cobertura del programa, así como su sostenibilidad en el tiempo.

## Apoyo a la comunidad: Recursos destinados por BBVA Continental y su Fundación

En miles de nuevos soles

	2011	2010	2009
<b>Por entidad</b>			
BBVA Continental	162,547	948,609	384,511.72
Fundación BBVA Continental	7,049,527	7,360,110	6,035,756.00
<b>Total</b>	<b>7,212,074</b>	<b>8,308,719</b>	<b>6,420,267.72</b>
<b>Por temática</b>			
Asistencia social	52,994	68,271	157,227.05
Educación	2,194,143	2,938,941	2,089,518.00
Cultura	1,180,244	1,521,302	384,193.66
Salud	2,605,661	2,512,516	2,466,250.00
Ciencias sociales	0		
Medio ambiente	0	2,896	
Promoción de la responsabilidad social	0		223,461.00
Otros campos y gastos de estructura de las fundaciones	1,179,032	1,060,705	819,849.30
Desarrollo económico y social	0	204,088	279,768.70
<b>Total</b>	<b>7,212,074</b>	<b>8,308,719</b>	<b>6,420,267.71</b>



## Nuevos socios en el 2011

Socio	Región
Fondo Social Alto Chicama	La Libertad
Sider Perú - Gerdau	Áncash
SEAL	Arequipa
Petroperú - Op. Conchán	Lima
Exsa	Lima
Impala (ex Cormin)	Callao
Empresa de Generación Eléctrica Cheves	Huaura
MINSUR, Inversiones Nacionales de Turismo, Agrícola Hoja Redonda, TASA, Nitratos del Perú	Ica

## Socios que han renovado convenio del 2010

Socio	Región
Minera Barrick Misquichilca	La Libertad / Áncash
Fundación Telefónica	Loreto
AFP Horizonte	Lima
Municipalidad de Miraflores	Lima

En cuanto a las escuelas patrocinadas por BBVA Fundación Continental, además de las 19 escuelas pioneras que forman parte del programa desde el 2007, en 2011 se han incorporado dos nuevas escuelas en Ica.

Estos esfuerzos conjuntos nos han permitido ampliar la cobertura de niños, docentes y escuelas atendidas.

Al cierre del 2011, sumando los escolares que han egresado cada año, "Leer es estar adelante" ha atendido en total a 69,398 escolares.

Ica constituye la octava región del Programa, incorporada en el 2011. Ello implica el desarrollo de contenidos y el diseño de nuevos libros para la ampliación de la colección *Adelante*.

## Cobertura "Leer es estar adelante"

Socio	2011	2010
Socios	31,272	28,045
Escuelas Fundación BBVA	21,702	20,559
<b>Total</b>	<b>52,974</b>	<b>48,604</b>

En el 2011 se han elaborado los siguientes nuevos libros:

- 5º Ancash
- 5º La Libertad
- 3º Ica

La colección de los libros "Adelante" se compone de 32 libros para los alumnos, 32 libros para los profesores y una Guía Pedagógica; es decir, la colección actual consta de 65 títulos.

En el 2011 se han impreso y distribuido 62.885 textos<sup>1</sup>: libros de comprensión de lectura para los alumnos, libros para el profesor y guías pedagógicas.

### "Leer es estar adelante en el parque"

En noviembre, se inauguró el programa de fomento de la lectura "Leer es estar adelante en el parque", una iniciativa para motivar en los niños el hábito de la lectura en un ambiente libre, divertido y acogedor.

<sup>1</sup>Cada texto consta de 2 tomos, con lo cual el número de libros impresos y distribuidos en el 2011 es de 125.770.

	Inversión 2011	Número de becarios	Beneficiarios indirectos <sup>1</sup>	Número de voluntarios <sup>2</sup>	Número de aliados <sup>3</sup>
Perú	S/. 1,425,969	52,974	211,896	86	22

<sup>1</sup>Dato calculado sobre la base del número promedio de integrantes de una familia (dato INEI).

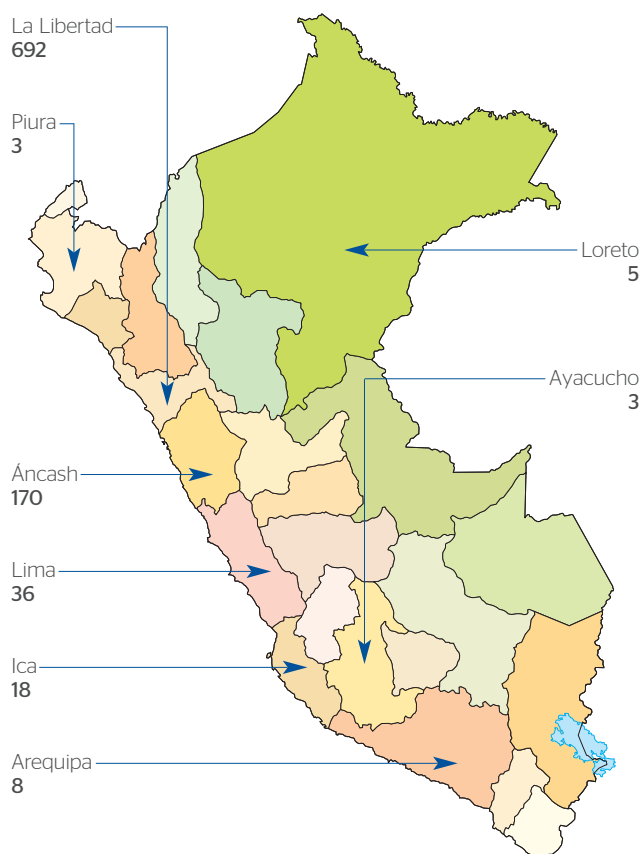
<sup>2</sup>Corresponde a los Voluntarios BBVA.

<sup>3</sup>Se incluye: Ministerio de Educación, Instituto de Estudios Peruanos, gobiernos regionales de Arequipa, Ayacucho, Loreto, Piura y todos los socios privados.

La propuesta se desarrolló durante cinco sábados desde las 11 am hasta las 4 pm, en el Anfiteatro Chabuca Granda del Parque Kennedy de Miraflores. Para atraer a los niños se instalaron bibliotecas con más de 500 libros de diversos géneros literarios, rotulados por edades y disponibles para que los niños los tomen, los usen, los devuelvan y puedan empezar con otro título. También se desarrollaron actividades artísticas complementarias que incluyeron narradores de cuentos, animadores de lectura y juegos pensados para reforzar la comprensión lectora en los infantes.

Leer es estar adelante, en el parque inicia de esta manera un nuevo ciclo donde la institución privada y pública aúnan esfuerzos en pro del bienestar social, haciendo del medio ambiente un lugar para la educación. Todos los niños pueden participar libremente de la actividad y junto a sus padres acceden a distintos textos de la literatura universal, obras clásicas, libros de aventura y ciencias.

### Programa “Leer es estar adelante”. Número de escuelas por región



### Fondo Mutuo BBVA Leer es estar adelante

Como una iniciativa para apoyar al Programa, BBVA Asset Management Continental lanzó el Fondo BBVA Leer es estar adelante, primer fondo mutuo creado en el Perú para apoyar una causa social. En este caso, los fondos donados se destinarán a elevar el número de escolares peruanos que participen en el programa “Leer es estar adelante”, que busca mejorar el nivel de comprensión de lectura de los niños peruanos.

