

Trabajamos
por un futuro
mejor para
las personas



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

Este informe tiene la calificación B+ de GRI y ha sido revisado por Deloitte de acuerdo al alcance expresado en el Informe de Revisión Independiente. Existe además un documento de Información Complementaria, ubicado en <http://rrc.bbva.com>, con información adicional al presente documento. Más información en materia económica y de gobierno corporativo en www.bbvaibancocontinental.com.

ÍNDICE

		PÁGINA
	PERFIL DEL BANCO	PORTADA
	CARTA DEL PRESIDENTE	1
	PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	2
	PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS	8
01	ORIENTACIÓN AL CLIENTE	11
	Calidad, satisfacción y atención al cliente • Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio • Ley de Transparencia • Accesibilidad a servicios financieros	
02	INCLUSIÓN FINANCIERA	15
	Fundación BBVA para las Microfinanzas • Plan de bancarización de América Latina • Banca para inmigrantes	
03	FINANZAS RESPONSABLES	18
	Grandes empresas y financiación de proyectos • Evaluación del riesgo ambiental • Sobreendeudamiento • Establecimiento del Grupo BBVA en centros <i>off-shore</i> • Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas	
04	PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES	21
	Inversión Socialmente Responsable • Instituciones Públicas • Productos y servicios con carácter ambiental	
05	GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	24
	Perfil de los empleados • Empleo y selección • Valoración, desarrollo profesional y compensación • Formación y gestión del conocimiento • Comunicación interna • Clima laboral • Beneficios sociales y otras iniciativas • No discriminación, igualdad de oportunidades y conciliación de la vida personal y laboral • Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos • Salud y seguridad laboral	
06	COMPRAS RESPONSABLES	32
	Política y modelo corporativo de compras • Código ético • Sistema de homologación de proveedores • Herramientas de gestión y aprovisionamiento • Proyectos responsables con proveedores	
07	GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO	35
	Política ambiental y Sistema de Gestión Ambiental • Impacto ambiental directo: ecoeficiencia • Información y sensibilización ambiental	
08	COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	38
	Aspectos relevantes y datos básicos • La Fundación BBVA Banco Continental • Plan de Acción Social para América Latina • Otras líneas de trabajo destacadas • Otros proyectos relevantes	
	VOLUNTARIADO CORPORATIVO	44
	PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO	45
	INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE	47
	CRITERIOS DEL INFORME	48
	INDICADORES GRI	49
	PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS	51
	PROGRESOS 2007 Y OBJETIVOS 2008	52 y CONTRAPORTADA
	INDICADORES CLAVE DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	CONTRAPORTADA

PERFIL DEL BANCO

BBVA Banco Continental

BBVA Banco Continental es una entidad financiera cuya sede principal se encuentra en Lima. Es una subsidiaria de Holding Continental S.A., la que posee el 92.8% de participación. Holding Continental S.A. es una empresa peruana formada por el grupo peruano Brescia (50%) y el grupo español BBVA (50%). El Banco es una sociedad anónima constituida en 1951, autorizada a operar por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

El Banco desarrolla sus actividades a través de una red nacional de 239 oficinas.

Datos Básicos del Banco			
	2007	2006	2005
Balance (En millones de soles)			
Activo total	24.728	18.594	18.263
Colocaciones netas	16.228	12.456	9.115
Depósitos y obligaciones	17.251	14.361	14.984
Patrimonio neto	1.987	1.711	1.504
Estado de Ganancias y Pérdidas (En millones de soles)			
Margen financiero bruto	1.248	990	837
Margen financiero neto	1,081	958	799
Ingresos por servicios financieros	372	308	266
Gastos de personal y generales	537	466	406
Utilidad antes de impuestos	874	736	627
Utilidad neta	593	488	402
Calidad de cartera			
Cartera atrasada / Colocaciones brutas	1,07%	1,10%	1,41%
Provisiones / cartera atrasada	311,65%	311,33%	326,74%
Provisiones / cartera pesada*	142,29%	154,81%	137,32%
Liquidez			
Fondos disponibles / Depósitos y obligaciones	26,62%	24,06%	33,82%
Colocaciones netas / Depósitos y obligaciones	94,07%	86,74%	60,83%
Ratios de capital			
Normativa SBS R. Crediticio (Nº veces) ⁽¹⁾	8,62	8,81	8,32
Normativa BIS (%) ⁽²⁾	11,59%	11,33%	11,97%
Índice de rentabilidad y eficiencia			
ROE (utilidad neta / patrimonio medio)	44,66%	40,60%	36,63%
ROA (utilidad neta / activo medio)	2,78%	2,73%	2,60%
Gastos de administración / margen financiero	43,07%	47,11%	48,48%
Cuota de mercado**			
Depósitos	22,13%	23,86%	27,07%
Colocaciones directas	25,43%	27,19%	22,93%
Otros datos			
Plantilla estructural	3.746	2.924	2.696
Total red comercial			
Oficinas Banca Comercial	220	201	196
Oficinas Banca Empresas	17	16	15
Oficina Banca Mayorista Global	1	1	1
Oficina Banca Institucional	1	1	1
Cajeros automáticos	434	356	332
* Cartera Pesada: Cartera clasificada como deficiente, dudoso y pérdida.			
** Incluye Banco Falabella y sucursales del exterior.			
⁽¹⁾ Normativa SBS: Activos y Créditos Contingentes ponderados por riesgo entre Patrimonio efectivo asignado a riesgo crediticio. Límite 11 veces.			
⁽²⁾ Normativa BIS: Inversa de la normativa SBS según Acuerdo de Basilea.			

Cuota de negocio en el 2007		
(En millones de soles)	Colocaciones netas	Depósitos y Obligaciones
Perú	16.228	17.251



Presencia de la Fundación en provincias

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

Oficinas en Lima

	Comerciales	Especiales
Total oficinas G.T. Callao–Lima Norte	24	6
Total oficinas G.T. Periférica	19	7
Total oficinas G.T. Lima Centro	26	2
Total oficinas G.T. Lima Residencial	25	5
Total oficinas G.T. Lince	20	0
Total oficinas G.T. Miraflores	20	2
Oficina principal	1	0
Total	135	22

Oficinas por regiones

	Comerciales	Especiales
G. Territorial Norte	21	3
G. Territorial Centro Oriente	18	0
G. Territorial Sur	20	0
Total	59	3

Total oficinas

	Total
Oficinas comerciales	194
Oficinas especiales	25
Banca Empresas	17
Banca VIP	1
Banca Institucional	1
Banca Corporativa	1
Total	239

Beneficio atribuido por área de negocio

	2007	2006	2005
Banca Minorista	227.254	209.261	238.583
Banca Mayorista Global	52.531	40.416	53.243
Banca Empresas e Instituciones	179.794	156.155	195.848
Tesorería	152.027	112.411	138.139
COAP	5.557	–65	9.337
Resto	–23.919	–29.978	–232.968
Total Banco	593.245	488.200	402.180

Principales hitos del Banco en el 2007



Organigrama y estructura del negocio



CARTA DEL PRESIDENTE

«Este año hemos dado un paso muy importante en la consolidación de nuestro compromiso con la responsabilidad corporativa con la revisión del presente reporte, que ha estado a cargo de la prestigiosa empresa Deloitte.»



La responsabilidad corporativa es un compromiso que BBVA Banco Continental ha asumido desde su concepción. Basados en nuestra visión, trabajamos por un futuro mejor para las personas, el Banco esta haciendo esfuerzos con el fin de articular, de manera seria y transparente, el concepto de responsabilidad corporativa con su quehacer cotidiano.

En ese sentido, es una grata satisfacción poner a la consideración pública el tercer informe de responsabilidad corporativa –entendida ésta como la relación de mutuo beneficio con cada uno de los grupos de interés– correspondiente a la labor realizada durante el 2007. Este año hemos dado un paso muy importante en la consolidación de nuestro compromiso con la responsabilidad corporativa con la revisión del presente reporte, que ha estado a cargo de la prestigiosa empresa Deloitte.

Si bien esta revisión de alcance limitado constituye un avance muy significativo en el objetivo de consolidar nuestra relación con los públicos de interés a través de acciones que cumplan con los criterios de relevancia, materialidad y reporte, nuestro firme propósito es seguir fortaleciendo la responsabilidad corporativa del Banco en todas sus dimensiones. Es un largo camino que transitamos con seriedad y entusiasmo.

Durante el 2007 se han implementado una serie de servicios y productos dirigidos a nuestros clientes que han permitido que la revista internacional *Global Finance* designe, por quinto año consecutivo, a BBVA Banco Continental como el Mejor Banco del Perú. Asimismo, esta publicación también nos eligió como el Mejor Banco para Particulares *on-line*. Estas distinciones revelan el alto grado de compromiso de la institución con las perso-

nas con las que se vincula.

Nuestra actividad no se limita a los aspectos propios del negocio. Tenemos un claro compromiso con el desarrollo del país. En ese sentido, a través de la Fundación BBVA Banco Continental, estamos desarrollando, en alianza con la sociedad civil y el Estado, el programa de acción social “Leer es estar adelante”, que tiene como objetivo elevar el nivel de comprensión de lectura de los niños peruanos.

“Leer es estar adelante”, que forma parte del Plan de Becas Integrales que promueve el Grupo BBVA en América Latina, ha cumplido un objetivo fundamental en el 2007: desarrollar libros de texto para la comprensión lectora especialmente diseñados con contenidos de cada una de las regiones en donde se aplica. Así, los niños de Arequipa, Ayacucho, Lima, Loreto y Piura que forman parte del programa –y cuyos maestros han participado de manera muy activa en la capacitación de la metodología– tienen en sus manos libros regionales que permiten una vinculación con su entorno, lo que facilita el proceso de comprensión lectora.

En el 2008 nuestro objetivo es continuar trabajando para consolidar nuestra actuación en todos los ámbitos de la responsabilidad corporativa, pues estamos convencidos que así lograremos aportar al progreso del país y, en consecuencia, al desarrollo de la empresa.

PEDRO BRESCIA CAFFERATA

PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RC

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



Visión, principios corporativos y posicionamiento

A. VISIÓN

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

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

En este marco de referencia, entendemos la responsabilidad corporativa como el compromiso real y basado en la acción de aportar el máximo valor posible y equilibrado a nuestros grupos de interés directos –accionistas, clientes, empleados y proveedores– y al conjunto de las sociedades en las que estamos presentes.

B. PRINCIPIOS CORPORATIVOS

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

(historia, fortalezas y debilidades del Grupo).

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

Los 7 principios corporativos de BBVA Banco Continental

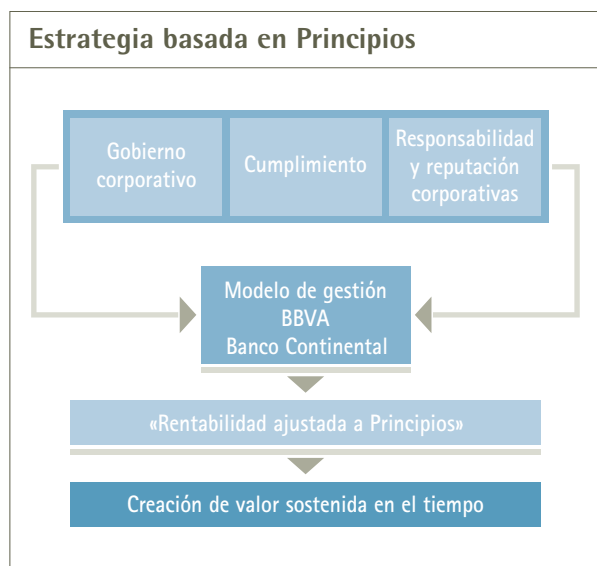


C. POSICIONAMIENTO

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

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

Por tanto, nuestra estrategia y modelo de negocio se basa también en una Rentabilidad ajustada a los Principios y las Buenas Prácticas. Para BBVA Banco Continental esta es la clave que garantiza la creación de valor de forma sostenida en el tiempo.



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

- Generar una oferta adaptada a las necesidades de cada persona o comunidad de personas.
- Facilitar a nuevos segmentos de población el acceso a los servicios financieros.

- Ampliar nuestra oferta a otros productos y servicios no financieros.

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

La responsabilidad corporativa en el Grupo BBVA

A. OBJETIVOS

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

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

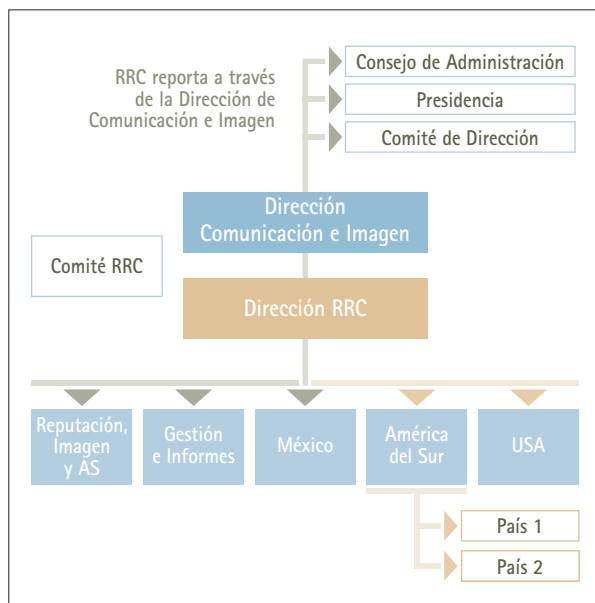
Los principales compromisos que el Grupo pretende cumplir a través de su política de responsabilidad corporativa, en todas y cada una de las sedes con las que cuenta, son los siguientes:

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

B. GESTIÓN Y GOBIERNO DE LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

El 2007 ha sido el año de la definitiva consolidación de la responsabilidad corporativa como parte fundamental de la estrategia de gestión y creación de valor en el BBVA, siendo el principal hito la asunción,

por parte del Consejo de Administración, de la política de RC. Además, durante este año se ha nombrado un director de Reputación y Responsabilidad Corporativas (RRC) en México y también un coordinador para toda América del Sur, por lo que, de este modo, el Grupo se está dotando de herramientas que le permitan hacer realidad el objetivo de integrar la RC en todos los ámbitos en los que actúa.



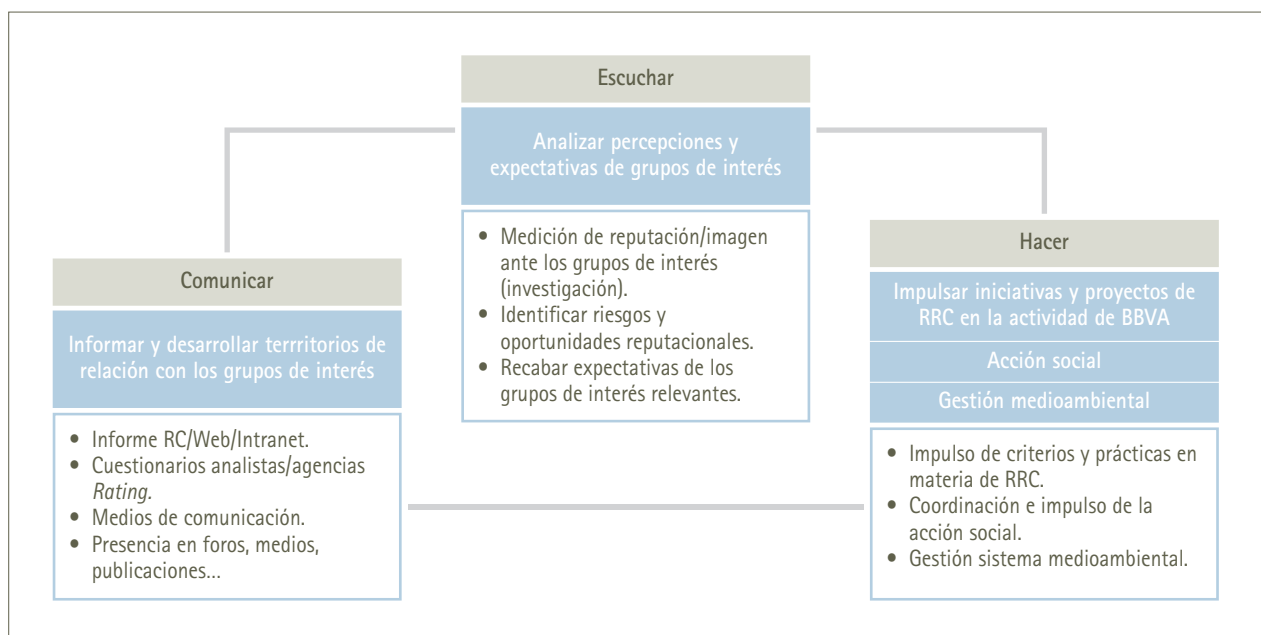
El Comité de RRC es el órgano encargado de impulsar la integración de los criterios, actuaciones y políticas de RC en todas las áreas de negocio y de apoyo del Grupo. Creado en 2006, está constituido

por directivos de las siguientes áreas: Riesgos, Gabinete Técnico de Presidencia, Cumplimiento, Recursos Humanos, Medios, Compras Inmuebles y Servicios, Innovación y Desarrollo, Transformación, Dirección Financiera, España y Portugal, México, América del Sur, Estados Unidos, Negocios Globales, Asesoría Jurídica, y Comunicación e Imagen (presidencia y secretaría).

El Comité se ha reunido dos veces en 2007, y estas dos reuniones han servido para marcar las líneas estratégicas a seguir en materia de RRC. Adicionalmente, los miembros del Comité han sido convocados a cuatro sesiones de trabajo durante este año para iniciar los trabajos necesarios para desarrollar el Plan Estratégico de RRC del Grupo BBVA, trabajos que concluirán en el primer semestre de 2008.

