BBVA

Informe de Responsabilidad Corporativa
Colombia
2014

adelante.

BBVA

Informe de Responsabilidad Corporativa
Colombia
2014

adelante.

BBVA

adelante.

Informe de Responsabilidad Corporativa
Colombia
2014

6 Carta del Presidente

9 Perfil de BBVA

17 Visión, Misión y Política

23 Sistemas de Gobierno

33 Materialidad y diálogo con grupos de interés

43 Impacto en la sociedad

49 Comunicación TCR

53 Educación financiera

57 Productos de alto impacto social

63 Gestión responsable de clientes

73 Riesgos Sociales, Ambientales y Reputacionales

77 Equipo

83 Sociedad

91 Criterios y estándares de la información

94 Informe de revisión independiente

97 Tabla de indicadores GRI

Deloitte.

Global Reporting Initiative™

Carta del Presidente

En BBVA creemos en un modo diferencial de hacer banca. Una, pensada en las personas: nuestros empleados que cada vez están más comprometidos en impulsar una cultura de apoyo social y valores compartidos y en los millones de colombianos, a los que aportamos con educación y cultura, como pilares fundamentales del desarrollo del país.

Somos conscientes que el entorno actual representa un reto para el sector financiero y por eso que tenemos claro que ser rentables no pasa por hacer negocios de cualquier modo, sino que debe apuntar a un modelo enfocado en la sostenibilidad. Desde hace varios años, venimos trabajando en un modelo de banca responsable que gira en tres ejes fundamentales: clientes, empleados y sociedad.

Hoy presentamos nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa 2014, el octavo de manera ininterrumpida y en el que destacamos la puesta en marcha de iniciativas significativas. Nuestra inversión en iniciativas sociales en Colombia supera los 32.000 millones de pesos, lo que nos ha permitido apoyar a más de 250.000 niñas, niños y jóvenes con útiles escolares de manera permanente; a más de 15.000 niños con becas y uniformes; a más de 30 deportistas nacionales y a 180 jóvenes con becas para la educación superior y técnica en diferentes ciudades del país.

Resultados que claramente tienen que ver con nuestra situación en el mercado financiero colombiano en el que hemos venido consolidándonos y que nos ha permitido en 2014 terminar con 514 oficinas, más de 1.200 cajeros automáticos, 11.160 corresponsales bancarios y más de 6.000 empleados en nuestra plantilla.

Por eso el informe que hoy ponemos en sus manos refleja la gran apuesta que hacemos por Colombia, por su desarrollo social y económico y es un reflejo del optimismo que tenemos por este país que nos hacen sentir orgullosos cada día de hacer parte de su presente y futuro.

Adelante.

Oscar Cabrera Izquierdo
Presidente BBVA Colombia

BBVA

adelante.

Perfil BBVA Colombia

El beneficio del cliente es el principal motor de crecimiento y generación de valor.

A. Indicadores clave de Banca Responsable

B. Organigrama del Banco

C. Estructura de negocio

BBVA está presente en Colombia a través de las siguientes entidades: BBVA Colombia con sus filiales BBVA Fiduciaria S.A. y BBVA Valores S.A.

De igual forma, existen otras empresas del Grupo BBVA en Colombia: Compañía de Seguros BBVA Seguros Generales S.A. y BBVA Seguros de Vida S.A.

BBVA llegó a Colombia en 1996, como resultado de la compra del 40 % del Banco Ganadero por parte de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. y Bilbao Vizcaya América; la razón social de la entidad cambió así a Banco Bilbao Vizcaya Argentaria Colombia S.A. —BBVA Colombia—. Durante los años siguientes (1997-2001) BBVA realizó operaciones de compra sobre la porción remanente de las acciones, hasta alcanzar una participación de 95,16 % en abril de 2001.

Actualmente, el Grupo BBVA cuenta con una participación accionaria de 95,43 % en BBVA Colombia.

Composición Accionaria BBVA Colombia	
Nombre	Participación
BBV América SL	19,23 %
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.	76,20 %
Otros	4,57 %
Total	100,00 %

Principales hitos de BBVA Colombia

1. Destacados crecimientos en la actividad que se reflejaron en la ganancia de cuota de mercado (Cartera de Particulares +15,6% en saldos y +38pb en cuota, Cartera de Empresas +19,5% y +54 pb).
2. Se mantienen los buenos indicadores de calidad crediticia que baten al sector y confirman el perfil de la marca.
3. Importante expansión tanto en la red comercial como en los canales digitales.
4. La eficiencia ha sido una premisa fundamental en el proceso de expansión.
5. Excelentes resultados del plan estratégico másBBVA 2013-2017 con foco en el cliente, colectivos y segmentos.
6. BBVA Colombia continúa apostando por la generación orgánica de ingresos recurrentes.