El fondo nace de la necesidad de muchos partícipes tenedores de fondos mutuos que no encuentran una manera óptima de canalizar su apoyo a la educación. Es por este motivo que se crea el fondo, con la finalidad de brindar al cliente un medio seguro para apoyar a la Fundación BBVA Continental de manera sencilla, sin afectar un gran porcentaje de su rentabilidad.

Los aportantes pueden donar un décimo de una cuota de su fondo cada seis meses, logrando que más niños participen del programa “Leer es estar adelante”. Por su parte, BBVA Asset Management Continental SAF donará el equivalente en dólares por cada un décimo que los partícipes aporten.

El fondo destinará un décimo de la cuota (aproximadamente US\$ 13.62), cuando tenga rendimientos positivos en el respectivo semestre y el miembro partícipe tenga un plazo de permanencia mínima de 180 días calendario a las fechas de corte de 15 de junio y 15 de diciembre. El monto mínimo a partir del cual está permitido aportar en el fondo es de 100 cuotas (aproximadamente US\$ 13,600).

El fondo, anteriormente denominado Fondo BBVA VIP, invierte en instrumentos de deuda de mediano plazo de renta fija en moneda extranjera en el Perú, principalmente en bonos corporativos, de Gobierno, depósitos y certificados de depósitos. El fondo cerró el año con 176 partícipes, con un patrimonio de 52.995.632 soles y un valor cuota de 380,08 soles.

BBVA Continental es el primer banco del país en diseñar un fondo social que tiene como objetivo contribuir a la mejora de la educación infantil en el Perú. El Grupo BBVA, por su parte, es pionero en Latinoamérica en la creación de fondos sociales. La primera iniciativa realizada por BBVA en este campo la llevó a cabo Bancomer en México. El fondo denominado B+EDUCA, que apoya al programa de becas “Por los que se quedan”, ha logrado desde su creación 14,874 partícipes, donar US\$ 3.37 millones y más de 3,478 alumnos beneficiados.

### Educación financiera

Para el banco es de suma importancia la atención que se le brinde a los temas relacionados con la educación financiera, que además responde a una de las necesidades del mercado. Bajo esa perspectiva se viene trabajando con el programa “Adelante con tu futuro”, que se encuentra en su fase de desarrollo.

A través de esa iniciativa se busca capacitar a los ciudadanos en temas tan sensibles e importantes para el sector como el funcionamiento de los productos financieros, su buen uso y las ventajas y beneficios que trae para los usuarios conocer y manejar adecuadamente las herramientas financieras para hacer realidad sus sueños y proyectos.

El objetivo de este programa es formar ahorradores constantes y

deudores responsables. Actualmente, la dinámica de la actividad financiera impone un nuevo reto: la inclusión financiera, ya que la oferta de servicios financieros está llegando cada vez a más personas y eso se refleja en los niveles de bancarización de los últimos años. De allí parte la preocupación del Grupo BBVA por realizar un aporte verdaderamente significativo a este esfuerzo que comprende que cada vez más ciudadanos formen parte del sistema financiero formal.

“Adelante con tu futuro” comprende la realización de los siguientes talleres:

- **Ahorro:** Donde se abordará la importancia del ahorro, las diferentes formas de ahorrar, cómo incrementar estos fondos y cómo administrar su dinero.
- **Crédito:** Se capacitará a los participantes en asuntos como en qué consiste el crédito, su utilidad y el uso responsable de las tarjetas de crédito.
- **Salud crediticia:** Que presentará consejos sobre planeación y organización, administración y prácticas para el pago de créditos.
- **Canales transaccionales y seguridad bancaria:** En los que se aportarán los conocimientos necesarios y ofrecerán consejos prácticos de seguridad para hacer transacciones utilizando los diferentes canales transaccionales; su funcionamiento y cómo adoptar una cultura de uso de estos canales.

### Emprendimiento social-Jóvenes emprendedores

En el segundo trimestre del 2011 se lanzó el programa “Jóvenes emprendedores”, cuya finalidad es la de promover el espíritu emprendedor y de cambio social como actores futuros de transformación social a través del emprendimiento, y que pasa a formar parte del programa de becas que se tiene con la Pontificia Universidad Católica.

La Fundación convocó al Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la PUCP (CIDE-PUCP) para que realice un programa de capacitación que responda a las necesidades de jóvenes adultos que busquen ampliar su visión en el desarrollo de emprendimientos sociales con visión de negocio, orientados a generar una actividad que represente una fuente responsable de trabajo.

El programa busca contribuir al desarrollo óptimo de las capacidades de jóvenes emprendedores, de entre 18 y 20 años de edad, en el conocimiento de criterios para generar emprendimientos sociales con visión de negocio, para proponer ideas capaces de captar financiamiento y con impacto en una realidad social determinada. De los seis proyectos presentados, dos de ellos resultaron ganadores y sus autores obtuvieron una beca integral para la continuación de sus estudios universitarios.

### Emprendimiento social-ONG

A partir de una iniciativa del Grupo BBVA se ha iniciado un proceso de apoyo a la red SEKN para realizar un piloto previo al desarrollo del programa Momentum en América Latina, cuyo objetivo es apoyar la escalabilidad y el impacto de los emprendimientos sociales. El proyecto fue ejecutado por Emprende UP, oficina creada por la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Pacífico con la finalidad de promover una cultura

empresarial y contribuir a la formación y desarrollo de líderes emprendedores socialmente responsables.

Esta oficina se alió con NESST a fin de contar con su asesoría especializada en el campo del emprendimiento social. Ellos desarrollaron el taller de capacitación presencial y posteriormente una asesoría técnica a cada organización participante.

La convocatoria se realizó a través del envío de un HTML a la base de datos de ONG, a la del Diplomado Internacional en Gestión Estratégica de la RSE y los Negocios Inclusivos y a los ex alumnos de la universidad (45,000 contactos). Resultó ganadora la Asociación Cultural Teatro Vivo por su proyecto de rescate de niños que trabajan en la calle.

### Ruta Quetzal BBVA

Luego de seis años la Ruta Quetzal BBVA regresó por Perú para realizar un interesante recorrido. “La Aventura de Martínez Compañón en Perú - Del Desierto Moche a la Selva Amazónica” fue el título que este año llevó a más de 200 expedicionarios a recorrer el norte del país hasta Chachapoyas. Uno de los objetivos de esta versión fue enseñar a los participantes las tradiciones y cultura de los antiguos peruanos, dando a conocer su arte, arquitectura y etnogastronomía.

La expedición es una experiencia formativa en la que los participantes, además de ampliar sus conocimientos, desarrollan un espíritu de cooperación internacional con el fin de crear una nueva y más real escala de valores, que va más allá de la riqueza y la pobreza. Los expedicionarios son elegidos entre los mejores estudiantes de cada país a través de un riguroso proceso de selección.