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

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



Sistema de Gobierno Corporativo

El Sistema de Gobierno Corporativo es un elemento absolutamente central en el desarrollo de la actividad del Grupo BBVA. Este sistema orienta la estructura y el funcionamiento de sus órganos sociales para el interés de la entidad y de sus accionistas, y busca la complementariedad con los objetivos que tienen los restantes grupos de interés respecto a la compañía, por lo que es un elemento también fundamental para su responsabilidad corporativa.

El sistema se explica detalladamente en la *Memoria 2007* de BBVA Banco Continental (que publica un pormenorizado capítulo dedicado a este tema) en la que se incluye un Informe de Gobierno Corporativo según las exigencias legales del país.

Sistema y función de Cumplimiento

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

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

- El cumplimiento de las disposiciones legales y los estándares de comportamiento ético relevantes que afecten a cada uno de los negocios y actividades del Grupo, así como el cumplimiento de los criterios y pautas de actuación contenidos en el Código de Conducta.

- La identificación de eventuales incumplimientos y la gestión apropiada de los riesgos que de ellos pudieran derivarse.

La función de Cumplimiento articula sus actividades en torno a tres ejes:

- Ante cambios en el entorno normativo, promueve la adaptación de políticas y procedimientos y supervisa su implantación.

- Verifica que los futuros desarrollos en materia de productos y negocios se adecúan a las políticas corporativas.

- Desarrolla actividades de monitorización y

examen de determinados procesos críticos, identifica y evalúa los riesgos y supervisa y participa tanto en la elaboración de contenidos formativos como en su difusión.

La función de Cumplimiento está sometida al control y supervisión de la Comisión de Auditoría y está integrada en la estructura organizativa del Banco en el ámbito de las áreas de negocio y de personal. Reporta directamente al Directorio y a la Gerencia General.

Principio de precaución: la gestión del riesgo

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

BBVA Banco Continental considera que la gestión del riesgo es una parte intrínseca del negocio bancario y una fuente fundamental de su ventaja competitiva. Dispone para ello de un Sistema de Gestión del Riesgo, que hace posible compatibilizar las necesidades de los clientes y las expectativas de los accionistas y de los restantes grupos de interés, así como los requerimientos de los reguladores. Este Sistema se aplica en el Perú y en todos los países donde BBVA tiene presencia y se soporta en el Consejo de Administración de BBVA que determina la política de riesgos del Grupo por medio de la Comisión Delegada Permanente y de la Comisión de Riesgos, y está gestionado desde la corporación por el área de Riesgos, que integra en sus análisis, entre otros, elementos como el apoyo a la estabilidad de los sistemas financieros de los países en que opera, el riesgo reputacional o la consideración de criterios éticos, sociales y ambientales.

Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

CÓDIGO DE CONDUCTA

Aprobado por el Consejo de Administración en 2003, el Código de Conducta es aplicable a la totalidad de las entidades y de los trabajadores del Grupo; refleja públicamente el conjunto de los compromisos del Banco con la sociedad, recogiendo explí-

citamente el compromiso con la aplicación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, además de otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la OIT.

CÓDIGOS ESPECÍFICOS DE ÁREAS FUNCIONALES

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

- Reglamento 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 los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento.
- Principios Básicos de Gestión del Riesgo y Manual de Políticas de Gestión del Riesgo.
- Estatuto de Auditoría.
- Norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías.
- Reglamento del Comité de Nombramientos y Remuneraciones.

POLÍTICAS COMPLEMENTARIAS

Por otra parte, el Grupo ha desarrollado compromisos específicos relacionados con la RC, como es el compromiso en materia de Derechos Humanos (aprobada en diciembre de 2007 atendiendo las demandas de los grupos de interés del Banco), la política de medio ambiente aprobada en 2003 y la política de financiación del sector de armamento aprobada en 2005. Todas ellas aplican también para BBVA Banco Continental.

La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, lo que hace improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o grandes riesgos sobre libertad de asociación. El Código de Conducta del Grupo incluye el compromiso explícito con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo.

CUMPLIMIENTOS LEGALES

Durante el ejercicio 2007 no se han registrado multas ni sanciones relevantes por incumplimiento de leyes o normativas relacionadas con aspectos medioambientales, con el desempeño en la sociedad o con el suministro y el uso de productos y servicios del Banco. Asimismo, no se han detectado demandas instadas por cualquier empleado o su representante en relación con las condiciones laborales, lo que incluye incidentes relacionados con actitudes de discriminación, dando así cumplimiento a la legislación laboral vigente y a lo establecido en los convenios colectivos.

ACUERDOS INTERNACIONALES SUSCRITOS

Los más destacados son la Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI), a la que BBVA está adherido desde 1998 (www.unepfi.org) y de la que BBVA Banco Continental forma parte activa de las acciones que se desarrollan anualmente; el Pacto Mundial de las Naciones Unidas con el que la compañía está adherida desde 2004 (www.globalcompact.org), y los Principios de Ecuador a los que BBVA Banco Continental se somete a partir de la suscripción de BBVA en 2004 (www.equator-principles.com). Además, el Banco reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas (www.un.org) y a la normativa laboral básica de la Organización Internacional del Trabajo (www.ilo.org).

Creación de valor

Las entidades financieras desempeñan un papel crucial en la actividad económica de las sociedades. Entre otras muchas funciones, canalizan recursos desde los agentes con excedentes de financiación hacia los agentes que la necesitan para la inversión o el consumo (desarrolla además una labor de multiplicación de los recursos financieros, básica para el funcionamiento de la economía), intermedian y facilitan los intercambios y los pagos y ejercen una función decisiva en el análisis de las oportunidades y las decisiones de inversión. Ocupan así una posición clave en el sistema económico, como facilitadores esenciales de la actividad de todos los agentes (administraciones públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro y familias). Se han convertido, por eso, en agentes fundamentales en la creación de valor.

El segundo de los principios corporativos de BBVA

Creación de valor directo tangible: detalle por grupos de interés* (expresado en miles de soles)

Indicador de valor		2007	2006
Accionistas	Dividendos	474,596	390,560
	Cotización	9.40	7.15
Empleados	Gastos de Personal	283,766	251,972
	Participación de Trabajadores en la Renta	35,834	30,350
Clientes	Colocaciones Totales	16,993,856	12,953,177
	Depósitos Totales	17,086,538	14,210,945
Proveedores	Gastos de Servicios	253,545	214,380
Sociedad	Impuesto a la Renta	245,056	206,396

*Datos de cuentas anuales de BBVA Banco Continental.

Valor Económico Añadido (EVA) (expresado en miles de soles)

Valor Económico Generado		2007
1	Margen Financiero	1,247,566
2	Comisiones Netas	372,264
3	Otros Ingresos Ordinarios	45,569
Total (1+2+3)		1,665,399
Valor Económico Distribuido		2007
1	Participación de Trabajadores	35,834
2	Impuestos	245,056
3	Gastos de Personal y Directorio	283,766
4	Proveedores y otros Gastos de Administración	253,545
Total (1+2+3+4)		818,201
Valor Económico Retenido		2007
1	Utilidad Neta	593,245
2	Provisiones y Amortizaciones	253,953
Total (1+2)		847,198

plantea “la creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resultado de la actividad”. BBVA entiende la creación de valor como una de sus funciones principales y la aportación más

importante a las sociedades en que actúa, pues no se trata solo de valor económico para los accionistas, sino que se crea valor también para los clientes, los empleados, los proveedores y la sociedad en general.

PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

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



Identificación y diálogo con los grupos de interés en BBVA Banco Continental

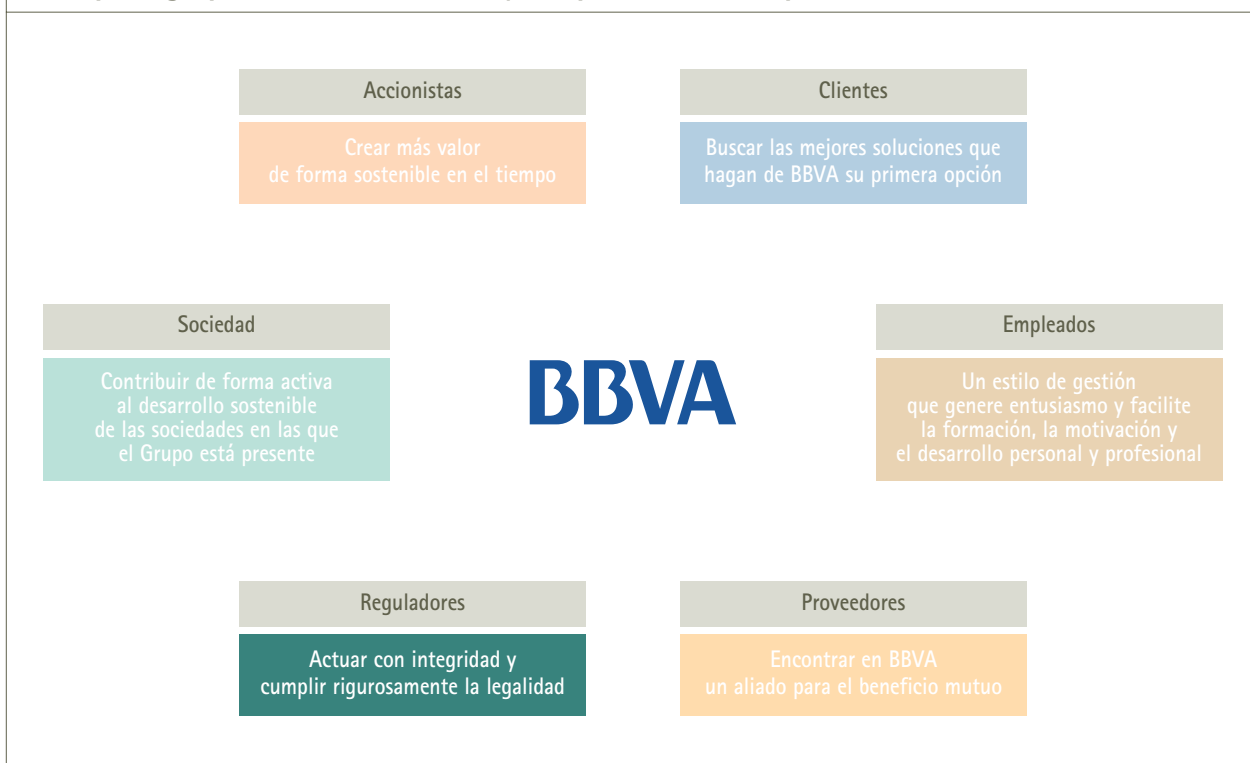
En BBVA Banco Continental definimos los grupos de interés como todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente nuestra actividad y decisiones, y/o que se ven afectadas por ellas.

A finales de 2007, y a partir de una iniciativa de

BBVA, se realizaron diferentes sesiones de trabajo con las Unidades encargadas de la Responsabilidad Corporativa en seis países de Latinoamérica, incluido el Perú, con el fin de delimitar qué personas, instituciones y/o colectivos componen cada grupo y obtener una primera aproximación sobre qué tipo de expectativas desarrollan los grupos de interés respecto al Banco.

Esta información resulta privilegiada a la hora

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



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

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

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

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

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

La información recopilada es analizada por cada una de las Unidades involucradas y se presenta en las reuniones del Comité de Dirección del Banco.

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

- El sistema de monitorización de reputación corporativa, denominado Reprtrak, que mide la relevancia de distintos temas para los grupos de interés (sociedad, clientes, empleados y accionistas), así como sus percepciones sobre nuestra gestión.
- El *tracking* o seguimiento del posicionamiento de la marca ante clientes y la opinión pública.
- Los estudios anuales realizados por terceros con información sobre la percepción de varios grupos de interés (directivos, asociaciones de consumidores, ONG, sindicatos, analistas financieros, etc.).
- El *tracking* o seguimiento de responsabilidad corporativa entre clientes y ciudadanos.

• La consulta cualitativa a una muestra representativa de nuestros grupos de interés mediante cuestionarios, entrevistas, talleres y grupos de discusión. En esta consulta se trabaja con representantes de accionistas, empleados, proveedores y clientes, además de con expertos en sostenibilidad, medios de comunicación, representantes de organizaciones so-

ciales, culturales y medioambientales. El resultado de este trabajo es una identificación y caracterización de los asuntos que son considerados más relevantes por estos grupos, como paso previo para determinar sobre cuáles es necesario informar y generar políticas específicas.

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

Por otra parte, BBVA Banco Continental es miembro del patronato de Perú 2021, asociación civil sin fines de lucro, liderada por empresarios, que trabaja en la difusión y promoción de la Responsabilidad Social como metodología de gestión empresarial, la misma que lidera el tema en nuestro país.

Asuntos relevantes: riesgos y oportunidades

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

Estos asuntos se traducen en riesgos para la compañía, pero también en oportunidades para generar valor social y valor para ella. BBVA Banco Continental centrará su actividad de responsabilidad corporativa en los siguientes asuntos:

1. Trato justo y protección al cliente
2. Apoyo a la comunidad
3. Impactos sociales y ambientales directos e indirectos de la actividad financiera
4. Impacto en el desarrollo local
5. Transparencia en la información
6. Productos financieros que impulsen la RC
7. Márketing y comunicación responsable
8. Desarrollo de políticas responsables de RRHH
9. Accesibilidad de los productos financieros
10. Políticas y gestión medioambiental

Comunicación a los grupos de interés

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

con los que se relacionan y mediante los canales de comunicación empleados por el Banco.

Uno de los principales instrumentos que reúne esta información es el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa del Banco, el mismo que venimos publicando desde el 2005.

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

En 2007, hemos llevado a cabo un proceso específico de consulta a los grupos de interés para conocer su valoración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de 2006 de BBVA y sus expectativas respecto al contenido del presente informe. Además, este proceso de consulta se ha intensificado en América Latina, teniendo como objeto la evaluación en estos mismos términos de los informes anuales de RC correspondientes al ejercicio 2006 de BBVA Banco Continental (Perú) y de BBVA Banco Provincial (Venezuela).

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

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



Número de clientes

1.227.189

Número de clientes on-line del Banco

97.000

Nivel medio de satisfacción de cliente

79,4%

Calidad, satisfacción y atención del cliente

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

Al igual que años anteriores y con el objetivo de medir la calidad de servicio percibido por el cliente interno, se realizó la Encuesta Interna de Calidad a través de Espacio Perú, continuando con una buena valoración, por encima de 4 (sobre un puntaje máximo de 5). El análisis de los resultados de esta medición nos ayudará a identificar las áreas de mejora en las que debemos trabajar para asegurar el éxito en la relación Cliente-Proveedor Interno, variable fundamental para orientar la estrategia a seguir y alimentar los planes de acción futuros.

Nivel de satisfacción de clientes particulares

	Perú		
	2007	2006	2005
Mediciones externas propias C.A.C.O.	79,4	81,8	83,6

Continuando con nuestras mediciones internas, trimestralmente se realizó la Evaluación de la Atención Telefónica, en la cual se obtuvo una calificación general de 4.64 (sobre 5).

Se revisó la aplicación del Sistema de Gestión de Calidad según los requisitos de la ISO 9001:2000 en los procesos auditados en AFP Horizonte: "Proceso de Inversiones de los Fondos de Pensiones"; y en Fondos Continental: el "Diseño-Desarrollo y Procesos de Gestión para Administrar la Familia de Fondos Mutuos BBVA", apreciando un adecuado cumplimiento con la Política de Calidad y sus objetivos, contribuyendo a la satisfacción del cliente y la mejora continua de sus procesos.

Con el fin de tener una segunda instancia distinta a la primera, el BBVA Banco Continental, al igual que las principales entidades financieras del país, está adscrito al servicio que brinda el Defensor

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

	2007	2006
Resueltas totalmente a favor del cliente	56,55%	59,93%
Resueltas a favor del banco	43,45%	40,07%
Total	100.00%	100.00%

A diferencia del cálculo efectuado en el 2005 y 2006 no se está considerando la tercera opción A favor del cliente parcialmente y se ha recalculado en base a los dos indicadores que aparecen en el cuadro.

Número medio de días en resolver una reclamación

Medio de interposición	2007	2006	2005
Defensor del Cliente Financiero	19	12	15
Indecopi	17	13	11
Superintendencia de Banca y Seguros	20	18	26
Reclamaciones internas	11	12	11
Total	67	55	63

Número de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria

	2007	2006	2005
SBS	72	55	69
Indecopi	63	61	73
Total	135	116	142

SBS = Superintendencia de Banca y Seguros.
Indecopi = Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

del Cliente Financiero (DCF), a través de la Asociación de Bancos.

El DCF es una segunda instancia a la que puede recurrir un cliente para la resolución de su reclamo o cuando inicialmente fue declarado improcedente en una institución financiera. Esta instancia es independiente; actúa como mediadora y árbitro imparcial, defendiendo los derechos de los clientes.

Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio

En el año 2007 la Unidad de Transformación y Productividad de BBVA Banco Continental planteó nuevos retos basados en el plan estratégico del Banco, para lo cual se estableció tres ejes de actuación:

- Estar disponibles cuándo y donde el cliente lo requiere.
- Contar con productos y servicios acordes con la propuesta de valor al cliente.

•Consolidar la imagen del Banco en términos de Calidad de Servicio.

Estos ejes sirvieron para enfocar y alinear los recursos a los objetivos del Banco y permitirán priorizar y balancear los trabajos en los siguientes años.