## Cultura

### Salas de exposiciones “César Vallejo” y “Martínez Compañón”

Continuando con los proyectos culturales, la Fundación, inauguró en la Casa de la Emancipación, en la ciudad de Trujillo, las salas de exposiciones permanentes en homenaje a César Vallejo y a Martínez Compañón. La Casa de la Emancipación cuenta actualmente con una sala de exposiciones temporales, un salón principal que refleja el diseño de la época en cuanto a mobiliario y obras de arte y alberga además la importante colección de libros sobre el poeta César Vallejo que le perteneció al librero Juan Mejía Baca y que este decidiera entregar a la Fundación para que la custodiara y pusiera en valor para la comunidad trujillana.

Esto motivó a que la Fundación rindiera un homenaje al poeta libertario desarrollando el proyecto de habilitar una sala de exposiciones permanente donde el visitante pueda hacer una revisión de la vida y obra del escritor, y principalmente de su relación con la ciudad de Trujillo y su participación en la “Bohemia de Trujillo”. En la exposición también se puede conocer el trabajo de los principales investigadores de la obra vallejianista, sus retratos y sus retratistas y los diferentes soportes en los que se ha volcado su obra (long play, CD, además de algunos elementos conmemorativos como estampillas y monedas).

De forma semejante se ha trabajado la sala en homenaje al obispo Baltazar Jaime Martínez Compañón, quien a finales del siglo XVIII realizara una magnífica labor pastoral y administrativa en la zona

norte de nuestro país. En este espacio se presenta una reseña de los aspectos más saltantes de la obra que realizó Martínez Compañón durante los 11 años que estuvo al frente de la diócesis de Trujillo. Durante su estancia fundó 20 pueblos y trasladó 17, construyó 54 escuelas con el fin de atender y dar efectividad a todo su plan educativo, construyó seis seminarios, cuatro casas de educación para indios y 39 iglesias, a la vez que restauró 21, construyó 180 leguas de caminos y tres acequias, fomentó la agricultura del cacao y la exportación del lino y sembró árboles en toda la región de Sechura. Durante su visita pastoral recopiló información detallada de la flora, fauna, costumbres, folclor, música y arqueología de la zona norte del Perú la misma que conforman el Códex Trujillo del Perú y que plasmó en nueve tomos enviados al rey Carlos III de España acompañados de baúles que contenían partituras, instrumentos musicales precolombinos, entre otros importantes vestigios que complementaban la información.

### Teatro y otras actividades culturales

A través de los montajes teatrales realizados por la Asociación Cultural Plan 9, la Fundación participó del montaje "La tercera edad de la juventud" en el Teatro Mario Vargas Llosa, y "Demasiado poco tiempo" y "En la otra habitación" en el Teatro Larco. El objetivo es no solo poner en escena obras atractivas y de calidad, sino también generar espacios teatrales que nutran la diversidad de ofertas en una ciudad que demanda mayores puntos de cultura y entretenimiento.

Durante el 2011 la Fundación mantuvo estrecha colaboración con la Asociación Cultural de Artes Musicales Romanza, auspiciando las óperas "Il trovatore" de Giuseppe Verdi, "La bohème" de Giacomo Puccini y "Luisa Fernanda" de Moreno Torroba, además de la "Gala lírica de ópera y zarzuela", todas ellas realizadas en el Teatro Municipal de Lima, en las que participaron excelentes músicos e intérpretes nacionales y extranjeros.

Por tercer año consecutivo la Fundación auspició al Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica, participando de los montajes teatrales "La doble inconstancia", "Una vida en el teatro" y "Criadero", además del Festival de cine de Lima y las exposiciones "Man Ray" y "Fotografía Asiática".

### Actividades institucionales

Para BBVA Continental es de singular importancia mantener una presencia de relevancia en el campo institucional. En vista de ello

genera actividades que congregan tanto la relación con el cliente como con el público en general, en el campo social y en el financiero.

Entre las actividades realizadas en el 2011 tenemos la participación en el CADE Universitario, evento dirigido a jóvenes de todo el país pertenecientes al tercio superior de estudios de las universidades y centros de enseñanza superior, quienes se reúnen durante cuatro días con el fin de escuchar y dialogar con importantes personalidades del mundo empresarial, educacional y de la cultura del país, para tratar temas sobre la problemática y las oportunidades en el Perú.

En el ámbito cultural, el banco contó con una noche especial para sus principales clientes, quienes presenciaron el espectáculo de preinauguración del Teatro Municipal de Lima, visitando sus remozadas instalaciones.

La oferta de información oportuna para los clientes llegó en el mes de mayo tras la realización del desayuno "La Ley de la Factura Comercial: Retos y oportunidades", que contó con la participación del entonces ministro de la Producción, Jorge Villasante Arancibia, y el consultor del Estudio Lazo, De Romaña & Gagliuffi Abogados, Jorge Lazo. En el encuentro, que concentró la atención de más de 200 representantes de las principales empresas clientes del banco, se brindaron los principales alcances previos a la aplicación de la nueva ley.

Asimismo, como en años anteriores, el banco participó en el III Congreso Internacional de Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo, cuyo objetivo es la gestión oportuna de los riesgos que dichos delitos representan, a partir de un programa que permite informarse sobre la diversidad de ámbitos que abarcan estas amenazas y las actuales exigencias regulatorias y sus tendencias, así como conocer sistemas de gestión de riesgos de vanguardia y de adaptación a los cambios. Es un evento en el que expositores y expertos internacionales en materia de prevención intercambian experiencias y conocimientos.

Dentro de su política de inclusión financiera, el banco auspició el II Congreso Internacional de Educación Financiera, que se desarrolló del 18 al 20 de octubre, contribuyendo a la promoción de la educación financiera en la región y participando con delegaciones de 17 países bajo la premisa de que no hay país que se desarrolle sin ser bancarizado, enfatizando en la labor informativa que deben cumplir las empresas del sector.