Junto con las diferentes áreas del Banco se definieron y trabajaron proyectos de mejora sobre procesos priorizados según el impacto en la percepción del cliente sobre la Calidad del Servicio.

Con las Áreas de Negocio, Asesoría Jurídica, Operaciones Centralizadas, GAT y Business Partner se trabajó el Circuito de Bastanteo de Poderes, optimizando el tiempo de espera para poder operar una cuenta corriente. El proyecto ha implementado las mejoras procedimentales, estando en desarrollo las mejoras informáticas y la migración a la nueva aplicación con las mejoras propuestas.

También se revisó el circuito de apertura de cuentas de pasivo, proponiendo facilidades para los gestores en esta labor, y se trabajó en el proyecto de automatización del proceso de apertura masiva de cuentas, encontrándose las propuestas en desarrollo. Un punto adicional que resultó de este último estudio fue el simplificar la captura y registro de firmas, lo cual se incluirá en un próximo proyecto.

En equipo con Desarrollo Comercial, se implementó en las oficinas los llamados Saldomáticos para que los clientes puedan realizar consulta de saldos y operaciones básicas sobre sus cuentas. Se ha culminado la etapa piloto y se está trabajando en un plan de instalación a nivel de toda la red. También se trabajó en la optimización del segmentador de colas, con la finalidad de mejorar la atención en oficinas, liberando la carga operativa en esta gestión.

De igual manera, y por ser fundamental para el crecimiento y la oferta de productos, se trabajó el proyecto de Base de Datos de Clientes. Se establecieron los datos mínimos del cliente, alertas automatizadas por inconsistencias o cambios en la información que tenemos registrada, evaluándose la conve-



Hugo Eyzaguirre. Defensor del Cliente Financiero ASBANC

«La Oficina del Defensor del Cliente Financiero fue creada como una instancia que busca prevenir y resolver los conflictos que puedan suscitarse entre clientes y entidades prestadoras de servicios financieros. Es un órgano autónomo de carácter privado que actúa como mediador y árbitro entre la entidad financiera y el cliente, privilegiando la conciliación. La Defensoría ofrece a los clientes la ventaja de poder presentar sus reclamos gratuitamente ante un órgano especializado en temas financieros. Sus funciones son: resolver los reclamos, conciliar a fin de conseguir un arreglo amistoso y dar recomendaciones a las entidades financieras con el propósito de mejorar su relación con los clientes.»

niencia de apoyar este proyecto con campañas de actualización de datos que liderará Desarrollo Comercial.

Aprovechando la nueva tecnología para comunicaciones bajo la plataforma VOIP, también se inició el proyecto de Filtro Telefónico, que permite disminuir la congestión de llamadas en las oficinas, dirigiendo a los clientes a una mesa de ayuda o a las plataformas de atención, el mismo que se concluirá en el 2008.

Con la finalidad de optimizar el soporte a nuestro modelo de gestión integral del cliente se continuó con las mejoras de nuestro Módulo Corporativo de Atención de Reclamos. Se implantó una nueva versión, la cual recoge mejoras, como reducción de pantallas, nuevas funcionalidades de búsqueda de trámites, modificación de datos en la captura del reclamo, entre otras.

Se trabajó en el proyecto Evolutivo de Reclamos para reforzar la funcionalidad del módulo, promover el uso correcto del aplicativo, reducir la carga operativa en oficinas y mejorar el tiempo de respuesta de los reclamos. También se realizó el acotamiento de centros de derivación y la simplificación de los motivos utilizados en el aplicativo.

A fin de liberar trabajo operativo y mejorar el proceso de gestión de los reclamos en las oficinas, en coordinación con Márketing y Operaciones Centralizadas, se optimizó el circuito de análisis, resolución y comunicación de reclamos por el producto Tarjetas de Crédito y Débito y por motivo de Operaciones No Reconocidas (comercios, internet y en el extranjero), estableciéndose políticas y delegaciones para ese fin. Se materializaron compromisos a través de la oferta de valor a nuestros clientes – Garantía 2.

Los logros de estos proyectos nos han llevado a evaluar y definir un nuevo reto para el 2008, que es la centralización de la atención de todos los reclamos.

Ley de Transparencia

En el marco de la Ley de Transparencia, nuestro Banco viene cumpliendo con las normas vigentes en materia de protección al consumidor, transparencia de información y atención al usuario, dispuestas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS).

Habiéndose establecido los mecanismos necesarios para absolver de manera oportuna las consultas y reclamos que formulan los usuarios, nos encontramos en un proceso de creación de una Uni-

dad especial para la centralización de todos los reclamos de nuestros clientes.

Nuestra empresa se preocupa por mantener a disposición de nuestros clientes y público en general toda la información necesaria que conlleve a brindar una adecuada orientación, para lo cual permanentemente se actualizan comunicados, tarifarios y afiches publicados, así como nuestra Página Web.

Los reclamos se gestionan tratando de no incurrir en tiempos excesivos, y dependiendo de la naturaleza de los mismos. Se lleva un registro mecanizado de las reclamaciones a nivel nacional, lo que nos permite controlar la efectividad en las respuestas y tomar medidas preventivas orientadas a mejorar nuestro servicio.

Sobre la base de las observaciones que efectuara la SBS, se han ido realizando las rectificaciones y adecuaciones necesarias. Se han optimizado circuitos y procesos. Por ejemplo, se ha mejorado el control en las entregas de cartas respuesta a los clientes, lo que permite perfilar la fecha real de recepción de nuestras comunicaciones.

En nuestro afán de conocer la satisfacción de nuestra clientela, realizamos estudios de satisfacción en diferentes segmentos de clientes de nuestras unidades de negocio, entre cuyos puntos se evalúa el atributo Atención de Reclamos. En los dos últimos estudios con clientes de Banca Minorista realizados por Atento en el año 2007, este atributo tuvo una valoración de 4.26 en julio y 4.31 en noviembre, respectivamente (escala 1-5).

En 2007, se coordinó con la Unidad de Servicios Jurídicos para desplegar un programa para continuar la capacitación en el tema sobre “Ley de Transparencia y Protección al Consumidor”, al cual asistieron los colaboradores de nuestro Banco.

Accesibilidad a servicios financieros

Canales de atención disponibles para nuestros clientes:

- **Oficina Bancaria Tradicional.** Todos los servicios de Banca, y cuenta con ventanillas para atender todas las transacciones financieras.

- **Cajeros Automáticos.** Operaciones de retiro de efectivo, consultas de cuentas, transferencias y pagos de servicios básicos.

- **Banca por Internet Personas.** Consultas de Saldos, Movimientos de todas las cuentas que el cliente tenga en el Banco, pagos de tarjetas, préstamos,

letras, servicios básicos, pagos a empresas e instituciones, transferencias, operaciones interbancarias y al exterior; operaciones y consultas de Fondos Mutuos, compra-venta de Valores en Bolsa.

•**Banca por Internet Persona Jurídica.** Dirigida principalmente a la pequeña y mediana empresa, permite realizar consultas de saldos y movimientos de todas las cuentas de la empresa, pago de préstamos, transferencias, pago de servicios básicos, pago a empresas e instituciones, pago a proveedores, pago de sueldos a sus empleados, operaciones interbancarias y al exterior.

•**Banca por teléfono.** Consultas de Saldos, Movimientos de todas las cuentas que el cliente tenga en el Banco, pago de tarjetas, préstamos, letras, servicios básicos, pagos a empresas e instituciones, transferencias, consultas de Fondos Mutuos.

•**Agente Express.** Nuevo canal, en período de expansión y difusión, actualmente permite Consultas de Saldos, Movimientos, pago de tarjetas, préstamos, letras, servicios básicos, pagos a empresas e instituciones, transferencias.

•**Saldo Express.** Nuevo canal, en plena implementación, permite al cliente autoatenderse para operaciones de consultas de saldos, movimientos, transferencias.

•**POS.** Pagos en comercios con cargo a la cuenta bancaria (Tarjeta de Débito).

Transacciones por canales

Canal	Transacciones (%)
Oficina Banca Tradicional	36,0
Cajeros automáticos	25,0
Banca por Internet Personas	14,5
Banca por Internet Persona Jurídica	17,0
Banca por teléfono	2,0
Agente Express	0,7
POS	4,8
Total	100,0

Como consecuencia del desarrollo constante en estos productos, BBVA Banco Continental fue distinguido por *Global Finance* como el Mejor Banco para Particulares *On-Line* en Perú por su adecuada estrategia para prestar servicios en línea y aumentar el número de clientes que usan internet para sus operaciones con la entidad.

Los bancos ganadores se seleccionaron sobre la base de criterios como la fortaleza de la estrategia para atraer y prestar servicios a los clientes en línea; el éxito en lograr que los clientes utilicen las funcionalidades en internet; el crecimiento del número de clientes en línea; la amplitud en la gama de productos ofrecidos; la evidencia de beneficios tangibles por el uso de las funcionalidades en internet; y el diseño y funcionalidad del sitio web.

INCLUSIÓN FINANCIERA

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

Fundación para las Microfinanzas
Plan de bancarización de América Latina
Banca para inmigrantes

Dinero Express:
Cuota de clientes

20%

Financiación de consumo
(millones de soles)

1.034

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

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



Fundación BBVA para las Microfinanzas

BBVA, en el marco de su estrategia de responsabilidad corporativa, creó en 2007 la Fundación BBVA para las Microfinanzas, una entidad sin ánimo de lucro dedicada a promover el acceso al crédito

to y a los servicios financieros de las personas con bajos ingresos, con especial atención a aquellas áreas poco desarrolladas social y económicamente. La finalidad de la Fundación es consolidarse, a medio plazo, como una de las mayores redes microfinancieras de América Latina y del mundo. La Fundación asume el compromiso de reinvertir el 100% de los beneficios generados.

La estrategia de la Fundación radica en impulsar las microfinanzas a través de alianzas y participaciones en entidades microfinancieras con probada presencia local y solvencia en la gestión de estos recursos. Asimismo, y como complemento de las microfinanzas, la Fundación llevará a cabo programas de capacitación profesional, innovación tecnológica y buenas prácticas de gobierno corporativo que ayudarán a crear un entorno más propicio para el desarrollo de las microfinanzas.

La actividad inicial de la Fundación se centra en América Latina, con una atención prioritaria a los países donde está presente el Grupo BBVA. Además, en 2007, la Fundación adquirió participaciones mayoritarias en dos entidades peruanas (Caja Rural de Ahorro y Crédito Nor Perú, y Caja Rural de Ahorro y Crédito del Sur), que fusionará en 2008, y creará una nueva entidad regulada en Colombia, con la colaboración de Corporación Mundial de la Mujer-Bogotá y Corporación Mundial de la Mujer-Medellín. A fina-

les de 2007, estas cuatro entidades atendían a casi 200.000 clientes, lo cual supone, si se incluyen los familiares dependientes, una cifra cercana al millón de

Porcentaje de participación (a diciembre 2007)	
	(%)
Caja Nor Perú	98,14
Caja Sur	55,7

personas beneficiadas por el trabajo de la Fundación.

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

En el Perú, la Fundación BBVA para las Microfinanzas firmó un convenio con el Banco de la Nación para compartir locales. Entre los acuerdos tomados destaca el fin de facilitar el acceso a más lugares y, por ende, a más personas. En estos espacios la Fundación instalará módulos de atención al público.

Locales compartidos con el Banco de la Nación	
Departamento	Localidad
Arequipa	Aplao
	La Punta
	Matarani
	Ocoña
	Atico
	Orcopampa
Tacna	Locumba
	Candarave
	Tarata
Moquegua	Omate
	Torata

Plan de bancarización de América Latina

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

En el caso del Perú se han definido tres pilares para asentar la estrategia de bancarización:

•**Producto:** Bajo el concepto “El Banco en la tarjeta” se busca que la tarjeta sea el centro de la relación con el cliente, otorgando financiación y facilitando las transacciones económicas, la asignación de crédito, el pago de nóminas, el pago de remesas recibidas del extranjero, etc.

•**Procesos:** La accesibilidad requiere del desarrollo de la multicanalidad, un uso intensivo de canales tecnológicos alternativos a la red de oficinas tradicional para gestionar el servicio a los clientes, lo que permite ampliar la red de distribución de productos y el acceso a servicios.

•**Riesgos:** Disponer de herramientas de gestión del riesgo que aseguren el correcto desarrollo de este proceso integral y segmentado.

Plan de Bancarización		
	Dic. 2007	Dic. 2006
Número de clientes activos	1.227.189	1.050.596
Número de clientes financiados	217.518	165.939
Financiación de tarjetas (millones de soles)	485	336
Financiación de consumo (millones de soles)	1.034	765

Jorge Delgado Aguirre. Gerente Fundación BBVA para las Microfinanzas

«Sin inclusión financiera no se puede hablar de inclusión social, ni de acceso a la educación ni a la salud... Por lo que la misión de Fundación BBVA para las Microfinanzas es la promoción de accesibilidad financiera como instrumento de un futuro mejor para las personas de escasos recursos en las zonas urbanas y rurales que, hoy por hoy, no tienen acceso alguno. La inclusión que buscamos es fomentar el acceso al crédito y a la actividad financiera de las personas desfavorecidas, a través de las microfinanzas, con el objetivo de ayudarlas a satisfacer sus necesidades básicas y, muy especialmente, a emprender actividades productivas de pequeña escala, contribuyendo así a mejorar su nivel de vida y a fortalecer el desarrollo sostenible de las sociedades donde se actúa».



Para los segmentos poco bancarizados o de Bajo Valor, el 2007 se creó el producto Suedazo, el cual tiene por objetivo atacar, mediante las Fuerzas de Ventas, los segmentos con ingresos menores de S/1.200 que tienen pago de haberes con el Banco y cuya oferta de valor se centra en la rapidez en el desembolso y una oferta de hasta 4,5 veces el sueldo.

Banca para inmigrantes

RECEPCIÓN Y COBRO DE REMESAS DEL EXTERIOR

Desde setiembre de 2002 BBVA Banco Continental ofrece el servicio de recepción de Remesas del Exterior con pago en efectivo o con Abono en cuenta. Este servicio se ofrece gracias al convenio con BTS (Bancomer Transfer Service), el cual tiene a su vez convenios con operadores en todo EE.UU., España y el resto de países de Europa.

Al cierre de diciembre de 2007 se ha logrado el 20% de la cuota de Remesas recepcionadas a través

del Sistema Financiero, y se estima 7% del total de Remesas que ingresan al país.

Características del producto:

- Recepción y cobro de remesas del exterior, No-Clientes en las oficinas de BBVA Banco Continental. Los clientes pueden recibir sus abonos en cuenta o cobrar en las ventanillas de oficina.

- Países concentradores del envío: España, EE.UU., Canadá. También se reciben de otros países europeos, pero principalmente se concentran en España.

En cuanto al acceso a servicios financieros y no financieros, destacan los siguientes:

- Servicios de recepción y cobro de dinero.
- Cuenta remesas para recepción de depósitos.
- Tarjeta Remesas: Tarjeta de Débito para receptores de remesas.

Para más información sobre la Cuenta Remesas, puede consultar en la web www.bbvabancocontinental.com, en la zona “Productos Para Ti / Depósitos”.

FINANZAS RESPONSABLES

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



Especialistas en prevención
de blanqueo de capitales

6

Número de operaciones evaluadas
por riesgo medioambiental

>30

Grandes empresas y financiación de proyectos

Los grandes proyectos de inversión pueden contribuir enormemente al desarrollo de infraestructuras necesarias para el progreso económico y el bienestar social, pero, al mismo tiempo, pueden presentar riesgos ambientales o impactos negativos sobre comunidades locales. Frente a esta situación, las entidades financieras deben encontrar el modo de mantener sus estrategias de negocio, pero también asegurar la coherencia de éstas respecto a sus compromisos de responsabilidad y sostenibilidad social y ambiental.

El marco de gestión del riesgo social y ambiental de la financiación de proyectos que sigue BBVA se ha definido según los Principios de Ecuador, basados en las políticas y estándares del Banco Mundial (para conocer más sobre los Principios de Ecuador, puede

consultar: www.equator-principles.com). Desde su adhesión en 2004, BBVA ha participado activamente en su desarrollo, y en la actualidad es miembro del grupo de trabajo responsable de la incorporación de nuevas entidades financieras.

Actualmente, la implementación de los Principios de Ecuador en las negociaciones en el Perú se encuentra en proceso de desarrollo.

Evaluación del Riesgo Ambiental

De acuerdo con estos criterios, en 2007 se han analizado más de 30 operaciones, de las que se ha calculado sus valores de “riesgo medioambiental” considerando más de 20 variables relacionadas con el medio ambiente. Estas variables se agrupan en tres grandes bloques:

- Emisiones contaminantes y consumo de recursos.



Matilde Schwalb. Área de Responsabilidad Social Universidad del Pacífico

«Una apropiada evaluación del riesgo de las operaciones en las que se involucran las instituciones financieras ha sido siempre clave para su permanencia en el mercado. Lo que ha cambiado actualmente son las variables que determinan el nivel de riesgo de estas operaciones. Si la institución financiera coloca recursos en clientes que tratan mal a sus empleados, que no toman en cuenta el impacto que sus operaciones producen en el medio ambiente, que no desarrollan buenas prácticas de gobierno corporativo, que no cuidan los intereses de sus propios consumidores o clientes, que no exigen de sus proveedores un comportamiento responsable con sus propios stakeholders, que no se involucran con los problemas de su comunidad, están realizando operaciones de alto riesgo que van a terminar minando su rentabilidad y su sostenibilidad a largo plazo».

- Características del entorno al que afecten directa o indirectamente.