**64** Progresos 2011 y Objetivos 2012

**69** Premios y nominaciones

BBVA Continental 2011

# Progresos 2011 y objetivos 2012

## Progresos 2011 y objetivos 2012

	Objetivos 2011	Progresos 2011	Objetivos 2012
<b>Política de responsabilidad corporativa</b>	•Plan de comunicación (interna y externa) de la RC.	•Desarrollo de redes sociales del banco, así como reformulación de las páginas web de la Fundación y el Programa "Leer es estar adelante".	•Desarrollo de la estrategia de promoción a través de los nuevos canales. •Acercamiento a nuevos colectivos con el fin de que conozcan más acerca de la RC del banco. •Lanzamiento de la campaña de recaudación de fondos y venta de productos promocionales para el financiamiento del programa "Leer es estar adelante".
	•Realización de comités específicos por tema relevantes.	•Desarrollo de actividades de acercamiento dirigido a los colaboradores del banco. •Realización de un Comité de RRS con la presentación del Plan de Comunicación Interna. •Presentación del Plan de los Compromisos con la Sociedad ante el consejo de la Fundación BBVA Continental.	•Realización de dos comités anuales (mayo y noviembre).
	•Ampliar el colectivo de colaboradores en el curso virtual y realización de dos talleres anuales como práctica regular con el Comité de Dirección y los voceros del IARC.	•Se realizó un curso virtual de responsabilidad corporativa dirigido al Comité de Dirección y a los voceros del IARC.	•Mantener la frecuencia de los cursos a través de la plataforma virtual.
	•Mantener la calificación A+.	•Quinta calificación del GRI que mantiene la calificación A+.	•Mantener la calificación.
	•Mantener la verificación del informe.	•Quinto informe verificado por Deloitte que mantiene un total de 119 indicadores.	•Mantener la verificación del informe.
<b>Grupos de interés</b>	•Reestructuración del proceso de consulta a los grupos de interés.	•Aplicación de encuesta para explorar el grado de conocimiento y valoración que se tiene sobre los programa de RS del banco.	•Seguir ampliando el perímetro de consulta.
	•Incorporar nuevas herramientas de escucha y análisis de la opinión pública.	•Planificación de mejora de los procesos de recojo de información. •Continuar con la planificación de medición a los diferentes grupos de interés.	•Aplicación de medición a las campañas de RC.
	•Mejorar los canales de distribución e información del IARC.	•Desarrollo de estrategias para llegar a más grupos de interés, con énfasis en los colaboradores.	•Creación de herramientas que permitan llegar a más grupos de interés.
	•Automatización de las transferencias por compras y ventas de las acciones de BBVA Banco Continental y los reportes de información a la SBS y SMV.	•Se concluyó el objetivo, quedando pendiente el reporte a las SBS y SMV.	•Petición de automatización de pago de dividendos de accionistas con certificados físicos.
	•Atención privada y personalizada al accionista por el Área de Valores.	•Continuidad en la atención personalizada.	•Brindar un servicio de calidad al accionista.
	•Continuar impulsando el uso de otros canales no presenciales.	•Continuidad en el uso de la web (cobro de dividendos y entrega de certificados físicos).	•Continuar con las mejoras.

	Objetivos 2011	Progresos 2011	Objetivos 2012
<b>Grupos de interés</b>	•Reforzar el conocimiento de la RC a través de los canales de comunicación interna.	•Continuidad en las mejoras.	•Desarrollo de un plan de la RC dirigido a los colaboradores.
	•Extender el perímetro de comunicación.	•Uso de redes sociales, para promocionar y remitir información de la RC del banco.	•Continuidad en las mejoras.
	•Ampliar el número de socios para incrementar el de niños atendidos por el programa "Leer es estar adelante".	•Se logró incorporar a nuevos socios de las regiones de La Libertad, Áncash, Arequipa, Lima y Callao.	•Mantener el crecimiento tanto en alianzas como en número de niños del programa "Leer es estar adelante".
	•Potenciar el rubro para lograr un mayor alcance.	•Lograr crecimiento en la estrategia con el cliente, identificándolo como el centro del negocio. •Se logró un crecimiento del 30.73 % de cuota de mercado a noviembre.	•Continuar con las mejoras en el sector financiero.  •Mantener el crecimiento ascendente cuidando y atendiendo las prioridades del cliente.
<b>Inclusión financiera</b>	•Desarrollo de nuevos productos para impulsar el segmento.	•Se mantuvo el plan de expansión de nuevas oficinas, cajeros automáticos y agentes corresponsales, a la vez que se logró mantener la estrategia de vinculación con los públicos y así llegar a más lugares.	•Continuar con las mejoras.
	•Continuar con las mejoras de las herramientas que permitan medir la calidad del servicio.	•Implementación en el Plan Anual de Medición del monitoreo Irene (Índice de recomendación neta), que ha permitido conocer con detalle las fortalezas y oportunidades en el servicio.	•Continuar con las mejoras.
<b>Orientación al cliente</b>	•Continuar con el desarrollo de nuevas herramientas que permitan mejorar la calidad de atención.	•Se trabajó con un plan de medición de calidad de servicio, en función de las metodologías de Voz del Cliente y Cliente Incógnito, a nivel interno y externo, comparándonos con la industria entre los cuatro principales competidores. •En la medición interna se logró un puntaje de 4.57/5 y a nivel industria se obtuvo el primer lugar entre los cuatro bancos más grandes del sistema.	•Mejorar el nivel de calidad de atención.  •Continuar con el incremento del puntaje.
	•Incrementar el alcance del modelo de calidad a todas las áreas del banco.	•Continuar desarrollando actividades basadas en tres pilares: calidez, agilidad y facilitarle la vida a los clientes.	•Mantener el desarrollo y aplicación de esta herramienta.
	•Desarrollo de los proyectos en esta línea.	•Implementación del plan de medición de calidad de servicio donde se trabajó en función de las metodologías de Voz del Cliente y Cliente Incógnito dirigido al público interno y externo, alcanzando el primer lugar entre los 4 principales competidores.	•Continuar con las mejoras.

	Objetivos 2011	Progresos 2011	Objetivos 2012	
BANCA RESPONSABLE	Orientación al cliente	•Continuar con las mejoras.	•Se implementó el “First Contact Resolution” cuyo objetivo es resolver los reclamos en el primer contacto entre el usuario y el banco.	•Continuar con las mejoras que permitan alcanzar óptimos niveles de satisfacción y reconocimiento de nuestros clientes.
		•Continuar con el desarrollo en esta línea.	•Incorporación de una actividad evaluada cada trimestre sobre los Mejores del Año, creando el Círculo de los Maestros de la Calidad.	•Continuar con mecanismos para mejorar la calidad.
		•Evaluación de la implementación de nuevos productos a partir de los talleres de RRC.	•No se han desarrollado talleres en el año.	•Evaluación de la implementación de nuevos talleres.
		•Modificación y simplificación de contratos	•Con la finalidad de mejorar y facilitar el proceso de contratación. Se busca simplificar el contenido, empleando un lenguaje sencillo y de fácil entendimiento. El proyecto se encuentra en evaluación por la SBS.	•En el mes de febrero de 2012 se revisarán contratos como préstamo comercial, línea de crédito, contrato de descuento, contrato de factoring, alquiler de cajas de seguridad y custodia. Esta etapa debe concluir en el mes de septiembre.
		•Aumento del número de personal capacitado en materia de riesgos.	•Se mantiene la formación de 100 colaboradores en el curso de Lavado de Activos y en la entrega del Código de Conducta del banco. •Posicionamiento de la Unidad de Seguridad de la Información.	•Continuidad de las mejoras de la estrategia de la seguridad de la información.
	Finanzas responsables	•Verificación de la aplicación de la capacidad crediticia.	•Continuidad con el desarrollo de nuevas herramientas que garanticen la confianza del cliente.	•Continuar con las mejoras.
		•Financiamiento de proyectos para certificar el cumplimiento de los Principios de Ecuador	•El banco ha financiado dos proyectos: una línea de transmisión que se construirá en la sierra sur del país y la ampliación de la capacidad de transporte de gas natural y líquidos	•Continuar con las mejoras.
		•Mantener el desarrollo y aplicación del programa.	•Implementación del “Programa de Cartera Verde”, con fondos del BID por USD 30MM para el financiamiento de proyectos de eficiencia energética, energía renovable, industria forestal sostenible, biodiesel entre otros.	•Continuidad en el desarrollo de esta línea de negocio
		•Cierre de la propuesta de esquema de aplicación de la verificación de los criterios sociales y ambientales en la actividad crediticia.	•Se ha extendido la evaluación para estudiar al detalle cada una de las características a considerar en la evaluación.	•Cierre de evaluación segundo semestre del año.
	Recursos humanos	•Mantener el desarrollo y aplicación de esta herramienta.	•Según la encuesta anual realizada por Great Place to Work, BBVA Continental se encuentra ubicado en el top 20 de las “45 mejores empresas para trabajar en el Perú”.	•Continuar con la aplicación de herramientas de escucha a los colaboradores, para seguir siendo una empresa sólida en la gestión de recursos humanos.
		•Continuidad con la campaña de sensibilización de la dirección de trabajo, salud y bienestar.	•Se ha logrado un gran alcance de participación de los trabajadores en la opción de teletrabajo. De esta manera se ha podido cumplir con los calendarios de programación de vacaciones.	•Implementación de nuevas campañas que mejoren el bienestar y el clima laboral.
		•Continuidad en la búsqueda de oportunidades que benefician a los empleados.	•Lanzamiento del portal Para ti. •Realización de actividad de integración (Copa 60).	•Continuidad desarrollando oportunidades que benefician a los empleados.