- Presión legislativa y fiscalización de determinados componentes del medio ambiente.

Sobre el riesgo ambiental inherente al sector minero y de la energía, BBVA Banco Continental verifica el cumplimiento del Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA) del país, sopor-tándose en la información que publica permanente-mente la autoridad sectorial correspondiente.

Sobreendeudamiento

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

BBVA Banco Continental, fiel a sus fundamen-tos, ha mantenido siempre la prudencia en la ges-tión del negocio, midiendo la capacidad de retorno y evaluando los riesgos desde el principio de pre-caución. Es importante resaltar que el crecimiento del país vino acompañado de una mejora en la cali-dad de la cartera, lo cual se refleja en los indicado-res de morosidad.

Tasa de morosidad			
	2007	2006	2005
Porcentajes	1,26	1,63	2,14

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

El Grupo BBVA comparte la aproximación del Banco de España sobre los riesgos para la reputación en los que podrían incurrir las entidades financieras que, en el desarrollo de sus estrategias, no consideren las

implicaciones derivadas de la localización de sus negocios y de la tipología de las actividades desarro-lladas. Así, BBVA asume que sus actividades econó-micas podrían llegar a desarrollarse en centros finan-cieros *off-shore* y, particularmente, en aquellos que tuvieran la consideración de paraísos fiscales.

Por ello, BBVA Banco Continental, con plena con-ciencia de su reputación, pone especial énfasis en todos los aspectos que sobre esta materia puedan afectarlo. A partir de ello se aplican políticas de admi-sión y conocimiento del cliente, y se cumple de forma escrupulosa la normativa vigente del país, con-templando medidas activas para su protección.

Como una medida de prevención, se emitió una Norma Interna estableciendo requisitos especiales aplicables al establecimiento y mantenimiento de re-laciones de negocio con determinados ciudadanos extranjeros con residencia habitual en el Perú, con menos de un año de antigüedad, poniendo énfasis en la obtención de referencias bancarias que permitan tener la certeza de que se trata de fondos cuyo origen es lícito.

Adicionalmente, se emitió otra Norma Interna describiendo requisitos de identificación, conoci-miento y comprobación, para tener relaciones de ne-gocio con entidades de mera tenencia de activos, que no sean sociedades cotizadas ni filiales de tales socie-dades; esto, como consecuencia de que los centros financieros *off-shore* ofrecen esa posibilidad de cons-tituir sociedades con escasos requisitos de informa-ción pública.

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

La prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas constituye, ante todo, un objetivo prioritario que el Grupo BBVA asocia a su compromiso de favorecer y pre-servar el bienestar de los distintos entornos sociales

Prevención del blanqueo de capitales, lavado de dinero y actividades terroristas			
	2007	2006	2005
Participantes en actividades formativas en materia de prevención de blanqueo de capitales	3.423	2.924	2.696
Personas especialistas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas	6*	10	10

*La Unidad de Cumplimiento está integrada por once (11) personas: 5 realizan actividades especializadas de prevención de lavado de activos y financiación de actividades terroristas, que cubren al Banco Continental, Subsidiarias y AFP Horizonte; 4 personas realizan actividades relacionadas con el cumplimiento de normas y atención de requerimientos de Autoridades; 1 persona brinda apoyo tecnológico a ambos grupos; 1 Gerente de la Unidad que realiza ambas actividades.

en los que desarrolla sus actividades. En BBVA Banco Continental entendemos que este es un requisito indispensable para preservar su integridad corporativa y uno de sus principales activos: la confianza de las personas e instituciones con las que diariamente se relaciona (clientes, empleados, accionistas, proveedores, etc.).

De este modo, en el marco de la política del Grupo de prevenir la utilización de sus productos y servicios con fines delictivos, durante 2007 BBVA

Banco Continental aplicando esta política, ha mejorado el modelo de gestión del riesgo de blanqueo de capitales a través del perfeccionamiento de exhaustivos sistemas de monitoreo de las actividades financieras de la compañía. El objetivo de estos sistemas es integrar dentro de la gestión de este tipo de riesgos las recomendaciones del Comité de Supervisión Bancaria del Banco Internacional de Pagos de Basilea y las nuevas legislaciones que se emitan.

PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES

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

Inversión socialmente responsable

Productos y servicios con carácter ambiental

Productos y servicios innovadores con criterios de RC

Crecimiento en cuota de colocaciones de créditos hipotecarios

13,45%

Crecimiento en financiamiento a Pymes

92%

Inversión socialmente responsable

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

Tu Préstamo es ofrecido y gestionado directamente en las oficinas del Banco de la Nación, los desembolsos son realizados con fondos de nuestra institución, pero para el cliente, el lugar donde contrata el préstamo y donde deberá pagar las cuotas mensuales es el Banco de la Nación.

El proyecto se inicia con una oficina piloto, lue-

Principales proyectos de Banca Corporativa Global y de Inversiones con criterios ambientales y sociales (31/12/2007)

Proyecto	Importe operación	Importe BBVA
Financiamiento de la Adquisición, Construcción y puesta en marcha de una unidad de generación termoelectrica a Gas Natural de 190 MW en el sur de Lima	\$70.000.00	\$18.572.752
Financiamiento de proyectos y equipos de Energía Eficiente en la pequeña y mediana empresa	\$1.279.861	\$835.496
Financiamiento de proyectos de energía renovable en la pequeña y mediana empresa	\$6.327.310	\$359.532
Financiamiento de proyectos y equipos de conversión a Gas Natural en la pequeña y mediana empresa	\$13.198.689	\$8.199.877
Financiamiento de vehículos a gas natural "Mi Taxi", dirigido a personas naturales de bajos recursos económicos	\$974.250	\$784.870

Nota: En la columna Importe Operación se indica el monto de la inversión y en Importe BBVA se indica el monto desembolsado al 31.12.07.

Instituciones Públicas

En julio de 2007 BBVA Banco Continental y el Banco de la Nación firmaron un convenio que tiene por objeto incrementar la bancarización en los segmentos C y D, tanto en depósitos como en préstamos, mediante el producto Tu Préstamo, es un programa de ayuda, adecuado y a la medida de este segmento.

go se incrementa en 9 oficinas con una proyección para cerrar el 2008 con 47 oficinas (entre Lima y provincias) ofreciendo el producto y debidamente capacitadas.

En 2007 se concretaron 141 nuevos créditos y para 2008 las metas trazadas superan las 3,000 operaciones.

CONVENIO CAFAE-SE

BBVA Banco Continental, junto con CAFAE-SE (Comité de Administración del Fondo de Asistencia y Estímulo para los trabajadores del Sector Educación), maneja un convenio mediante el cual, por intermedio de CAFAE, los maestros obtienen préstamos y tarjetas de crédito en condiciones especiales. Este convenio se viene trabajando desde 2003 y, año a año, se beneficia a más maestros con los créditos especialmente diseñados para ellos. En 2007 se logró beneficiar a más de 14,400 maestros en Lima, lo que se tradujo en una facturación de S/.75.000.000. Para 2009 se tiene como objetivo llevar estos beneficios a las principales provincias.

CONVENIO ESSALUD

Por segundo año consecutivo se tiene crecimientos importantes en términos de rentabilidad y vinculación en el colectivo Essalud (el más importante del Banco en número de pago de haberes –28,000– y rentabilidad –S/. 27 millones de BAI– en el 2007).

Al cierre de 2007 se concretaron más de ocho acciones comerciales exclusivas para el colectivo, dos ferias (auto e hipotecario) y el banco estuvo presente colaborando activamente y auspiciando sus eventos importantes con carácter excepcional: Día de la Madre, Día del Padre y Navidad.

Productos y servicios con carácter ambiental

•**Línea ambiental para PYME-BBVA Banco Continental.** La Corporación Financiera Internacional (IFC por sus siglas en inglés) otorgó un paquete de financiación de 30 millones de dólares para negocios con proyectos relacionados con la eficiencia energética y forestación sostenible, incluyendo un paquete de asistencia técnica auspiciado por el Fondo de Medio Ambiente Mundial (GFE).

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

•**Línea de crédito de 120 millones entre el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y BBVA Continental:** Incluye la financiación de proyectos de desarrollo sostenible.

Productos y Servicios Innovadores con Criterios de RC

MICROFINANZAS

•**Apoyo a las instituciones microfinancieras.** Crédito a la Corporación Interamericana de Inversiones de 11,8 millones de euros, destinado a las microempresas.

COLECTIVOS DESFAVORECIDOS

•**Tu préstamo.** En acuerdo con el Banco de la Nación se lanza este plan de créditos de libre disponibilidad dirigidos a los trabajadores dependientes de los sectores formal e informal.

Vivienda y acceso al crédito hipotecario

El BBVA Banco Continental permite el acceso a vivienda para uso familiar mediante su Préstamo Hipotecario, con tasas de interés competitivas, plazos de hasta 25 años (Casa 120), lo que permite al cliente pagar cuotas más pequeñas y con ingresos netos mínimos de S/. 1,500, lo que da acceso a mayor cantidad de personas con menores ingresos.

Durante el año 2007 se tuvo un crecimiento anual de 13.45%, situándose en segunda posición con respecto a la cuota de mercado de 28.65%, con un saldo de S/.2.319 MM.

De igual forma, se desarrollaron los productos MiVivienda y MiHogar (ambos son programas del Gobierno que se canalizan a través de las Instituciones Financieras), dirigidos a las personas del nivel socioeconómico medio y bajo, lo que permite el acceso al financiamiento de viviendas cuyo valor está entre S/.87,500 (25 UIT) y S/.175,000 (50 UIT)

Henri Le Bienvenu. Gerente General Perú 2021

«La incorporación de la Responsabilidad Social en la gestión transversal de la empresa beneficia tanto a esta como a la sociedad en la que se desenvuelve. Al integrar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que la rodean en el desarrollo de sus productos y operaciones, se impacta positivamente en el desempeño financiero de la empresa, su productividad y su relación con todos los actores de su cadena de valores. Asimismo, es fundamental que la empresa aprenda a comunicarse con aquellos grupos sobre los que impacta para mantener relaciones fluidas y transparentes con ellos, permitiendo ver el avance empresarial hacia el desarrollo sostenible».



para MiVivienda y/o entre S/.35,000 (10 UIT) y S/.87,500 (25 UIT) para MiHogar, solo requiriendo un ingreso neto conyugal mínimo de S/.1,400 y S/.1,200 respectivamente.

En estos programas hay un subsidio al cliente por parte del Fondo MiVivienda, por su puntualidad en el pago de sus cuotas mensuales, que le permite ahorrar hasta el 15% del monto total de su préstamo, con un tope máximo de S/.15,000 (MiVivienda) y S/.10,000 (MiHogar). Dado el gran mercado potencial que existe, estos productos están en constante ascenso; por ello, durante el año 2007 se colocó S/.47 MM en ambos programas.

Finalmente, desde principios de este año tenemos Techo Propio, programa orientado a solucionar el problema de vivienda a las familias de escasos recursos. El cliente solo debe contar con un ingreso de S/.1.450, como máximo, para adquirir una vivienda cuyo valor máximo es S/.33.500, Como beneficio, al cliente se le otorga un Bono Familiar Habitacional de S/.13.400.

Microempresas y PYME

Para el segmento PYME, durante el 2007 el BBVA Banco Continental lanzó la cuenta corriente Proveedor, que cuenta con excelentes beneficios, tales como

cero costo de mantenimiento durante el primer año y chequera gratuita, con la finalidad de bancarizar al proveedor PYME de medianas y grandes empresas que son clientes del Banco.

Al mismo tiempo se desarrolló un Programa de Certificación para los Gestores Comerciales del Banco que trabajan directamente con este segmento de clientes, que tiene como fin incrementar el potencial de la fuerza de ventas, y reforzar sus conocimientos para que puedan desempeñarse como Asesores Financieros.

A través de estas acciones se ha logrado otorgar financiamiento a 5.300 nuevos clientes PYMES, lo que representa un incremento del 92% respecto a 2006.

Solidarios

Durante el 2007, el país sufrió los estragos de un fuerte movimiento telúrico que afectó gravemente tres ciudades del sur: Chincha, Pisco e Ica. Frente a esta situación el Banco realizó una campaña y abrió una cuenta en soles y otra en dólares, al mismo tiempo que canalizó la ayuda mediante un convenio, con Cáritas del Perú. A esta causa se sumaron otros Bancos del Grupo que aportaron un total de US\$966.291,91. Este dinero se invertirá en la construcción de escuelas en las ciudades afectadas.

GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS

La captación y retención de talento, la diversidad, la conciliación de vida profesional y laboral, la igualdad de oportunidades, etc., son retos a los que pretendemos dar la mejor respuesta desde BBVA Banco Continental para poder ser el mejor lugar de trabajo.



Total de empleados

3.746

Hombres/Mujeres

54/46%

Horas de formación por empleado

66,49

Perfil de los empleados

En BBVA Banco Continental nuestros empleados son los activos más valiosos que poseemos y alineamos todos nuestros esfuerzos de gestión sobre la base de nuestra Visión: “Trabajamos por un futuro mejor para las personas”. En ese sentido, nuestro objetivo principal es gestionar el desarrollo profesional de nuestro capital humano, teniendo en cuenta las expectativas manifestadas y los requerimientos de la organización. Nuestra política de trabajo siempre se enmarca bajo estándares de transparencia, igualdad de oportunidades y meritocracia, para impulsar y propiciar un adecuado clima laboral.

Empleo y selección

Nuestra política de actuación en los procesos de selección siempre está orientada a garantizar la igualdad de oportunidades hacia todos los candidatos que buscan iniciar una línea de carrera en nuestra institución; por otro lado, en el BBVA Banco Continental obramos bajo parámetros de ética y confidencialidad

Empleados por departamentos

(porcentaje)	2007	2006
Lima	81%	78%
La Libertad	3%	3%
Arequipa	2%	3%
Ayacucho	0,2%	—
Piura	1,4%	2%
Loreto	1,2%	2%
Cusco	1%	2%
Lambayeque	1,2%	1%
San Martín	1%	1%
Áncash	1,1%	1%
Ica	1%	1%
Junín	1%	1%
Ucayali	1%	1%
Huánuco	1%	1%
Puno	1%	1%
Otros departamentos	1,8%	2%
Total	100%	100%

muy estrictos, que aseguren procesos altamente profesionales y objetivos, donde no exista discriminación por sexo, raza, religión, parentesco familiar u otras razones distintas a los requisitos establecidos

Plantilla por edad

(Porcentaje)	2007				2006				2005			
	Edad media	<26	26-45	>45	Edad media	<30	30-50	>50	Edad media	<30	30-50	>50
BBVA Banco Continental	35,32	20,0	55,2	24,7	36,82	38,36	44,15	17,48	37,1	36,69	46,66	16,65

previamente y de manera pública.

La cantidad de personas que componen el comité de dirección, de nacionalidad peruana son 9 y 3 de nacionalidad extranjera.

Gracias a la aplicación de la herramienta corporativa *e-preselec*, que valida la información de los perfiles funcionales definidos para cada puesto con el fin de seleccionar a los mejores candidatos, este año se recibieron más de 31,000 currículos que permiten contar con una bolsa de más de 151,000 resúmenes curriculares de personas interesadas en postular a la Empresa.

Se han realizado procesos de selección para la posición de Asesor de Servicios, con lo que se ha logrado incorporar más de 300 nuevos colaboradores en Lima y más de 100 en las oficinas del interior del país.

En relación con la gestión de atracción del talento, se realizó un intenso programa de acercamiento con las principales universidades y escuelas de negocios del país, con el objetivo de promover la imagen institucional del Banco como una de las empresas líderes en el sector que ofrece excelentes condiciones para sus colaboradores. De esta manera se participó en 6 ferias de trabajo realizadas, en su mayoría, por universidades, y realizamos 5 presentaciones en uni-

versidades y escuelas de negocios con la finalidad de difundir aspectos propios de nuestra cultura corporativa, gestión del talento y posicionamiento en el mercado local e internacional.

Por otro lado, se desarrolló la segunda convocatoria para el Programa “Nueva Generación”, mediante el cual se han seleccionado 17 jóvenes profesionales –entre más de 1.400 postulantes–, quienes contaban con el perfil para asumir posiciones de responsabilidad en las unidades de negocio. Dichas personas iniciarán, en el 2008, el programa de entrenamiento, cuya duración será de 7 meses.

Valoración, desarrollo profesional y compensación

BBVA Banco Continental lleva a cabo un proceso normalizado de evaluación de los resultados y de valoración de competencias, que incluye a todos y cada uno de sus empleados. Las herramientas corporativas empleadas son:

- Entrevistas de Competencias
- Valoración Básica Anual
- Autovaloración de Conocimientos
- Catalogación y Evaluación de Desempeño

Cada una de estas herramientas permite conocer la situación integral de cada colaborador (como persona y como recurso productivo), a fin de gestionarlo sobre la base de sus necesidades. La información obtenida del nivel de competencia de los colaboradores permite definir el Plan de Desarrollo Individual (PDI), que tiene dos vertientes:

•**Autodesarrollo:** Donde cada colaborador asume la responsabilidad y el compromiso de gestionar su propio crecimiento profesional. Desde BBVA Banco Continental se facilita este proceso mediante diversas acciones, como por ejemplo, el Programa “Pasión por mi Desarrollo”, que ofrece facilidades para estudios de posgrado y Maestrías (tasas de financiamiento preferenciales, convenios con instituciones educativas, reconocimiento a la excelencia por ocupar los primeros puestos, entre otros.).