	Objetivos 2011	Progresos 2011	Objetivos 2012	
BANCA RESPONSABLE	Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"><li>•Potenciar el uso de la plataforma a partir del Plan de Formación Individual (PDI).</li><li>•Continuar con las mejoras.</li><li>•Aplicación del Plan local de Formación en RC.</li><li>•Desarrollo de actividades con colectivos especiales, enfocadas principalmente con el voluntariado BBVA.</li><li>•Continuar con el crecimiento de proveedores homologados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Durante el 2011, 546 colaboradores han culminado las actividades formativas relacionadas al PDI.</li><li>•Programas de idiomas.</li><li>•Continuar con las mejoras involucrando al personal del banco.</li><li>•Programación de actividades alineadas con los programas de acción social del banco.</li><li>•Continuidad en el crecimiento en un 25 % de proveedores nuevos para el banco, de acuerdo a las Normas del Sistema de Aprovisionamiento.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Incrementar el número de colaboradores que participen en el programa.</li><li>•Incrementar el número de participantes.</li><li>•Mantener el desarrollo y progreso del programa.</li><li>•Incrementar el número de voluntarios y actividades a desarrollar.</li><li>•Mantener el crecimiento.</li></ul>
	Compras responsables	<ul style="list-style-type: none"><li>•Se continuaron los proyectos responsables con los proveedores.</li><li>•Continuar con la renovación de equipos de alumbrado e implementación de nuevas oficinas con concepto ambientalista.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Se compró tarjetas de saludo navideño, con la finalidad de apoyar a niños en situación de abandono. La Institución beneficiada en el 2011 fue la Asociación Mensajeros de la Paz.</li><li>•Renovación de luminarias de tecnología LED en letreros de 50 oficinas.</li><li>•Se logró renovar equipos de alumbrado en 30 oficinas más, así como de luminarias en letreros.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Mantener alianzas estratégicas con instituciones benéficas.</li><li>•Continuidad con las mejoras bajo este esquema.</li></ul>
	Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"><li>•Continuar con la edición de los textos y la capacitación de maestros tanto en las escuelas propias como en las escuelas de los actuales y futuros socios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Se continuó con la incorporación de dos nuevas escuelas en Ica, con lo cual la Fundación BBVA Continental patrocina actualmente 21 escuelas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Incrementar el número de escuelas y maestros atendidos por el banco a través de su Fundación, además de las que se atienden a partir de la incorporación de nuevos socios.</li></ul>
	Compromiso con la sociedad	<ul style="list-style-type: none"><li>•Continuar con las alianzas con otras empresas y organismos a nivel nacional.</li><li>•Realización de la evaluación de medición.</li><li>•Continuidad del auspicio.</li><li>•Generar alianzas con otras instituciones culturales y desarrollar proyectos culturales internos en las sedes de provincia.</li><li>•Lanzamiento del programa “Adelante con tu futuro”</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•En el 2011 se beneficiaron 52,974 niños a través del Programa “Leer es estar adelante”.</li><li>•Realización de la medición de línea a los niños de las escuelas rurales.</li><li>•Continuidad con la alianza del Plan 9 con la intervención de mejora en la infraestructura del Teatro Larco.</li><li>•Auspicio al Museo de Arte Contemporáneo y creación de salas de exposiciones permanentes en las salas de exposiciones César Vallejo y Martínez Compañón en Trujillo.</li><li>•El programa se mantiene en su fase de producción, por parte del MIDE.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Mantener el incremento de alianzas.</li><li>•Continuar con las mediciones del programa “Leer es estar adelante”.</li><li>•Continuidad con los auspicios a la actividad teatral.</li><li>•Continuidad en la generación de nuevas alianzas con otras instituciones culturales.</li><li>•Desarrollo de la estrategia del programa</li></ul>



# Premios y nominaciones BBVA Continental 2011

## **BBVA Continental, el mejor banco del Perú por octavo año consecutivo**

La revista Global Finance designó a BBVA Continental como el mejor banco del Perú en la decimoctava edición de su premio a los Mejores Bancos de Latinoamérica, en virtud a los resultados que logró en el 2010. El banco recibió esta distinción por ocho años consecutivos, en los que siempre se ha destacado por la excelente capacidad de gestión y el dinamismo de su negocio.

## **Euromoney elige a BBVA Continental como “Mejor Banco en el Perú”**

The Euromoney Awards for Excellence, uno de los premios más prestigiosos que anualmente se conceden en el mundo de la industria financiera, distinguió a BBVA Continental como “Mejor Banco en el Perú”. El premio reconoce su liderazgo por la fortaleza de su marca, sólida reputación, eficiencia, rentabilidad e innovación.

El banco consiguió este reconocimiento debido a los buenos resultados obtenidos al cierre del 2011, reflejados en sus ratios de eficiencia y rentabilidad y en los altos estándares de calidad de cartera (ratio de morosidad y de cobertura); indicadores que durante el año se mantuvieron por encima del promedio del sistema bancario peruano.

## **BBVA Continental, quinto mejor banco de América Latina**

BBVA Continental fue reconocido como el quinto mejor banco de América Latina por la revista América Economía. Con la posición obtenida nos ubicamos como el mejor banco del Perú por tercer año consecutivo. La calificación responde al crecimiento de los resultados logrados por el banco, principalmente sobre la base del crecimiento sostenido de la actividad del negocio, la fortaleza de su marca, sólida reputación, eficiencia, rentabilidad e innovación.

El índice del modelo CAMEL, utilizado por América Economía, analiza y compara el desempeño bancario de acuerdo a su gestión de capital, activos, patrimonio y liquidez (Capital adequacy, Assets quality, Management, Earning y Liquity). BBVA Continental logró un notable resultado que lo llevó a ubicarse entre los mejores cinco bancos de América Latina.

## **Management & Excellence y Latin Finance: entre los bancos más sostenibles de América Latina**

La consultora Management & Excellence y la revista Latin Finance designaron a BBVA Continental en el tercer puesto del ranking anual de los bancos más sostenibles de América Latina. El banco obtuvo la más alta calificación como resultado de su política de responsabilidad corporativa, que se sustenta en proyectos y acciones sostenibles y su aplicación en todas y cada una de las unidades de negocio y apoyo.

Las principales actividades que hicieron posible que BBVA Continental se profile como un banco líder, innovador e inclusivo son:

- Plan de ecoeficiencia, que incentiva a sus colaboradores a un consumo racional de energía y agua, así como a la reducción en el uso de papel y tóners.
- Política de riesgo medioambiental para la evaluación de proyectos.
- Inclusión financiera, con la expansión de servicios financieros a través de agentes corresponsales, educación financiera y proyectos de vivienda sociales.
- Trabajo constante de Recursos Humanos en la mejora continua de estándares éticos e igualdad de oportunidades para los postulantes y colaboradores.
- El programa de acción social “Leer es estar adelante”, cuyo objetivo es incrementar los niveles de comprensión lectora entre los niños que cursan la educación primaria.

## **BBVA Continental entre las “45 mejores empresas para trabajar” del Great Place to Work**

BBVA Continental se encuentra en el top 20 de las “45 mejores empresas para trabajar en el Perú”, de acuerdo al estudio anual que realiza Great Place to Work, publicada por el diario El Comercio. El reconocimiento refleja la entusiasta participación de los colaboradores a nivel nacional, quienes han expresado su satisfacción y orgullo por formar parte de la gran familia BBVA en el Perú.

## **BBVA Continental continúa siendo el único banco del sistema financiero incluido en el índice de empresas que cumplen con los principios del buen gobierno corporativo otorgado por la Bolsa de Valores de Lima (BVL)**

BBVA Continental sigue manteniéndose en el primer lugar en el sistema financiero, premio otorgado por la Bolsa de Valores de Lima (BVL), incluido en el índice de empresas que cumplen con los principios de buen gobierno corporativo.



72	Pacto Mundial
73	Objetivos de Desarrollo del Milenio
74	Informe de revisión independiente
75	Criterios del informe
76	Indicadores GRI

# Información complementaria

# Pacto Mundial y Objetivos del Milenio

## Pacto Mundial

El cumplimiento de los 10 principios en los que se centra el Pacto Mundial de Naciones Unidas es la base de la responsabilidad corporativa de BBVA Continental. Su compromiso, que va desde su adhesión voluntaria en el 2004 hasta el día de hoy, conlleva el desarrollo de proyectos empresariales y sociales que involucran a cada una de las unidades de los diferentes niveles operativos del banco, a fin de promover esta iniciativa de gran relevancia a nivel mundial.

Adicionalmente, BBVA Continental es miembro de la Red del Pacto Mundial en Perú y miembro activo del Comité de Responsabilidad Social de la Cámara Oficial de Comercio de España en el Perú, donde conjuntamente con diversas empresas asociadas desarrolla proyectos para difundir las buenas prácticas empresariales. De esta manera el banco afianza su compromiso con la sociedad y el desarrollo del país.

## BBVA Continental y el Pacto Mundial de Naciones Unidas

Categorías	Principio	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. <b>Principio 2:</b> Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	LA 4, LA 7-8, LA 13, HR 1-2, HR 4-7, SO 5, PR 1  HR 1-2, HR 4-7, SO 5
Trabajo	<b>Principio 3:</b> Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. <b>Principio 4:</b> Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. <b>Principio 5:</b> Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil. <b>Principio 6:</b> Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	LA 4-5, HR 1-2, HR 5, SO 5 HR 1-2, HR 7, SO 5  HR 1-2, HR 6, SO 5  EC 7, LA 2, LA 13, HR 1-2, HR 4, SO 5
Medio ambiente	<b>Principio 7:</b> Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. <b>Principio 8:</b> Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. <b>Principio 9:</b> Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN 26, EN 30, SO 5, FS1, FS2  EN 1-4, EN 8, EN 16, EN 22, EN 26, EN 28, SO 5, PR 3, FS1, FS2 EN 2, EN 26, SO 5
Lucha contra la corrupción	<b>Principio 10:</b> Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	SO 2-5

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



# Objetivos de Desarrollo del Milenio

En el 2000, los países miembros de Naciones Unidas acordaron cumplir ocho objetivos, que hoy conforman los Objetivos del Milenio (ODM), y establecieron el 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras significativas en cuanto a reducción de pobreza,

enseñanza primaria universal, sostenibilidad y cuidado del medio ambiente, entre otras metas. BBVA Continental no es ajeno a esta iniciativa y en el 2011 ha continuado desarrollando bajo estos parámetros diversas acciones encaminadas al cumplimiento de los objetivos trazados.

Las iniciativas más importantes que se desarrollan al interior del banco encaminadas al cumplimiento de los ODM se detallan en el siguiente cuadro:

## Objetivos del Milenio en BBVA Continental

Objetivos del Milenio	Iniciativas principales de BBVA Continental*
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.	Productos con criterios de responsabilidad corporativa.
2. Lograr la enseñanza primaria universal.	Plan de Acción Social de BBVA para América Latina. Programa "Leer es estar adelante".
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.	Acuerdo de igualdad y conciliación entre la vida familiar y la laboral.
4. Reducir la mortalidad infantil.	Seguro médico según ley.
5. Mejorar la salud materna.	Seguro médico según ley.
6. Combatir el VIH/sida, el paludismo y otras enfermedades.	Seguro médico según ley.
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.	Gestión del impacto ambiental indirecto a través de los Principios de Ecuador (Grupo BBVA). Plan Global de Ecoeficiencia. Desarrollo de productos y servicios con criterios medioambientales.
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.	Participaciones diversas en foros sobre responsabilidad corporativa. Iniciativas del Foro de Reputación Corporativa (fRC) para la difusión de los ODM.

\*Se destacan las iniciativas más importantes de cada objetivo.



**Deloitte & Touche S.R.L.**  
Las Begonias 441, Piso 6  
San Isidro, Lima 27  
Perú

Tel: +51 (1) 211 8585  
Fax: +51 (1) 211 8586  
www.deloitte.com/pe

## Informe de Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2011 del BBVA Banco Continental S.A.

### Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC) del ejercicio 2011 del BBVA Banco Continental, cuyo alcance se encuentra definido en el capítulo "criterios del Informe". Con base en el mismo, nuestro trabajo ha consistido en revisar:

- La adaptación de los contenidos del IARC a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (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, sobre la ejecución de los proyectos sociales en el 2011 a cargo del BBVA Banco Continental S.A. (en adelante el Banco) y la Fundación BBVA Banco Continental (en adelante la Fundación).

Cualquier información distinta a la descrita arriba e incluida en el IARC, no ha sido revisada como parte de nuestro trabajo.

### Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo a las Normas Internacionales de Compromisos de Aseguramiento – NICA – que no son Auditorías o Revisiones de Información Financiera Histórica (*International Standard on Assurance Engagements Other than Audits of Reviews of Historical Financial Information*) – ISAE 3000, por sus siglas en inglés, – emitida por la Junta de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (*International Auditing and Assurance Standard Board* – IAASB).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Gerencia, así como a las diversas unidades del Banco 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 Banco para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IARC 2011.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2011 de las Juntas de Accionistas y Directorio, relacionadas a la Responsabilidad Corporativa del Banco.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con 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 del Banco de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados y descritos en los capítulos "Criterios del Informe" y "Grupos de Interés" del IARC.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados y comprobación de la existencia, así como el alcance de políticas, sistemas y procedimientos relativos a Responsabilidad Corporativa.
- Revisión relativa a que el contenido del IARC no contradice ninguna información relevante suministrada por el Banco en su Memoria Anual.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en la Guía G3 de GRI y comprobación que los indicadores centrales y del suplemento sectorial incluidos en el IARC se corresponden con los recomendados por dicha guía, indicándose aquellos no aplicables o no disponibles.
- Validación, mediante pruebas selectivas, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores principales GRI incluidos en el IARC 2011 y su adecuada compilación, a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Banco, así como en los resultados de los proyectos sociales ejecutados por el Banco y la Fundación.