•**Codesarrollo:** Donde la empresa impulsa el desarrollo profesional con el apoyo directo del jefe inmediato como principal entrenador de sus respectivos equipos y, por otro lado, mediante acciones formativas contempladas en el Plan de Formación. Dichas acciones formativas, justamente, se alinean a las necesidades (*gaps*) de los colaboradores, contrastando el perfil del puesto con el perfil personal. Adicionalmente, el Plan de Formación también incluye las

Altas de empleados			
	2007	2006	2005
A nivel nacional	969	796	254

Bajas de empleados	
	2007
Prejubilaciones	9
Bajas voluntarias	148
Término de contrato	80
Cambios empresa grupo	24
Bajas gestionadas	84
Otros	15
Total	360

Dimisiones voluntarias de la plantilla (turn-over)*			
(porcentaje)	2007	2006	2005
BBVA Banco Continental	5,48	2,99	1,56

*Turn-over = [Bajas voluntarias (excluidas las prejubilaciones) / [Número de empleados al inicio del período] x 100.

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

(Porcentaje)	2007	2006	2005
Comité de Dirección y directores corporativos	1,25	0,78	0,91
Directivos	2,65	2,90	3,09
Jefes de equipo y técnicos	5,26	4,76	4,38
Administrativos y servicios generales	0,08	0,07	0,07

acciones formativas requeridas por cada área para el logro de los objetivos establecidos.

El porcentaje de empleados promocionados con respecto al 2006 ha sido de 16.6%

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

Formación y gestión del conocimiento

BBVA Banco Continental aplica el Plan Anual de Formación del Grupo, el mismo que recoge las necesidades de cada unidad y ofrece soluciones integradas e individuales para cada empleado, derivadas del modelo de gestión por competencias.

Gracias a la cercana coordinación con todas las áreas del Banco y a una adecuada planificación, durante el 2007 se ha dado un importante impulso a la actividad formativa, impartándose más de 250 mil horas de formación, lo que representa un incremento de 54% en relación con el año anterior (163 mil horas).

La mayor parte de horas impartidas se han dirigido a reforzar las competencias y habilidades de

las áreas de negocio, a través de los cursos de riesgos, talleres de productos, aplicativos y habilidad de ventas, y programas específicos orientados a desarrollar las habilidades de negocio. Dentro de esta actividad, este año se amplió la oferta de certificaciones internas sumando tres nuevos programas: Estructuración de Operaciones de Mediano Plazo para Banca de Empresas e Instituciones, Programa de Certificación para Gestores Comerciales de Banca Minorista y el Programa de Certificación para Gestores Internos para Banca Corporativa. Estos programas se realizan con el apoyo de prestigiosas instituciones académicas, entre ellas, PAD Universidad de Piura y la Universidad del Pacífico.

Asimismo, este año también se brindó continuidad a los “Programas Transversales”: Diplomado de Gestión Empresarial (UPC), Programa de Desarrollo Directivo (Centrum), Diplomado de Especialización de Finanzas Corporativas (Universidad del Pacífico), entre otros.

También se realizó una importante inversión en el desarrollo de habilidades directivas: más de 15 directivos asistieron a los Programas de Desarrollo impartidos en la Escuela Corporativa de Management con sede en Madrid. Estas actividades se realizan en alianza con el IESE, la Escuela de Negocio de la Universidad de Navarra y el Center for Creative Leadership (CCL).

Localmente, también se han realizado una serie de acciones formativas orientadas a reforzar las

Formación

	2007	2006	2005
Inversión total en formación (soles)	3.307.000	2.400.000	2.008.000
Inversión en formación por empleado (soles)	879	878	745
Horas de formación impartidas (miles)	250.104	163.758	130.909
Horas de formación por empleado	66,49	55,70	48,20
Actividad formativa mediante e-learning (%)	7,76	13,10	4,60
Evaluación de la satisfacción de la formación (sobre 5)	4,26	4,35	4,23
Empleados que han recibido formación en el año (%)	100,00	100,00	100,00

Canales de formación			
(horas)	2007	2006	2005
Formación presencial	230.698	142.243	124.903
Formación a distancia	17.254	19.808	4.476
Formación a través de e-learning	2.152	1.707	1.530

habilidades de liderazgo de quienes cuentan con personal a su cargo; para ello se han impartido más de 11 mil horas de formación con más de 900 participantes.

Como parte del Programa Nueva Generación se diseñó una malla curricular equivalente a más de 1.500 horas de formación por participante, incluyendo actividades formativas en aula y periodos de entrenamiento en las áreas de negocio y de apoyo.

En relación con las certificaciones internacionales, este año se implementaron dos programas de acompañamiento dirigidos a obtener el *Chartered Financial Analyst* (CFA) y el *Certified Internal Auditor* (CIA). Esta iniciativa y el importante esfuerzo de autoestudio del personal han permitido que 9 personas logren obtener estas importantes certificaciones.

En línea con la estrategia corporativa, se brindó un fuerte impulso a la formación en idiomas y se impartieron 5.800 horas en la Escuela de Idiomas, la misma que atiende un colectivo de 129 personas.

Además, el canal de formación a distancia “Conoce” se ha convertido en una pieza clave para los procesos de formación, siendo una red global de aprendizaje a través de internet que se orienta a aportar soluciones formativas homogéneas, alineadas con la estrategia del Grupo.

Como parte de las acciones formativas orientadas a requerimientos legales destaca la formación que se imparte sobre el Código de Conducta, Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo, así como sobre Transparencia y Protección al Consumidor.

Comunicación interna

Las herramientas de comunicación interna tienen como objetivo crear un clima de confianza basado en una relación abierta empleado-empresa y respaldado por la transparencia y la honestidad.

En el 2007, el número de comunicaciones internas se ha incrementado originando una mejora en

la percepción, por parte de los empleados, de la apertura de la información y la credibilidad.

Es importante mencionar también que el uso de la Intranet Corporativa “Espacio Perú” en el año 2007 se ha incrementado, lo que demuestra la aceptación y la utilidad de la información que se está difundiendo.

Otro de los canales de comunicación interna son las publicaciones de dos revistas: *Adelante* y *Nosotros*. En la primera, de distribución trimestral, se reúne información de las actividades que ocurren en todo el Grupo, y en la segunda, cuya edición es bimestral, se recopila información netamente local. En ambas se busca la participación constante de los empleados.

Encuesta de clima				
(Porcentaje)				
	Participación		Satisfacción	
	2005	2003	2005	2003
BBVA Banco Continental	75,3	82,8	66,9	66,2
Periodicidad: Biental.				

Clima laboral

BBVA Banco Continental realiza cada dos años una encuesta mediante la cual todos los profesionales del Banco pueden opinar sobre las condiciones de trabajo y su vivencia profesional.

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

En el 2007 se llevó a cabo la encuesta de Clima Laboral realizada por la empresa Great Place to Work, en la cual se obtuvo un 69% de satisfacción con respecto al clima laboral de la organización.

En dicha encuesta se midieron 5 dimensiones:

- Credibilidad 70%
- Respeto 63%
- Imparcialidad 60%
- Orgullo 81%
- Camaradería 73%

Estos resultados demuestran integralmente nuestras fortalezas y oportunidades de mejora como organización.

Por otro lado, es importante mencionar que la percepción de los colaboradores, que se obtiene de

la premisa “Tomando todo en consideración, yo diría que este es un gran lugar donde trabajar”, obtuvo un 75%, lo que deja entrever que la percepción general del trabajador hacia la empresa es positiva.

Beneficios sociales y otras iniciativas

Durante el 2007 el Plan de Beneficios Personales se extendió a todos los empleados del Banco con el objetivo de maximizar la compensación retribu-

Beneficios para el personal de BBVA Banco Continental

Programa	Actividades
Pasión por mi Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Convenios con prestigiosas escuelas de negocios para ofrecer al personal del Banco importantes descuentos en maestrías y diplomados • Condiciones especiales de financiamiento • Reconocimiento a la excelencia académica (devolución del 100% al primer puesto y 50% al segundo y tercer puesto)
Bien de Salud	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de Empresas Prestadoras de Salud a la par con Essalud (seguro social) • Campañas de vacunación • Consultorio dental • Feria de la salud en Lima y provincias • Asistencia Social • Tópico
Seguros	<ul style="list-style-type: none"> • Seguro de vida ley • Seguro de asistencia en viaje • Seguro contra accidentes personales • Seguro de transporte • SOAT (precio preferencial) • Seguro automotor (precio preferencial) • Seguro de domicilio (tarifas preferenciales) • Seguro oncológico (tarifas preferenciales)
Financiamiento exclusivo	<ul style="list-style-type: none"> • Préstamo Hipotecario, Contiauto, Libre Disponibilidad, de Salud, para Maestrías, para Diplomados, para otros estudios, tarjetas y cuentas con tarifas especiales • Oportunidades para Ti (acceso a servicios y productos a precios preferenciales y con descuentos exclusivos)
Otras actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Vacaciones Divertidas (para hijos de nuestros trabajadores) • Conociendo el trabajo de mis papás • Celebración de Semana Santa • Reconocimiento por el Día de la Madre • Celebración de Fiestas Patrias • Día de la Familia (programa especial de integración y camaradería) • Campeonato deportivo • Día del Niño (dirigido a los hijos del personal) • Ruta Quetzal BBVA (concurso interno para hijos del personal) • Desayunos con la Gerencia General • Postulaciones de familiares a la empresa • Programa de ayuda psicológica a los Colaboradores y Familiares de Ica • Talleres culturales (danzas y música) • Programa de apoyo a las Áreas • Campaña "Seguridad Empieza por Casa" • Campaña de Apoyo "Préstamo Vehicular" • Apoyo para adquisición de electrodomésticos • Apoyo para estudios de maestría y diplomados • Programa de orientación vocacional • Concurso Internacional de Dibujo Infantil de Postales de Navidad • Celebración de Navidad de los niños en Chacacayo • Fiesta de fin de año

tiva, además de fidelizarlos. El Plan incluye productos que les permiten adecuar su retribución a su situación personal: sistema de retribución flexible para la plantilla, productos y servicios con descuentos y beneficios generales (tarifas especiales de préstamos, mejores condiciones bancarias, entre otras).

Toda la plantilla del Banco disfruta de un atractivo esquema de beneficios, entre los que podemos destacar el pago anual por concepto de escolaridad, seguros de vida y de accidente, aguinaldo de Navidad, uniformes (cada dos años), además de otros beneficios, como vales de refrigerio, movilidad, descanso por duelo y opción de Sala Cuna Integral.

Los empleados que trabajan a tiempo completo y parcial cuentan con los mismos beneficios sociales, con alguna salvedad definida en nuestras políticas, como el caso de préstamos a largo plazo, dirigidos a personas de la plantilla fija.

Durante el 2007, el Banco desarrolló diversas actividades para los empleados y sus familiares, en busca de satisfacer sus necesidades, el equilibrio laboral y personal y la mejora de su calidad de vida.

El importe de los beneficios sociales en 2007 en el Perú ha alcanzado los 23.284.000 nuevos soles.

A. PROYECTO “PASIÓN POR LAS PERSONAS”

“Pasión por las Personas” es un programa corporativo que tiene el objetivo de generar iniciativas que correspondan a las expectativas de todos los colaboradores del Grupo BBVA.

Dichas expectativas se han logrado conocer a través de diferentes canales de diálogo que nos permiten acceder a los diferentes puntos de vista de los colaboradores con respecto a su estado emocional, el bienestar, la calidad de vida, los beneficios y las actividades culturales y deportivas que ellos esperan.

Dentro de estas iniciativas es importante dife-

renciar entre las que impactan directamente en cada empleado y las que inciden en el clima laboral de la organización.

Actualmente se están elaborando proyectos acordes con nuestra cultura organizacional y con nuestra cultura como país, de modo que podamos presentar ventajas que favorezcan su estilo de vida laboral y familiar a los colaboradores.

En el año 2007 pudimos gozar de algunas de estas iniciativas, de las cuales se obtuvo una excelente participación y comentarios que contribuyeron a reforzar y mejorar dichos proyectos.

Lo que esperamos para este año 2008 es la sostenibilidad de dichas acciones y la implementación de nuevas iniciativas.

Desde su lanzamiento en el 2005, su ámbito de actuación principal es trabajar el espacio emocional del bienestar, de la familia y de las actividades culturales y deportivas en todos los países del Grupo, incluido el Perú. En concreto, los programas principales en 2007 han sido:

- Pasión por Ti:** Dirigido a mejorar el bienestar profesional y personal de los empleados, con el objetivo de hacer de BBVA y de todas las empresas que forman el Grupo un mejor lugar para trabajar.

Los programas de Pasión por Ti son la respuesta del Grupo a los compromisos con los empleados recogidos en La Experiencia BBVA. Marcan los focos de atención sobre los que van a girar los planes corporativos y de cada unidad.

- Pasión por el Equipo:** Dirigido a mejorar la comunicación y la coordinación, con el objetivo de incrementar los niveles de servicio interno y crear valor.

Las iniciativas que han girado principalmente sobre Pasión por Ti y Pasión por el Equipo, están relacionadas con la salud, la familia, el reconocimiento, el deporte, el liderazgo, el desarrollo profesional y las ofertas de productos y servicios en condiciones especiales para los empleados.



Roberto Klinar. Gerente de Recursos Humanos BBVA Banco Continental
«Hemos evolucionado en la gestión de los recursos humanos a través de un modelo corporativo orientado hacia las personas, gestionando con una filosofía de Bienestar y Desarrollo del Capital Humano en pos de la satisfacción del colaborador, en tanto persona y como profesional; entendiéndose al Área de Recursos Humanos como socia estratégica de las demás áreas para juntos lograr un lugar ideal para trabajar».

Contratos por género

(Porcentaje)	2007		2006		2005	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Fijos o indefinidos tiempo completo	38,92	28,91	48,33	34,57	51,66	36,35
Fijos o indefinidos tiempo parcial	0,13	0,08	0,00	0,00	0,00	0,00
Temporales	15,46	16,50	0,62	0,87	5,15	6,53
Otros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Distribución funcional por género y categoría profesional

(Porcentaje)	2007		2006	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Comité de Dirección	82	18	89	11
Equipo Directivo	86	14	83	17
Mandos Medios	66	34	69	31
Especialistas	57	43	61	39
Fuerza de Ventas	44	56	46	54
Puestos Base	50	50	50	50

Expedientes disciplinarios

	2007	2006	2005
Sobreseimientos	25	22	38

Asuntos contenciosos

	2007	2006	2005
Demandas derivadas de expedientes disciplinarios	12	4	5
Reclamaciones individuales	18	7	5
Total	30	11	10

El 2007 ha sido el del 150° aniversario del BBVA y los empleados, a través de Pasión por las Personas han tenido un protagonismo especial en dos eventos a nivel internacional, como los Juegos Deportivos, celebrados en 20 países y con la participación de cerca de 20 mil empleados en diferentes modalidades.

BBVA Banco Continental dejó un recuerdo memorable en las Competencias Deportivas por los 150 años del BBVA. En Fulbito Damas, el equipo Ahí Vamos ganó a todos sus competidores. Cabe resaltar su integración, que en todo momento brilló con luz propia.

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

BBVA Banco Continental se preocupa por desarrollar actividades dirigidas a sus colaboradores y sus familiares, lo que les permite mejorar su calidad de vida. Estas actividades se detallan en el acápite referido a Beneficios Sociales.

En este aspecto es interesante destacar las actividades dirigidas al grupo de ex colaboradores, actualmente jubilados. Este grupo lo forman unas 615 personas que cuentan con varios de los beneficios correspondientes a los colaboradores activos.

Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos

Todos los años, representantes del área de Recursos Humanos se reúnen con los representantes sindicales con el fin de revisar la mejora de las condiciones laborales. Los acuerdos tomados se aplican tanto al personal afiliado al sindicato como a los demás integrantes de la plantilla.

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

Salud y seguridad laboral

Teniendo en cuenta que la seguridad y la salud en el trabajo es una condición básica para la protección social y el desarrollo de las relaciones de trabajo adecuadas, el Banco viene desarrollando un Sistema Integral de Seguridad y Salud en el Trabajo que contempla la reglamentación vigente.

En el 2007 se implementó un Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo, donde se define la

Tasa de absentismo			
(Porcentaje)	2007	2006	2005
Perú	0,98	1,04	1,15

política de higiene y seguridad ocupacional y se establece las normas de prevención y protección contra riesgos ocupacionales que aseguran la salud integral de los trabajadores para la mejora de las condiciones del medio ambiente laboral.

Con la finalidad de realizar un seguimiento a la buena aplicación del nuevo Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo se ha constituido un comité, el cual está integrado por representantes de la empresa y de los trabajadores.

*La salud y seguridad laboral se aplica en el Banco desde el segundo trimestre del año 2007; esto, a partir de la emisión del Decreto Supremo N° 009-2005-TR, por el que se aprueba el Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo para proteger la seguridad y salud de los trabajadores en el país.

Las principales funciones son las siguientes:

1. Planificar, coordinar, establecer y hacer seguimiento del programa de seguridad y salud en el trabajo para asegurar las buenas condiciones del puesto laboral.

2. Identificar peligros y evaluar riesgos en las áreas de trabajo, así como hacer el seguimiento a la implementación de las recomendaciones.

3. Coordinar con el área de formación la realización del programa de capacitación y entrenamiento del personal de acuerdo con las necesidades del Banco.

4. Revisar y/o redactar procedimientos de seguridad y salud.

5. Implementar políticas, procedimientos, normas, instructivos y programas que aseguren las buenas condiciones en los puestos de trabajo.

6. Hacer el seguimiento a los procedimientos de trabajo para aquellas actividades que tienen potencialmente grandes riesgos de fatalidad o de incapacidad permanente.