### Conclusiones

En el capítulo "Indicadores GRI" del IARC 2011 se detallan los indicadores de desempeño revisados, las limitaciones en el alcance de la revisión y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos recomendados por GRI. 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).

Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información sobre los proyectos sociales ejecutados por el Banco y la Fundación BBVA Banco Continental en el 2011 contenga errores significativos.

### Recomendaciones

Adicionalmente, sin alterar nuestras conclusiones, hemos presentado a la Unidad de Imagen y Comunicación del Banco nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para fortalecer los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de la Responsabilidad Corporativa. Entre las más importantes destaca:

- Ampliar de forma consistente la base de conocimiento del personal del Banco, vinculado a la función de Responsabilidad Corporativa, en temas relacionados a la gestión y reporte medio ambiental, suplemento financiero y de control interno.
- Consolidar el proceso de recolección de información ambiental con el objetivo de evitar errores en la consistencia de los datos y en el cálculo mismo de los indicadores.
- Incluir como parte del proceso de reporte el seguimiento trimestral de las cifras a ser reportadas, permitiendo anticipar situaciones contrarias o inconsistentes en las mismas.

### Responsabilidades de la Dirección del BBVA Banco Continental S.A. y de Deloitte

- La preparación del IARC 2011, es responsabilidad de la Unidad de Imagen y Comunicación del Banco. Para ello, coordina con las áreas responsables y canaliza la información necesaria para su emisión. Posteriormente se encarga de su difusión según el Código de Conducta del Grupo BBVA.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por lo tanto, la seguridad proporcionada también es menor, por lo que el presente informe no puede entenderse como un informe de auditoría.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés del BBVA Banco Continental S.A. de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

Lima, 18 de Abril de 2012  
Deloitte & Touche S.R.L.

Gerardo Herrera Perdomo  
Socio  
Enterprise Risk Services

# Criterios del informe

## Perfil, alcance, relevancia, materialidad y cobertura

Desde el 2005, BBVA Continental elabora anualmente su informe de responsabilidad social corporativa, en cuyo contenido se plasma la información recopilada de las diferentes actividades que se realizan dentro de este modelo de gestión en cada una de las unidades de negocio que lo conforman. Los capítulos mencionados en este informe exponen tanto datos cualitativos como cuantitativos de las actividades y acciones llevadas a cabo. La información contenida en el presente documento abarca a todas las oficinas del banco a nivel nacional, pero excluye las subsidiarias.

En el informe de este año destacamos:

- Para mayor referencia y sustento de la información, la publicación del IARC se efectúa en conjunto con la Memoria Anual del banco.
- Por tercer año consecutivo, la difusión del documento se hará de preferencia en formato digital, limitando la impresión a sólo 100 ejemplares físicos, reduciendo así el consumo de papel como muestra de nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente.

Siguiendo siempre 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), los contenidos incluidos en este informe se han determinado y expuesto de acuerdo a la relevancia y realidad de los grupos de interés más importantes.

Asimismo, el presente informe se complementa con la Memoria Anual 2011 del banco, así como con la información publicada en el sitio web: [www.bbvacontinental.pe](http://www.bbvacontinental.pe).

## Referencias básicas y estándares internacionales

GRI calificó a BBVA Continental en 2007 con B+, y desde 2008 a la actualidad con A+.

Cabe mencionar que la información financiera se elabora siguiendo los estándares de las normas nacionales e internacionales que rigen la actividad bancaria. Se han respetado también los principios y requisitos de Global Reporting Initiative (GRI G3), manteniendo su estructura y reportando los indicadores generales así como los financieros. De igual manera, en esta memoria se informa del desempeño de los siguientes principios:

**Inclusión:** Participación activa de todos nuestros grupos de interés en el desarrollo y consecución 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 Continental plantea y resuelve los temas propuestos por sus grupos de interés.

Del mismo modo, BBVA Continental reafirma públicamente su compromiso con los Objetivos del Milenio de la ONU e incluye el Informe de Progreso 2011 de cumplimiento con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, siguiendo la guía de GRI y Global Compact "Making the Connections".

## Rigor y verificación

BBVA Continental cuenta con áreas especializadas de sistematización y gestión de información que proporcionan una sólida y fiable fuente de contenidos. Estas áreas son revisadas, verificadas y auditadas en forma constante, interna y externamente. La Unidad de Imagen y Comunicación, responsable de la ejecución y control de las actividades del Programa Anual RC gestiona la recopilación de información a fin de facilitar la elaboración del reporte y la compilación y análisis de los datos, además de ejecutar íntegramente los programas de acción social y buenas prácticas del banco.

# Indicadores GRI

PERFIL			
1.	Estrategia y análisis	Páginas	Reportado
11	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	8-9	TOTAL
12	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	15, 21	
2.	Perfil de la organización	Páginas	Reportado
21	Nombre de la organización.	Portada, 6, Contraportada	TOTAL
22	Principales marcas, productos y/o servicios.	6	TOTAL
23	Estructura operativa de la organización.	7	TOTAL
24	Localización de la sede principal de la organización.	6	TOTAL
25	Número de países en los que opera la organización.	7	TOTAL
26	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	6	TOTAL
27	Mercados servidos.	7	TOTAL
28	Dimensiones de la organización informante.	6-7	TOTAL
29	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	6-7	TOTAL
210	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	69	TOTAL
3.	Parámetros de la memoria	Páginas	Reportado
PERFIL DE LA MEMORIA			
31	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	5	TOTAL
32	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	5	TOTAL
33	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	5	TOTAL
34	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Contraportada	TOTAL
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA			
35	Proceso de definición del contenido de la memoria.	20-22, 75	TOTAL
36	Cobertura de la memoria.	5, 75	
37	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	5, 75	TOTAL
38	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos ( <i>joint ventures</i> ), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	5	TOTAL
39	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.	6-7, 39-42 44-45, 48-49 50-51, 75	TOTAL
310	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.	75	TOTAL
311	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	75	TOTAL
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI			
312	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	3, 76-78	TOTAL
VERIFICACIÓN			
313	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.	74	TOTAL
4.	Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	Páginas	Reportado
GOBIERNO			
41	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.	13-15, IGC-MA	TOTAL