7. Informar mensualmente al Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo sobre los índices de accidentabilidad y gestión de la seguridad y salud en el Banco.

8. Revisar y recomendar las especificaciones para adquirir equipos de seguridad.

9. Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos y demás disposiciones normativas establecidas en el Banco.

10. Establecer las bases para que se cumplan los requisitos legales aplicables en seguridad y salud en el trabajo.

11. Preparar y/o presentar informes cuando sean requeridos por las Gerencias.

12. Hacer el seguimiento a la elaboración y actualización de planes de emergencia.

13. Mantener reuniones mensuales con el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo para programar, delegar y hacer seguimiento del avance y cumplimiento de los objetivos del programa de Seguridad y Salud en el Trabajo.

14. Investigar accidentes e incidentes de trabajo.

15. Coordinar y/o ejecutar las inspecciones y auditorías en seguridad y salud.

COMPRAS RESPONSABLES

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



Número de proveedores*

153

*Hasta el 2006 se incluían los proveedores por operaciones de *leasing*.

Índice de satisfacción de proveedores
(Escala del 1 al 5)

4,5

Política y modelo corporativo de compras

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

- La aplicación de criterios de objetividad, transparencia, profesionalidad e igualdad de oportunidades tanto en la selección de proveedores como en la relación con estos.

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

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

BBVA Banco Continental celebra periódicamente reuniones con sus proveedores estratégicos, con el objetivo de establecer con ellos relaciones sólidas y duraderas que proporcionen estabilidad y calidad a la relación comercial. Además, el área de Compras del Banco realiza, cada dos años, encuestas

para medir el grado de satisfacción de sus proveedores, identificar sus expectativas y requerimientos y detectar áreas de mejora.

Índice de satisfacción de proveedores*

(Escala 1-5)	2006	2004
	4,5	4,45

*Encuesta bienal.

En consonancia con la responsabilidad social extendida a los proveedores, BBVA Banco Continental establece controles cuando se realizan compras superiores a un determinado importe de facturación. En estos casos se hacen inspecciones en las instalaciones del proveedor y se regula contractualmente la no vulneración de los derechos humanos y de las leyes vigentes.

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

Código ético

El Código de Conducta del Grupo BBVA, que aplica a cada uno de los Bancos que lo forman, establece, respecto a la relación con sus proveedores, lo siguiente: “BBVA valora especialmente a aquellos proveedores que comparten los principios que sustentan este Código y que han adoptado para el desarrollo de sus

Homologación de proveedores

	2007	2006	2005
Número de proveedores homologados	37*	124	90

*Nuevo esquema de homologación por SGS del Perú.

Uso de herramientas electrónicas

	2007	2006	2005
Número de negociaciones electrónicas ⁽¹⁾	380	155	148
Número de pedidos electrónicos ⁽²⁾	20,599	(*)	(*)
Número de referencias solicitadas contra catálogo electrónico ⁽²⁾	20,599	120.524	142.499

(1) REX más Subastas en los años 2006 y 2007; solo REX en 2005.

(2) Pedidos de Economato realizados a través de CEPRO.

RFX (siglas en inglés) = Requerimiento por pedido

(*) No se cuenta con la información.

actividades los compromisos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas”.

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

Sistema de homologación de proveedores

Como parte de su política de compras, BBVA Banco Continental requiere que los proveedores sean sometidos a un proceso de homologación para asegurar que cuentan con la calidad y la capacidad productiva, técnica, financiera y comercial que el Grupo precisa.

En los cuestionarios de homologación se incluyen preguntas específicas sobre el cumplimiento de los diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Uni-

das, relativas a los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y lucha contra la corrupción, así como al desempeño de las principales líneas que establece la norma SA 8000. Asimismo, se pide una declaración firmada del cumplimiento de dichos principios y de que la contratación de sus trabajadores se realiza respetando la legislación laboral vigente.

Existe actualmente una reducción considerable en el número de proveedores homologados, en vista de que durante el 2007 se trabajó con un nuevo esquema que realiza la empresa SGS del Perú, cuyo objetivo es certificar que nuestros proveedores cuenten con la capacidad productiva, técnica, financiera, jurídica, comercial y con gestión de calidad, enfatizando especialmente en temas de seguridad, salud y medio ambiente, lo que extiende los tiempos del proceso.

Herramientas de gestión y aprovisionamiento

BBVA Banco Continental cuenta con varias herramientas electrónicas orientadas a conseguir un aprovisionamiento cada vez más eficiente y transparente:

Enrique Portaro Madueño. Gerente General, Rotapel

«Somos concientes de la importancia de la Responsabilidad Social y nos preocupamos para que vaya alineada con nuestras políticas y con los compromisos asumidos en nuestra calidad de proveedor. Una de nuestras principales preocupaciones se refleja en la relación con el personal de la empresa, incluyendo a todos sin excepción en planilla, fomentando la contratación de personal femenino y priorizando con pobladores de la zona y alrededores. Por la naturaleza de nuestras funciones fomentamos la plantación y conservación de áreas verdes tanto en la empresa como en la comunidad.»



•**Herramientas electrónicas en el ámbito interno:** permiten gestionar el proceso global de aprovisionamiento en el caso de usuarios internos y realizar peticiones a través de un catálogo electrónico.

•**Herramientas electrónicas en el ámbito externo:** el Grupo cuenta con instrumentos *on line* para tramitar los pedidos de forma automática, como la plataforma de comercio electrónico Adquira, en la que se ofrecen servicios y soluciones de compra, venta y negociación para todo tipo de empresas. Para más información, puede consultar en www.adquira.es.

Estas herramientas fomentan la accesibilidad y la transparencia mediante las siguientes mejoras:

- Mejora del nivel de servicio ofrecido al cliente interno.
- Reducción de los tiempos de negociación.
- Integración de la información en un único sistema integral.

•Procedimientos que permiten a los usuarios y proveedores conocer el estado de las solicitudes y los pedidos, para fomentar su acceso al pliego de condiciones en cada negociación.

•Mejora de la eficiencia. El Grupo, al asegurar el cumplimiento de los contratos, obtiene resultados mucho más eficientes.

Proyectos responsables con proveedores

BBVA Banco Continental desarrolla proyectos de responsabilidad social dirigidos a los proveedores. De esta forma, las políticas responsables dirigidas a la sociedad se trasladan también al ámbito de los clientes internos. Entre estos proyectos, el más destacado fue la compra de todas las felicitaciones de Navidad de 2007 al UNICEF, con una compra total de 15.837 tarjetas.

GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

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



Papel consumido por empleado (kg)

66,40

Electricidad consumida por
empleado (GJ)

21,4

CO₂ emitido por empleado (t)

1,12

Política Ambiental y Sistema de Gestión Ambiental

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

Para compatibilizar bajo un modelo de desarrollo sostenible las dimensiones económica, social y ambiental de la compañía, el Grupo cuenta desde 2003 con una Política Medioambiental que afecta a todas sus entidades y actividades, incluido BBVA Banco Continental. Esta Política busca impulsar la integración efectiva de los criterios ambientales en el conjunto de actividades que desarrolla el Banco, haciendo de estos criterios un elemento diferencial y de ventaja competitiva. El comportamiento res-

ponsable con el entorno de todas las unidades y personas que forman parte de la empresa es la mejor muestra de este compromiso con el medio ambiente.

Los objetivos generales de esta Política son:

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

Impacto ambiental directo: ecoeficiencia

PLANES AMBIENTALES

•Control y medición del consumo de energía. Contamos con sistemas de supervisión y ahorro de energía en nuestro Edificio de la Sede Central y un grupo inicial de Oficinas en Lima (10) y Provincias (34).

Consumo de agua

	2007	2006	2005
Total de agua consumida (m ³)	123.506	134.625	154.141
Agua consumida por empleado	32.97	32.12	45.60

Consumo de energía

	2007	2006	2005
Total de energía directa (GJ)	66.437	68.555	72.848
Energía directa por empleado (GJ)	21.4	16.4	21.6
Total de electricidad consumida (GJ)	66.437	67.180	68.540
Total de diesel consumido (GJ)	1.673,9	1.375,8	4.307,7
Total de energía indirecta (GJ)	0	0	0

Consumo de papel

	2007	2006	2005
Total de papel consumido (t)	248,76	200	147
Total de papel consumido por empleado (kg)	66,40	47,7	43,5
Papel ecológico consumido	0,0	0,0	0,0

Gestión de residuos

	2007	2006	2005
Papel (kg)	69.386	68.900	52.428
Tóneres (kg)	1.248	840.00	842.20
Aparatos eléctricos y electrónicos (kg)	6.468	2.115	3.000

Emisiones atmosféricas*

	2007	2006	2005
Total CO ₂ emitido (t)	3.464.68	3.513.40	3.754.50
Emisiones directas CO ₂ (t) ⁽¹⁾	290.24	303.7	479.8
Emisiones indirectas CO ₂ (t) ⁽²⁾	3.174.44	3.209.70	3.274.70

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

⁽¹⁾ Incluye el CO₂ por consumo de combustible diesel y viajes con vehículos propiedad del Banco.

⁽²⁾ Incluye el CO₂ por consumo de energía eléctrica.

Videoconferencias*

	2007	2006	2005
Videoconferencias	241	179	159
Salas equipadas con videoconferencias	6	5	4

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

Antonio Brack Egg. Ecólogo

«El Informe Anual de Responsabilidad Corporativa del BBVA Banco Continental es una muestra y un ejemplo de la preocupación y de la responsabilidad corporativa en lo referente a la gestión ambiental y el cambio climático de empresas innovadoras que están en sintonía con los graves problemas ambientales globales, y de la preocupación por contribuir a mejorar los estándares para ser parte de la solución de los mismos. Ojalá otras empresas sigan el ejemplo del Banco y con ello se extienda cada vez más la responsabilidad corporativa en el campo del ambiente y del cambio climático, porque todos somos parte de la solución de los problemas ambientales globales».



Actualmente, en estas 44 Oficinas se tiene implementado el Software de Supervisión a distancia y ahorro de energía: WIN CC, y en la Sede Central, además, otro Sistema de Supervisión: INSIGHT.

Estos Programas permiten que se pueda discriminar algunas cargas de consumo a través del encendido y apagado automático en horarios programados, lo cual nos alivia de un consumo de carga eléctrica innecesario.

- Plan de reciclado de papel y cartuchos de tóner en oficinas de Lima y Sede Central. Se aplica una rutina de repartición de bolsas para la recolección diaria del papel blanco usado en nuestra Red de Oficinas y en el Edificio de la Sede Central. El papel obtenido se traslada a un área especial para ser picado (eliminando cualquier información) y finalmente es enviado a reciclar.

Gracias a esta Campaña de reciclado de papel contribuimos a reducir considerablemente la tala de árboles, lo que permite la limpieza del aire.

En cuanto al reciclado de tóneres, estos son reciclados de manera indirecta, ya que una vez usados son vendidos a un menor precio al mismo Proveedor que nos vende las unidades recicladas.

- **Campañas de sensibilización ambiental para empleados.** Periódicamente se publican comunicados acerca de las políticas aplicadas con mensajes conducentes a la conservación del medio ambiente a través de Boletines que llegan vía correo electrónico a toda la Red de Oficinas y Edificio de la Sede Central.

Igualmente, estas políticas medioambientales son promocionadas en los Comités de Territorios con asistencia de los Subgerentes de la Red de Oficinas.

PLAN GLOBAL DE ECOEFICIENCIA

Durante el 2007 la compañía ha trabajado en la definición de un plan corporativo de ecoeficiencia a desarrollarse entre el 2008 y 2012, que establece objetivos de minimización del impacto ambiental

directo del Grupo al que también aplica BBVA Banco Continental. Sus principales líneas irán enfocadas a la gestión de residuos, a la reducción del consumo eléctrico, del agua y de los combustibles, a la concientización de empleados y a la implementación de un modelo de compras sostenibles y de edificios ambientalmente eficientes.

Información y sensibilización ambiental

El Banco desarrolla de forma permanente iniciativas de información y sensibilización dirigidas a sus grupos de interés (con especial atención a sus empleados) y a la sociedad en general, proporcionando conocimientos que permitan la implantación y el seguimiento de buenas prácticas medioambientales.

BBVA Banco Continental fomenta una cultura de cuidado del medioambiente y en 2007 ha desarrollado un programa de capacitación con el objetivo de mejorar la sensibilización de su plantilla en este tema. Se han impartido 25 sesiones con 475 participantes cubriendo la difusión de la Política de Riesgo Ambiental adoptada por nuestra institución, así como el marco legal ambiental que se aplica en el país.

Adicionalmente, en 2007, BBVA Banco Continental ha colaborado en las siguientes acciones de información y sensibilización ambiental:

- Comunicados acerca de las políticas aplicadas con mensajes conducentes a la conservación del medio ambiente a través de Boletines que llegan vía correo electrónico a toda la Red de Oficinas y Edificio de la Sede Central.

- Igualmente, estas políticas medioambientales son promocionadas en los Comités de Territorios con asistencia de los Subgerentes de la Red de Oficinas.

- Conservación de las áreas verdes y plantas de la red de Oficinas.

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

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



Total de recursos
destinados

4.622

millones de soles

Incremento sobre el 2006

532,76%

Niños beneficiados por el
Programa Leer es Estar
Adelante

13.824

Niños becados por el
Programa Leer es Estar
Adelante

3.600

Aspectos relevantes y datos básicos

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

Como ha quedado de manifiesto a lo largo de todo el Informe, la principal contribución de BBVA Banco Continental a la sociedad tiene lugar a través de su actividad empresarial habitual. Lo hace con los productos y servicios que ofrece y que repercuten positivamente en la sociedad en general, y en particular, en ciertos colectivos más desprotegidos.

En este sentido cabe destacar la actividad desarrollada por el Banco a favor de la inclusión financiera,

con el fin de facilitar el acceso de nuevos segmentos de la población a los productos y servicios financieros. La creación de empleo y la atención de las necesidades de sus distintos grupos de interés son otros aspectos por los que la propia acción de la compañía tiene un impacto beneficioso en las comunidades en las que opera.

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

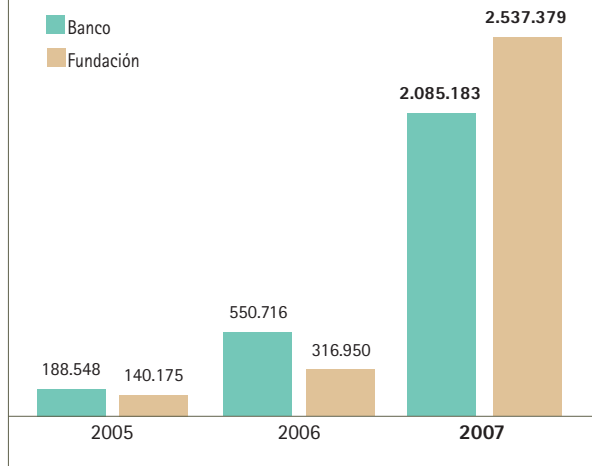
Los proyectos sociales se definen ajustándose a las principales necesidades y condicionantes del entorno del Banco, gracias a la estrecha relación



«Leer es estar adelante» es el programa de acción social que promueve BBVA Banco Continental y que forma parte del Plan de Acción Social que impulsa el Grupo BBVA en América Latina. El objetivo del programa en Perú es elevar los niveles de comprensión de lectura de los escolares peruanos entre tercero y sexto de primaria. A partir de una alianza que involucra al Estado, sociedad civil y Banco, «Leer es estar adelante» destaca la participación activa del maestro y rescata contenidos regionales para la elaboración de libros locales que permiten al niño un mejor desarrollo de sus habilidades de comprensión lectora. El programa contempla dos evaluaciones anuales para determinar el impacto de la metodología con el fin de replicarla en más localidades.

Apoyo a la comunidad: recursos destinados por BBVA Banco Continental y su Fundación

(En nuevos soles)



mantenida con los grupos de interés con los que nos relacionamos (como se ha descrito en el capítulo “Participación de grupos de interés”). Además, la compañía focaliza sus esfuerzos en los ámbitos de actuación más próximos a su actividad, manteniendo siempre una alineación con la estrategia y gestión del Grupo BBVA.

Toda esta política general de compromiso con la comunidad constituye una destacada vertiente de la Responsabilidad Corporativa de la compañía y, cada vez más, posee un carácter estratégico y sinérgico, siempre bajo las siguientes premisas:

- Impulso de comportamientos internos como expresión de la visión y principios de la compañía.

Indicadores básicos de la actividad

	2007	2006
Número de colaboradores	3	2
Número de publicaciones (incluidas las coediciones)	1	-
Número de asistentes a las distintas actividades	265.461	130.115
Número de instituciones que reciben publicaciones	21	-

- Orientación prioritaria hacia proyectos educativos.

- Apoyo a colectivos y sectores desfavorecidos y/o con necesidades especiales.

- Actividades en situaciones de emergencias humanitarias.

La mejor muestra del compromiso de BBVA Banco Continental con la sociedad, en conjunto con su Fundación, es el volumen de recursos financieros y humanos destinados a este fin. Unas cifras que han aumentado en 2007 siguiendo la tendencia de los últimos años. En 2007, el total de recursos invertidos alcanzaba los 4'622.562 nuevos soles, lo que supone un crecimiento del 533,98% con respecto al año anterior.

La Fundación BBVA Banco Continental

La Fundación BBVA Banco Continental es una entidad sin ánimo de lucro, creada con el objetivo

Apoyo a la Comunidad: Recursos destinados por BBVA Banco Continental y su Fundación

(Miles de nuevos soles)

	2007	2006	2005
Por entidad			
BBVA Banco Continental	2.085.183	550.716	188.548
Fundación BBVA Banco Continental	2.537.379	316.950	140.175
TOTAL	4.622.562	867.666	328.723
Por temática			
Asistencia Social	967.159	118.963	33.740
Educación	2.901.951	-	28.784
Cultura	415.067	349.617	242.104
Salud	-	1.942	5.632
Ciencias Sociales	114.455	196.284	-
Medio Ambiente	-	50.492	-
Promoción de la Responsabilidad Corporativa	38.064	30.046	-
Otros campos y gastos de estructura de las fundaciones	185.866	120.322	18.463
TOTAL	4.622.562	867.666	328.723

específico de contribuir al desarrollo integral de la sociedad. Sus ejes básicos de actuación son la educación, el arte, la cultura y la asistencia social.

Plan de Acción Social para América Latina

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

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

Las líneas básicas del Plan son las siguientes:

- Definición de un marco general de actuación para todos los bancos y fundaciones del Grupo en América Latina.

- El Plan centra su atención, a nivel global, en el apoyo a la educación (infantil, primaria y secundaria) para favorecer la integración social de las familias de los sectores más desfavorecidos. Así, un 80% de las actividades se realizan en torno a esta prioridad y el 20% restante están orientadas hacia la cultura y la asistencia social.

- El criterio de aportación de los recursos se establece con el compromiso de destinar, como mínimo,

el 0,7% del beneficio del Grupo en el país durante el año anterior. Cabe destacar un importante aumento de los recursos aportados durante el 2007.

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

Otras líneas de trabajo destacadas

PROGRAMA DE ACTIVIDADES CULTURALES

Aportación	425.690,51 nuevos soles en 2007
Foco	· Artes plásticas · Conservación del patrimonio histórico-artístico
N.º de exposiciones	17 (Arequipa, La Libertad y Lima)
N.º visitantes	155.461 personas

El Programa de Actividades Culturales de BBVA Banco Continental es un referente dentro del mecenazgo artístico nacional. En 2007 se contó con exposiciones en Lima, Arequipa y La Libertad, además de la edición del libro "Pasión por las personas. La vuelta a Lima, Cusco e Iquitos en 24 horas".



El programa cultural se centra fundamentalmente en tres áreas:

- **Artes plásticas.** Se organizan exposiciones propias, muestras para difundir la importante Colección BBVA Banco Continental, y se desarrollan diversas actuaciones en colaboración con museos y fundaciones de referencia.

“Pasión por las personas” es el título de la exposición fotográfica que recoge las imágenes captadas por 50 destacados fotógrafos peruanos en tres ciudades del Perú: Lima, Cusco e Iquitos, con el objetivo de retratar la vida cotidiana de los peruanos que luchan día a día para superarse y salir adelante con optimismo.

Esta muestra también ha sido plasmada en un libro que contiene más de 150 imágenes que pretenden promover una mirada inclusiva del Perú que busca rescatar los rostros de los hombres y mujeres que construyen el futuro del país.

El proyecto, que ha sido patrocinado por la Fundación BBVA Banco Continental, ha estado bajo la conducción del fotógrafo Sergio Urday, quien convocó para esta labor a un importante grupo de fotógrafos, como Paolo Aguilar, Mayu Mohanna, Miguel Bellido, Manuel García Miró; además de artistas visuales alejados de los medios de comunicación, como Jorge Deustua, Roberto Huarcaya, Billy Hare, entre otros.

La exposición propone dar una vuelta al Perú en 24 horas. El viaje comienza con el desfile de los peruanos rumbo al trabajo al despuntar el alba y concluye en cualquiera de las versiones de la noche peruana. Sin hacer distinciones de ningún tipo, las imágenes muestran taxistas, comerciantes, campesinos, amas de casa, obreros, niños; todos en un diálogo vital con su entorno en el que las ilusiones, esperanzas, y afectos siempre tienen espacio.

Es importante anotar que más de 60 obras de arte de la colección de BBVA Banco Continental participaron en la exposición “La colección BBVA en América Latina”, con motivo de los 150 años de BBVA.

- **Apoyo a la conservación del patrimonio histórico-artístico.** Dentro de este rubro, durante el 2007, el Banco patrocinó la conservación de un número importante de obras de la artista Julia Codesido, que actualmente se encuentra en poder del Instituto Riva Agüero de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

- **Actividades relacionadas con la educación.** El

programa Leer es Estar Adelante ingresó a su fase de implementación. Su objetivo es brindar apoyo efectivo para la educación en sectores desfavorecidos, mediante el diseño e implementación de un sistema que permita tanto a los alumnos como a los docentes, en cinco regiones del país, aumentar los índices de comprensión de lectura.

A lo largo del año se concretó la firma de convenios con los Gobiernos Regionales de Arequipa, Ayacucho, Loreto y Piura. En esta etapa se ha logrado incrementar de 3.600 a 13.824 la participación de alumnos y de 120 a 542 la de docentes.

La campaña de medios

Como parte del programa, la Fundación BBVA Banco Continental presentó una campaña para que la lectura se ponga de moda y se convierta en una actividad cotidiana que vaya más allá del salón de clase. Para ello, convocó el apoyo de reconocidos artistas del medio como Dina Páucar, Almendra Gomelsky, Giovanni Ciccía, “Nicolasa”, Max Castro, Melania Urbina, Bruno Pinasco, Aldo Miyashiro, entre otros. Todos ellos prestaron su imagen desinteresadamente para afiches que fueron difundidos a nivel nacional en las Oficinas del Banco y medios de comunicación.

El lanzamiento de la campaña se llevó a cabo en el teatro de la Biblioteca Nacional, junto con más de 400 niños invitados de diferentes colegios de Lima.

Feria del Libro

Este año, Leer es Estar Adelante hizo posible que más de 500 niños de los distritos más populares de Lima asistieran a la XII Feria Internacional del Libro de Lima y pudieran disfrutar de narraciones de cuentos peruanos a cargo de reconocidos cuentacuentos. Todo esto con el propósito de acercar los libros y el hábito de la lectura a los niños.

Para este fin se trasladó a la feria a niños de siete colegios de los distritos de Comas, Lima, Villa El Salvador y San Juan de Lurigancho. Ellos visitaron las distintas editoriales y asistieron a una narración de cuentos peruanos.

Convenio con la Biblioteca Nacional

Con el firme propósito de incentivar la lectura entre los peruanos, la Biblioteca Nacional del Perú (BNP) y la Fundación BBVA Banco Continental suscribieron un convenio para impulsar diversas actividades

para la promoción de la lectura en dicha sede. El acuerdo comprende la entrega –en una primera etapa– de 62 mil nuevos soles por parte de la Fundación, así como el trabajo conjunto de ambas instituciones a favor de la lectura.

RUTA QUETZAL BBVA (CONCURSO NACIONAL)

Aportación BBVA	21.428.55 de euros en 2007 (S/.93.214.20)
Foco	Educación
Trabajos presentados	76
Participantes	5

Grupo BBVA organiza y patrocina la Ruta Quetzal desde 1993, un programa formativo declarado de Interés Universal por la UNESCO, en el que han participado un total de 8 mil jóvenes. En 2007 tuvo lugar la XXII Edición de la Ruta Quetzal BBVA, “La huella de la nao de la China en México”, un recorrido por la costa del Pacífico en México que culminó en Bilbao, donde la expedición celebró el 150° aniversario del nacimiento del Grupo BBVA. En ella participaron 350 jóvenes de hasta 55 nacionalidades, entre los que se contaron 5 peruanos.

SERVICIO DE ESTUDIOS

Aportación	71.501 nuevos soles
Áreas organizativas	Temáticas <ul style="list-style-type: none"> · Análisis sectorial · Modelización y análisis cuantitativo · Análisis de sistemas previsionales
Equipo	7 profesionales

El Servicio de Estudios Económicos nace con el fin de adaptar el análisis económico a las necesidades del Grupo BBVA y de responder al reto de evaluar desarrollos económicos cada vez más globalizados. Se estructura en seis grandes unidades y

está presente en las principales áreas geográficas donde se ubica el Grupo. Esta proximidad a la realidad permite a la entidad anticiparse en sus análisis y tomar decisiones oportunas a nivel económico en cada momento.

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

Resaltamos la continuidad de las Reuniones para Ejecutivos, actividades que por segundo año consecutivo se realizaron en las instalaciones del Banco, en las que se brindó información útil y de primera mano para la correcta toma de decisiones de nuestros clientes.

En las cinco reuniones realizadas a lo largo del año, las mismas que fueron organizadas por la Unidad de Imagen y Comunicación, se trataron temas como Balance de la Economía 2006 y Expectativas 2007, Sistema Tributario, Commodities: Perspectivas 2007-2008 y Gobierno del Presidente Alan García: Balance y Perspectivas.

En respuesta a la demanda de clientes del interior del país, la primera semana de mayo se llevó a cabo la primera reunión en la ciudad de Arequipa, titulada Expectativas de la Región Sur y Panorama Político Peruano.

Otros proyectos relevantes

APRENDO BBVA

Aportación	10.685,24 nuevos soles en 2007
Foco	· Educación <ul style="list-style-type: none"> · Conceptos básicos sobre el Sistema Financiero
N.º de alumnos	1.872 estudiantes de educación primaria

En su cuarto año, el programa Aprendo BBVA continuó recibiendo escolares de diferentes distritos de



Miguel de la Quadra-Salcedo. Director de la Ruta Quetzal BBVA

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

la capital. Como parte de esta experiencia, los niños no solo aprenden los conceptos básicos sobre el sistema financiero sino también conocen las instalaciones del Banco, como las oficinas de atención a los clientes, la bóveda y el área de impresión de tar-

jetas, como complemento de lo revisado en el aula.

Durante el 2007 se atendió a escolares de la ciudad de Trujillo y Arequipa, además de grupos compuestos por colectivos de empresas cliente del Banco. A la fecha han participado 1.872 niños.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

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



Plan de Voluntariado Corporativo

El Plan de Voluntariado Corporativo de BBVA, Voluntarios BBVA, nace en mayo de 2007 como fruto de la necesidad de abordar el voluntariado para impulsar nuevas iniciativas y construir un marco a las actividades en este ámbito, así como del interés de todo el Grupo por mejorar las condiciones de vida de otras personas.

Aunque la empresa fomenta, impulsa y apoya las actividades de voluntariado corporativo proponiendo iniciativas y aportando recursos, los protagonistas son las personas que trabajan en el Banco y su foco principal, la educación.

Voluntariado en el Perú

El proyecto de voluntariado BBVA Banco Continental se crea a partir del programa de acción social Leer es Estar Adelante. En esta primera convocatoria intervienen activamente 40 empleados de todas las categorías laborales y correspondientes a las ofi-

cinas de Lima y Piura.

Este proyecto consiste en la participación de los empleados en talleres de narración de cuentos, donde se capacitan en temas como expresión oral, dicción y expresión corporal, a cargo de un experto en el tema.

Las actividades realizadas durante el 2007 fueron la presentación del grupo de empleados de Lima en "Un día para leer", actividad dirigida a la familia, donde representaron dos cuentos clásicos: "El flautista de Hamelin" y "El gigante egoísta". Este evento contó con la asistencia de más de 10 mil personas.

El monto destinado a esta actividad es de 22.938,71 nuevos soles.

Para el 2008 se ha previsto ampliar el número de voluntarios, continuar con los talleres e iniciar la programación de narraciones de cuentos en las instituciones educativas que participan en el programa Leer es Estar Adelante.



Salomón Palacios Seminario. Gerente Oficina Piura. Voluntario N° 19

«El voluntariado generó inmediata expectativa y participación en el equipo de la oficina, a pesar de que nadie tenía "experiencia actoral" previa para representar los cuentos, pero resultó muy agradable, entretenido y a la vez, gratificante por saber qué se hacía con un fin muy noble en sí mismo. Considero que la experiencia como voluntario es muy interesante y que tiene un trasfondo muy valioso: la trascendencia hacia los demás, el poder contribuir de alguna manera en un programa con una misión muy rica: el despertar e incentivar el hábito de la lectura en los niños con la perspectiva de que ello va a ser de mucha utilidad para su desarrollo futuro y contribuir a "construir mejores personas, mejores ciudadanos».

PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DEL MILENIO

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

(2015 Un mundo mejor para Joana)



Pacto Mundial

En el 2004, BBVA Banco Continental firmó su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa multisectorial orientada a promover la responsabilidad empresarial. El pacto promueve el compromiso social de las empresas a través de diez principios basados en derechos huma-

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

A la fecha, BBVA Banco Continental es la única empresa del sistema financiero peruano que ha

BBVA Banco Continental y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Categorías	Principio	Indicadores GRI
Derechos humanos	Principio 1 Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	LA4, LA 7- 8, LA 13, HR 1-2, HR 4-7, S05, PR1
	Principio 2 Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	HR 1-2, HR 4-7, S05
Trabajo	Principio 3 Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	LA 4-5, HR 1-2, HR5, S05
	Principio 4 Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR 1-2, HR7, S05
	Principio 5 Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	HR 1-2, HR6, S05
	Principio 6 Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	EC7, LA2, LA 13, HR 1-2, HR4, S05
Medio ambiente	Principio 7 Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	EN26, EN30, S05
	Principio 8 Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	EN 1-4, EN8, EN 16, EN 22, EN26, EN28, S05, PR3
	Principio 9 Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN2, EN26, S05
Lucha contra la corrupción	Principio 10 Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	S0 2-5

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

asumido este compromiso reportando sus informes de progreso y participando activamente en la difusión y promoción de las ventajas que conlleva su adhesión.

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

Objetivos de Desarrollo del Milenio

Durante el 2007, BBVA Banco Continental ha seguido trabajando para contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Los ocho Objetivos, promovidos por las Naciones Unidas, surgen de un acuerdo internacional que estable-

ce el 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras significativas en la reducción de la pobreza y en las desigualdades que afectan a millones de personas en el mundo.

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

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

Los Objetivos del Milenio en BBVA Banco Continental	
Objetivos del Milenio	Iniciativa principal de BBVA Banco Continental ⁽¹⁾
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 vida familiar y laboral
4. Reducir la mortalidad infantil	(No existen iniciativas específicas)
5. Mejorar la salud materna	(No existen iniciativas específicas)
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades	(No existen iniciativas específicas)
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	Gestión del impacto ambiental indirecto a través de los Principios de Ecuador (Grupo BBVA) Desarrollo de productos y servicios con criterios mediambientales
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo	Participaciones diversas en foros sobre Responsabilidad Corporativa
(1) Se destacan las iniciativas más importantes de cada objetivo.	

Informe de Revisión Independiente

Informe de Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007 del Banco Continental S.A.

A los Grupos de Interés del Banco Continental S.A.

Alcance de nuestro trabajo

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

- La adaptación de los contenidos del IARC a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), en cuanto al perfil de la organización e indicadores principales relacionados a las dimensiones Económica, Ambiental y Social. Para la dimensión social se consideraron las siguientes categorías y subcategorías:
 1. Prácticas laborales y ética en el trabajo: Empleo, Relaciones empresa/ trabajadores, Salud y seguridad en el trabajo, Formación y educación y Diversidad e igualdad de oportunidades.
 2. Derechos humanos: Libertad de asociación y convenios colectivos.
 3. Sociedad: Comunidad.
 4. Responsabilidad de producto: Cumplimiento normativo.
- La información, incluida en el IARC, sobre la ejecución de los proyectos sociales en el 2007 a cargo del Banco Continental S.A. (en adelante el Banco) y la Fundación BBVA Banco Continental.
- La información incluida en el IARC 2007 del Banco relativa a la aplicación de los principios de materialidad, integridad y capacidad de respuesta, establecidos en la norma AA 1000 de AccountAbility. Esta revisión abarca los puntos anteriores.

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 con la *International Standard on Assurance Engagements Other than Audits of Reviews of Historical Financial Information* (ISAE 3000) emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC), conjuntamente con la *Accountability 1000 Assurance Standard* (AA1000AS), emitida por AccountAbility.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la 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 2007.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2007 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 los grupos de interés a lo largo del ejercicio.
- Análisis de la aplicación de los principios de materialidad, integridad y capacidad de respuesta en la información incluida en el IARC, de acuerdo al entendimiento del Banco sobre los requerimientos de los grupos de interés, en relación a los aspectos materiales descritos en los apartados "Criterios del Informe" y "Participación de los Grupos de Interés".
- Revisión relativa a que el contenido del IARC no contradice ninguna información relevante suministrada por BBVA en su Informe Anual e Informe Anual de Responsabilidad Corporativa del Grupo BBVA.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en la Guía G3 de GRI, y comprobación que los indicadores centrales incluidos en el IARC corresponden con los recomendados por dicho estándar, indicándose aquellos no aplicables o no disponibles.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Validación, mediante pruebas selectivas, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IARC 2007 y su adecuada compilación, a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Banco, así como de los resultados de los proyectos sociales ejecutados por el Banco y la Fundación BBVA Banco Continental.

Conclusiones

En la tabla de indicadores GRI se detallan aquellos que han sido revisados y el alcance de la verificación. Como resultado de nuestro trabajo:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IARC 2007 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3) en los aspectos indicados en el alcance.
- 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 2007 contenga errores significativos.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información incluida en el IARC 2007, relativa a la aplicación de los principios de materialidad, integridad y capacidad de respuesta, establecidos en la norma AA1000, en relación a los grupos de interés, contiene errores u omisiones significativas.