42	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).	13-14, IGC-MA	TOTAL
43	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-MA	TOTAL
44	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	14, 47, IGC-MA	TOTAL
45	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).	42	TOTAL
46	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	12, 13, IGC-MA	TOTAL
47	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.	12-13, IGC-MA	TOTAL
48	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.	12, 15-16	TOTAL
49	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.	12, 13-16, 20-22	TOTAL
410	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	IGC-MA	TOTAL
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS			
411	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	15, 52	TOTAL
412	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	16, 50, 52 56-60, 71-73	TOTAL
413	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	16, 56-60	TOTAL
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
414	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	20	TOTAL
415	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	20-21	TOTAL
416	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	21	TOTAL
417	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 estos en la elaboración de la memoria.	21-22	
ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES			
Dimensión económica		Páginas	Reportado
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN			
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.	16-17	TOTAL
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	52	TOTAL
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	45-47	TOTAL
EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	No material*	NO
<b>Presencia en el mercado</b>		
EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	41	TOTAL
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	49	TOTAL
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	40-41	TOTAL
<b>Impacto económico indirecto</b>		
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.	36-37	TOTAL
<b>Dimensión ambiental (a)</b>	<b>Páginas</b>	<b>Reportado</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>		
<b>Materiales</b>		
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	51	TOTAL
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	50-51	TOTAL
<b>Energía</b>		
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	51	TOTAL
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	51	TOTAL
EN5. Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	50-51	TOTAL
EN6. Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	36, 51	TOTAL
EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	50-52	TOTAL
<b>Agua</b>		
EN8. Captación total de agua por fuentes.	52	TOTAL
<b>Biodiversidad</b>		
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No material*	NO
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*	NO
<b>Emisiones, vertidos y residuos</b>		
EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	51	TOTAL
EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	No material*	NO
EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	50-51	TOTAL
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No material*	NO
EN20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No material*	NO
EN21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No material*	NO
EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	51	TOTAL
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No material*	NO

<b>Productos y servicios</b>		
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	36, 51	TOTAL
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	No material*	NO
<b>Cumplimiento normativo</b>		
EN28. Costes de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	16	TOTAL
<b>Transporte</b>		
EN 29. Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte del personal.	51	TOTAL
<b>Dimensión social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (b)</b>	<b>Páginas</b>	<b>Reportado</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN</b>		
<b>Empleo</b>		
LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	38-39	TOTAL
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	40, 41	TOTAL
LA3. Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	42, 45-46	TOTAL
<b>Relaciones empresa/trabajadores</b>		
LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	45	TOTAL
LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	41	TOTAL
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>		
LA6. Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	47	TOTAL
LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	48 (1)	TOTAL
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.	47-48	TOTAL
LA9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	45	TOTAL
<b>Formación y educación</b>		
LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	42, 44	TOTAL
LA11. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	42-44	TOTAL
LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	41-42	TOTAL
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
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.	39	TOTAL
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	41	TOTAL
<b>Dimensión social: Derechos humanos (c)</b>	<b>Páginas</b>	<b>Reportado</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN</b>		
<b>Prácticas de inversión y aprovisionamientos</b>		
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.	30-32	TOTAL
HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	50	TOTAL
<b>No discriminación</b>		
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	44	TOTAL
<b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>		
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.	45	TOTAL
<b>Abolición de la explotación infantil</b>		
HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	15, 56-58	TOTAL
<b>Prevención del trabajo forzoso y obligatorio</b>		
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.	15, 16	TOTAL
<b>Dimensión social: Sociedad (d)</b>	<b>Páginas</b>	<b>Reportado</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>		
<b>Comunidad</b>		
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.	13-14	TOTAL
<b>Corrupción</b>		
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	31-32, 43	TOTAL
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	43	TOTAL
SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.	30-31, 45	TOTAL
<b>Política pública</b>		
SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de estas y de actividades de lobbying	16	TOTAL
<b>Cumplimiento normativo</b>		
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	16	TOTAL
<b>Dimensión social: Responsabilidad de producto (e)</b>	<b>Páginas</b>	<b>Reportado</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>		
<b>Salud y seguridad del cliente</b>		
PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en los 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.	34	TOTAL
<b>Etiquetado de productos y servicios</b>		
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.	35	TOTAL
PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	32-33	TOTAL
<b>Comunicaciones de marketing</b>		
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.	35	TOTAL
<b>Cumplimiento normativo</b>		
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.	16	TOTAL
<b>INDICADORES DEL SECTOR FINANCIERO</b>		
<b>Impacto de productos y servicios</b>	<b>Páginas</b>	<b>Reportado</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>		
FS1: Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	30, 31	TOTAL
FS2: Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	30	TOTAL
FS3: Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los		

requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	36	TOTAL
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.	30	TOTAL
FS5: Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.	20-22	TOTAL
<b>Cartera de producto</b>		
FS6: Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, pyme, microempresa) y sector.	7 (2)	PARCIAL
FS7: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	36, 37	TOTAL
FS8: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	36-37, 51	TOTAL
<b>Auditoría</b>		
FS9: Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	66 (3)	PARCIAL
<b>Gestión activa de la propiedad</b>		
FS10: Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	36-37	TOTAL
FS11: Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo, social o ambiental.	30, 61 (4)	PARCIAL
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.	No aplica	NO
<b>Dimensión social: Sociedad</b>	<b>Páginas</b>	<b>Reportado</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>		
<b>Comunidad</b>		
FS13: Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	26	TOTAL
FS14: Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	27	TOTAL
<b>Dimensión social: Responsabilidad de producto</b>	<b>Páginas</b>	<b>Reportado</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>		
<b>Salud y seguridad del cliente</b>		
FS15: Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	15-16, 20-21, 34-35	TOTAL
<b>Comunicaciones de marketing</b>		
FS16: Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario.	58-59	TOTAL

#### LEYENDA

IGC-MA Informe de Gobierno Corporativo  
Memoria Anual 2011  
MA Memoria Anual 2011

#### Justificación de la no inclusión de los siguientes indicadores principales de GRI en el Informe Anual de RC 2011

EC4: Indicador no material. BBVA Continental no recibe asistencia del gobierno.  
EN1: Indicador no material. BBVA Continental no presenta terrenos en zonas ajenas a áreas protegidas, pues pertenece al sector financiero.  
EN12: Indicador no material. La gestión que BBVA Continental realiza no impacta sobre la biodiversidad en espacios naturales.  
EN17: Indicador no material. No se tiene otro tipo de emisiones, sólo las mencionadas en el indicador EN16.  
EN19: Indicador no material. No se emiten sustancias tóxicas por ser una entidad financiera y no una empresa industrial.  
EN20: Indicador no material. No se emiten sustancias tóxicas por ser una

entidad financiera y no una empresa industrial.  
EN21: Indicador no material. No se emplea agua en ningún proceso industrial. El agua es utilizada para ser consumida en temas de higiene y riego de áreas verdes.  
EN23: Indicador no material. No existen emisiones y derrames accidentales de ningún tipo por ser una entidad financiera y no una empresa industrial.  
EN27: Indicador no material. No se cuenta con un proceso de reutilización de estos materiales.

#### Notas sobre el alcance y verificación

(1) Solo se reporta Tasa de Ausentismo. El dato incluye enfermedad y/o inasistencia.  
(2) Solo se reporta el desglose de cartera por línea de negocio.  
(3) Se ha definido la evaluación de este punto como parte de los Objetivos 2011.  
(4) Actualmente el valor es cero debido a que no se manejan cifras teniéndose contemplado en el 2011 contar con una herramienta habilitada para contabilizar la cantidad de empresas evaluadas.





# BBVA Continental

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

Unidad de Imagen y Comunicación  
Av. República de Panamá 3055, San Isidro, Lima-Perú  
[comunicacion@grupobbva.com.pe](mailto:comunicacion@grupobbva.com.pe)  
Teléfono: (511) 211-1923

[www.bbvacontinental.pe](http://www.bbvacontinental.pe)

**adelante.**