Recomendaciones

Adicionalmente, 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 destacan:

- Establecer formalmente un modelo de gestión sobre la función de Responsabilidad Corporativa del Banco y atención a los grupos de interés.
- Ampliar de forma consistente, en temas relacionados a gestión y reporte, la base de conocimiento del personal del Banco vinculado a la función de Responsabilidad Corporativa.

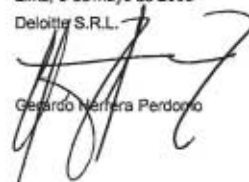
Responsabilidades de la Dirección del Banco Continental S.A. y de Deloitte

- La preparación del IARC 2007, es responsabilidad de la Unidad de Imagen y Comunicación del Banco, la cual cumple con esta labor de manera temporal por encargo de la Gerencia General. 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.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés del 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). Asimismo, en aplicación de los procedimientos internos del Banco Continental S.A., nuestra propuesta de servicios ha sido aprobada por el Comité de Auditoría.
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el IARC 2007 del Banco Continental S.A.

Lima, 9 de mayo de 2008

Deloitte S.R.L.

Gerardo Herrera Perdomo



CRITERIOS DEL INFORME

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

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

El informe de responsabilidad corporativa incluye todas las oficinas del Banco a nivel nacional, sin considerar subsidiarias.

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

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

En la determinación de la relevancia y materialidad de los contenidos a incluir se ha iniciado el proceso de atención a los grupos de interés más significativos, siguiendo las recomendaciones de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad (versión 3, 2006), de Global Reporting Initiative (GRI), y de la norma AA1000 (Assurance Standard de Accountability).

Asimismo, el presente informe se completa con

la Memoria Anual 2007, así como con la página www.bbvabancocontinental.com.

Igualmente, en el 2007 hemos llevado a cabo un proceso específico de consulta a los grupos de interés para conocer su valoración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006 de BBVA Banco Continental y sus expectativas respecto al contenido del presente informe.

Cabe destacar que la información financiera se elabora de acuerdo con las Normas internacionales y nacionales que rigen la actividad del Banco.

Referencias básicas y estándares internacionales

Se han respetado los principios y requisitos de *Global Reporting Initiative*. El informe ha atendido los criterios generales así como aquellos específicos para el sector financiero.

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

Rigor y verificación

BBVA Banco Continental cuenta con áreas de sistematización y gestión de información para proporcionar una sólida fuente de contenidos. Estas áreas son revisadas, verificadas y auditadas (interna y externamente). La Unidad de Imagen y Comunicación, responsable de la ejecución y control de las actividades de RC, gestiona la recopilación de información a fin de facilitar el reporte y la compilación de los datos.

INDICADORES GRI

PERFIL

1. Estrategia y análisis	Páginas
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	1
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	5, 9-10
2. Perfil de la organización	Páginas
2.1 Nombre de la organización.	CPA
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	CPA
2.3 Estructura operativa de la organización.	CPA
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	CPA
2.5 Número de países en los que opera la organización.	CPA
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	CPA
2.7 Mercados servidos.	CPA
2.8 Dimensiones de la organización informante.	CPA
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	CPA
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	51
3. Parámetros de la memoria	Páginas
PERFIL DE LA MEMORIA	
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	CPA, 48
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	48
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	48
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	CPP
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	8, 48
3.6 Cobertura de la memoria.	48
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	48
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	48
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	48
3.10 Descripción del efecto que pueda tener volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	48
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	48
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI	
3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	49-50
VERIFICACIÓN	
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	CPA
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	Páginas
GOBIERNO	
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	CPA
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	IA (126-127)
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	IA (126-127)
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	27, 30 IA (139-140)
4.5 Vinculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	25-26

	Páginas
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	IA (142, 144)
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	IA (148)
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	2-6
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	3-6, 10 IA (141, 144)
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	IA (141)
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS	
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	5
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	5-6
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	6, 45-46
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	8-10
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	8-9
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	8-10
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	8-10

ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES

Dimensión Económica	Páginas	Alcance de la verificación
Información sobre el enfoque de gestión	2-7	Verificado
Desempeño económico		
EC1. Valor económico generado y distribuido.	6-7	(1)
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	35-37	Verificado
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	28-29	Verificado
EC4. Ayuda financieras significativas recibidas de gobiernos.	No material *	
Presencia en el mercado		
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	32-33	Verificado
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	25	Verificado
Impacto económico indirecto		
EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie	21-23, 38-43	Verificado
Dimensión Ambiental (1)	Páginas	Alcance de la verificación
Información sobre el enfoque de gestión:	6, 18-19, 21-22, 35-37	Verificado
Materiales		
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	36	Verificado
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	36	Verificado

	Páginas	Alcance de la verificación
Energía		
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	36	Verificado
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	36	Verificado
Agua		
EN8. Captación total de agua por fuentes.	35	Verificado
Biodiversidad		
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No material *	
EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas	No material *	
Emisiones, vertidos y residuos		
EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	36	Verificado
EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	36	Verificado
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No material *	
EN 20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No material *	
EN 21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No material *	
EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	36	Verificado
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No material *	
Productos y servicios		
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	21-22, 37	Verificado
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	No material *	
Cumplimiento normativo		
EN28. Coste de la multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	6	Verificado
Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (2)	Páginas	Alcance de la verificación
Información sobre el enfoque de dirección	5-6, 24-31	Verificado
Empleo		
IA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	24, 30	Verificado
IA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	25	(2)
Relaciones Empresa/Trabajadores		
IA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	30	(3)
IA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	27	(3)
Salud y Seguridad en el trabajo		
IA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	31	(4)
IA8. 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.	27-28	(3)
Formación y Educación		
IA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	26	(5)
Diversidad e igualdad de oportunidades		
IA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	30, IA (126-127)	(6)
IA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	30	(7)
Dimensión Social: Derechos Humanos (3)	Páginas	Alcance de la verificación
Información sobre el enfoque de dirección	5-6, 30, 33-34	Verificado
Prácticas de inversión y aprovisionamientos		
HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	5-6	
HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	5-6, 32-33	
No discriminación		
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	5-6, 30	

	Páginas	Alcance de la verificación
Libertad de Asociación y convenios colectivos		
HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	30	Verificado
Abolición de la explotación infantil		
HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	5-6	
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio		
HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	5-6	
Dimensión Social: Sociedad (4)	Páginas	Alcance de la verificación
Información sobre el enfoque de gestión	5-6, 9-10, 19-20, 38	Verificado
Comunidad		
SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	3-5, 38-39	Verificado
Corrupción		
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	5-6, 19, 27	
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización.	5-6, 19, 27	
SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.	5-6, 19, 27	
Política Pública		
SO5. Posición en la políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	5-6	
Cumplimiento normativo		
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	2-6	
Dimensión Social: Responsabilidad de producto (5)	Páginas	Alcance de la verificación
Información sobre el enfoque de gestión	5-6, 11-14	Verificado
Salud y Seguridad del Cliente		
PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos	2-6	
Etiquetado de Productos y Servicios		
PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	2-6	
Comunicaciones de marketing		
PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	2-6	
Cumplimiento normativo		
PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	6	Verificado

LEYENDA

IA Informe Anual 2007
CPA Contraportada anterior
CPP Contraportada posterior

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

EC4: Indicador no material. El Banco Continental no recibe asistencia financiera del gobierno.
EN11: Indicador no material. El Banco Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
EN12: Indicador no material. El Banco Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
EN19: Indicador no material. Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, ninguna instalación de los edificios del Banco utiliza CFCs.
EN20: Indicador no material. Debido a que el Banco Continental pertenece a un sector de servicios, las emisiones de SO y NO no son relevantes pues derivan únicamente de los viajes de los empleados.

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

Notas sobre alcance y verificación:

- (1) Se incluyen los valores devengados en el ejercicio con independencia del momento del cobro o pago.
- (2) El indicador de rotación media de empleados no se desglosa por grupos de edad, sexo y región.
- (3) Se informa únicamente de manera cualitativa.
- (4) Se informa exclusivamente la tasa de absentismo.
- (5) No se desglosa la información por categoría de empleado.
- (6) Sólo se desglosa por género.
- (7) No se informa el salario base para hombres y mujeres en cada categoría de empleados.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Global Finance: Mejor Banco del Perú 2007

Por cuarto año consecutivo, la prestigiosa revista *Global Finance* designó a BBVA Banco Continental como el Mejor Banco del Perú, por los resultados obtenidos durante el ejercicio 2006.

La calificación fue otorgada por un conjunto de analistas, ejecutivos corporativos y consultores financieros de distintos países. Los criterios utilizados fueron el crecimiento de los activos, la rentabilidad, el servicio al cliente, las alianzas estratégicas, los precios competitivos y la capacidad de innovación.

El mejor banco por internet del Perú

BBVA Banco Continental ha sido distinguido por *Global Finance* como el Mejor Banco para Particulares *On-Line* en el Perú, por su adecuada estrategia para prestar servicios en línea y aumentar el número de clientes que usan internet para sus operaciones con la entidad.

Los bancos ganadores fueron seleccionados bajo los criterios de fortaleza de la estrategia para atraer y prestar servicios a los clientes en línea; de éxito en lograr que los clientes utilicen las funcionalidades en internet; de crecimiento del número de clientes en línea; de amplitud en la gama de productos ofrecidos; de evidencia de beneficios tangibles por el uso de las funcionalidades en internet; y diseño y funcionalidad del sitio web.

PROGRESOS 2007 Y OBJETIVOS 2008

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

PROGRESOS 2007

	<ul style="list-style-type: none"> • Aprobación del Nuevo Reglamento del Consejo de Administración, en el que se acuerda como función del Consejo aprobar la Política de RSC y que aplica a todos los Bancos del Grupo • Adhesión al Patronato de Perú 2021
	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en foros y eventos de difusión de la RC
	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación del tercer Informe Anual de RC
	<ul style="list-style-type: none"> • Medición de prioridades y percepciones entre clientes y opinión pública a través de Reptrak • Análisis de las percepciones de líderes de opinión en Perú mediante la elaboración de un estudio basado en técnicas cuali-cuantitativas
	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte de resultados semestral • En el 2007 se ha realizado el primer reporte al Comité de Dirección
	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha ampliado el perímetro de consulta realizando un mayor esfuerzo en Perú • Se han realizado modificaciones sustanciales en el informe a nivel de estructura y desarrollo de contenidos para centrarse en los asuntos relevantes y facilitar su comprensión
	<ul style="list-style-type: none"> • Reportes al Directorio
	<ul style="list-style-type: none"> • Información actualizada en la web
	<ul style="list-style-type: none"> • Renovación de los productos de comunicación interna (diseños más atractivos, correos electrónicos con mensajes más amigables, otros)
	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de oferta en servicios de banca por internet y banca telefónica
	<ul style="list-style-type: none"> • Reportes al Directorio
	<ul style="list-style-type: none"> • Se están realizando mediciones periódicas
	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de productos de acceso financiero
	<ul style="list-style-type: none"> • Primeras operaciones de la Fundación BBVA para las Microfinanzas en Perú
	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de la oferta de productos para segmentos menos favorecidos
	<ul style="list-style-type: none"> • El Grupo BBVA es suscriptor de los Principios de Ecuador
	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de políticas para la evaluación y análisis de riesgo medioambiental financiero
	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora continua de los sistemas de filtro y monitorización empleados por el Banco • El Banco ha continuado haciendo un esfuerzo importante de formación en esta materia
	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos internacionales para ahorro de energía
	<ul style="list-style-type: none"> • Líneas especiales para Pymes • Línea de crédito con el BID para la financiación de desarrollo sostenible en Perú
	<ul style="list-style-type: none"> • Convenio CAFAE-SE • Convenio Essalud • Tu Préstamo
	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha definido un nuevo diseño para la encuesta de clima laboral a nivel corporativo
	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres y beneficios
	<ul style="list-style-type: none"> • Homologación de los beneficios sociales para los empleados de BBVA Banco Continental
	<ul style="list-style-type: none"> • Curso "Finanzas y desarrollo sostenible"
	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusión de criterios de RC en el proceso de homologación de proveedores • Mayor rigurosidad en el proceso de homologación
	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión del Pacto Mundial a la mayor parte de los proveedores en Perú
	<ul style="list-style-type: none"> • No se han producido avances significativos
	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor control en el uso de materiales
	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Leer es estar adelante: 3.600 niños becados y 13.824 niños beneficiados, incluye el dictado de talleres con los maestros
	<ul style="list-style-type: none"> • Continuidad en los programas de actividades culturales descentralizadas
	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del Plan de Acción Social para América Latina (Programa Leer es estar adelante)
	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento del Programa de Voluntariado Corporativo. Participación de 40 voluntarios en el 2007

AUTOVALORACIÓN	OBJETIVOS 2008
2	<ul style="list-style-type: none"> • Reportar regularmente al Consejo de Administración en pleno y a la Comisión de Riesgos • Aplicar el Plan Estratégico de RRC del Grupo a través del Comité de RRC • Creación del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas
2	<ul style="list-style-type: none"> • Adhesión y participación en compromisos internacionales relevantes
3	<ul style="list-style-type: none"> • Proseguir con las mejoras
2	<ul style="list-style-type: none"> • En el caso de empleados: ampliar la frecuencia del análisis de bienal a anual. La medición en clientes y opinión pública seguirá siendo continua (<i>tracking</i>)
2	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un <i>reporting</i> periódico al Comité de Dirección
2	<ul style="list-style-type: none"> • Seguir ampliando el perímetro de consulta
2	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de nuevas herramientas para mejorar los canales de atención y consulta
2	<ul style="list-style-type: none"> • Proseguir con las mejoras
2	<ul style="list-style-type: none"> • Acción de comunicación para informar sobre la política de RC del Banco a los empleados
3	<ul style="list-style-type: none"> • Acción de comunicación para informar sobre la política de RC del Banco a los clientes
2	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar algún proyecto social con implicación por parte de accionistas y/o clientes
2	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la gestión de reclamaciones. • Creación de equipos de trabajo para el análisis e implantación de las mejoras y propuestas realizadas
2	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar los canales no presenciales
2	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Bancarización en América Latina 2008-2010
2	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar e impulsar modelos de negocio para favorecer la inclusión financiera de colectivos menos favorecidos
2	<ul style="list-style-type: none"> • Definición e implementación del nuevo modelo de gestión para mejorar el cumplimiento de los Principios de Ecuador
2	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio ampliación <i>Ecorating</i> en Perú
3	<ul style="list-style-type: none"> • Proseguir con las mejoras
2	<ul style="list-style-type: none"> • Definir el alcance del Plan de ISR
3	<ul style="list-style-type: none"> • Proseguir con los avances
3	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar nuevos productos para colectivos con necesidades especiales
3	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar la nueva encuesta de clima laboral
2	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento del Plan Calidad de Vida BBVA
2	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados
2	<ul style="list-style-type: none"> • Definir un plan de formación en materia de RC
2	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusión de criterios de RC en todos los cuestionarios de homologación
2	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir el Pacto Mundial a todos los proveedores del Banco
2	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar proyectos sociales con proveedores
2	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento del Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012
3	<ul style="list-style-type: none"> • Segunda fase de implementación del programa en el que se incluye la edición y entrega de libros
2	<ul style="list-style-type: none"> • Proseguir con las mejoras
2	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la valoración de los impactos de las políticas de compromiso con la comunidad
3	<ul style="list-style-type: none"> • Definir el Plan de Acción Social en Perú
2	<ul style="list-style-type: none"> • Plena implementación del Programa en todas las principales ciudades donde el Banco tiene presencia

Indicadores clave de responsabilidad corporativa

	2007	2006	2005
ECONÓMICOS			
Beneficio por acción	0,70	0,57	0,47
Capitalización bursátil (MM)	8,017	6,098	4,179
Valor económico generado (EVA) (en soles)	1'665.399	1'292.105	1'011.772
SOCIALES			
Número medio de días en resolver una reclamación	12	12	11
Mujeres en puestos directivos (%)	32	28,82	21,74
Diversidad hombres y mujeres (%)	54/46	56/44	72/28
Rotación no deseada de la plantilla (%)	5,48	2,99	1,56
Horas de formación por empleado	66,49	55,70	48,20
Índice de satisfacción de proveedores (escala: 1 a 5) ^{(1) (2)}	-	4,50	-
Índice de satisfacción de clientes (%) ⁽²⁾ (encuesta externa multimarca)	5,56	5,59	5,77
Índice de satisfacción de empleados (%) ^{(1) (2)}	-	-	80,04
MEDIOAMBIENTALES			
Total de energía directa (GJ)	66,437	67,180	68,540
Emisiones directas CO ₂ (t)	290,24	303,70	479,80
Consumo de papel por empleado (kg)	66,40	47,70	43,50
Avance en la implementación de los Principios de Ecuador	sí	sí	sí
INDICADORES GENERALES			
Presencia en FTSE4Good (sí/no)	no	no	no
Índice de reputación ante la opinión pública en Perú ⁽³⁾	72,0	68,5	66,0

Alcance: BBVA Banco Continental

(1) Encuesta bienal.

(2) Datos Perú.

(3) Escala: 0 a 100.

adelante.

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

Unidad de Imagen y Comunicación
República de Panamá 3055, San Isidro, Lima-Perú
comunicacion@grupobbva.com.pe
Teléfono: (511) 211 1264

www.bbvabancocontinental.com



Diagramación: Carlos Sotomayor
Preprensa: Cecosami, Comunicación Integral
Los Plateros 142, Ate, Lima-Perú
Teléfono: (511) 435 7938
Impresión: Color Press Perú
Calle 3, Lt.11, Mz E, Urb. Santa Raquel, Ate, Lima-Perú
Teléfonos: (511) 340 2096 / 435 7938