Datos Relevantes de BBVA Colombia

	2012	2013	2014	Var.$	Var. %
Balance BBVA Colombia (En Miles de Millones de Pesos)					
Activo Total	30.541	34.883	41.528	6.645	19
Recursos Gestionados	24.282	28.197	32.303	4.106	15
Inversión Crediticia Neta	20.361	24.999	29.911	4.913	20
Fondos Propios	2.857	3.240	3.496	255	8
Cuenta de Resultados BBVA Colombia (En Miles de Millones de Pesos)					
Margen de Intereses	1.488	1.731	1.941	210	12
Comisiones	267	292	287	-5	-2
ROF's	155	131	144	13	10
Gastos de Personal	378	424	459	34	8
Gastos Generales	307	336	379	43	13
Beneficio Antes de Impuestos	645	757	764	7	1
Beneficio Después de Impuestos	444	526	486	-40	-8
Ratios					
Ratio de Recurrencia	32,79%	32,41%	29,14%	-327	-10
Ratio de Eficiencia	44,05%	42,85%	43,01%	16	0
ROE	16,90%	17,82%	14,89%	-293	-16
ROA	1,63%	1,55%	1,26%	-29	-19
Morosidad	1,17%	1,26%	1,44%	18	15
Cobertura de Mora	326,02%	264,25%	234,20%	-3.004	-11
Cuotas de Mercado					
Depósitos	10,86%	11,57%	11,79%	22	2
Colocaciones	9,16%	9,78%	10,29%	51	5
Depósitos + Colocaciones	10,00%	10,67%	11,02%	35	3
Otros Datos					
Empleados (Banco)	4.808	5.359	5.567	208	4
Oficinas Banca Comercial	308	344	385	41	12
Oficinas Corporate & Investment Banking	3	3	3	-	-
Oficinas Banca de Empresas	11	13	13	-	-
Oficinas Banca Institucional	1	1	1	-	-
Oficinas Banca Personal	4	7	9	2	29
Oficinas Banca Premium	-	1	1	-	-
Otros Puntos de Servicio (Agencias, In houses, Kioskos)	87	99	101	2	2
Corresponsales Bancarios (Puntos)	249	1.218	11.160	9.942	816
Cajeros Automáticos	1.009	1.125	1.210	85	8

Alcance: BBVA en Colombia.

Cuenta de Resultados Grupo BBVA Colombia (En Miles de Millones de Pesos)

	2012	2013	2014	Var. $	Var. %
Margen de Intereses	1.578	1.807	2.071	264	15
Comisiones	475	249	238	-11	-4
ROF's	236	141	169	28	20
Gastos de Personal	449	437	477	40	9
Gastos Generales	377	360	414	54	15
Beneficio Antes de Impuestos	1.083	1.032	1.068	36	3
Beneficio Después de Impuestos	795	766	738	-28	-4

Nota: Metodología BBVA – Datos EFAN

A. Indicadores clave de Banca Responsable

	2012	2013	2014
Económicos (millones de pesos)			
Valor económico generado	1.728.742	1.980.732	2.173.611
Valor económico distribuido	1.107.807	1.254.416	1.358.710
Valor económico retenido	620.935	726.316	814.901
Sociales			
Inversión en programas sociales (millones de pesos)	5.790	5.967	5.965
Beneficio atribuido dedicado a programas sociales (%)	1	1	1
Número personas beneficiadas por programas de educación financiera	11.334	12.316	18.719
Número de estudiantes beneficiados por el programa Escuela para el Emprendimiento BBVA	12.000	29.380	40.000
Número personas beneficiadas por programas de educación para la sociedad	11.223	9.380	10.333
Número de emprendedores apoyados por la fundación Microfinanzas (Bancamia)	NA	604.603	698.642
Reclamaciones de clientes		47.037	42.659
Capital Humano			
Empleados Consolidado empresas BBVA en Colombia	NA	6.019	6.678
Índice de satisfacción de empleados (%)	80,20	NA	81,70
Diversidad de género de los empleados (mujeres/total de la plantilla; %)		57,50	59,00
Diversidad de género en la alta dirección (mujeres/total de la alta dirección; %)		32,7	34
Edad media de empleados (años)		36	36,5
Estabilidad laboral (% empleo fijo)		93,45	93,55
Absentismo (%)		1,02	1,47
Puestos de trabajo netos creados (11)		260	659
Antigüedad laboral (años)		9.9	11.4
Horas de formación por empleado		84	58
Participantes en iniciativas de voluntariado que son empleados de BBVA		350	297
Medioambientales			
Emisiones CO2 alcance 1 (Ton.)	NA	48.157	52.545
Emisiones CO2 alcance 2 (Ton.)	NA	NA	6.795
Emisiones CO2 alcance 3 (Ton.)		649	799
Consumo de papel por persona (Kg)		61	62
Consumo total de Gasóleo por persona (Lts)		2	4
Consumo de electricidad por persona (MWh)		5.514	4.838
Consumo de agua por persona (m3)		20.7	23
Residuos de papel gestionados (Kg)		43.488	31.582
Residuos de tóner gestionados (Kg)		2.648	3.214
Otros residuos gestionados (Kg)		23.384	29.700
Gobierno Corporativo			
Junta Directiva	5	5	5
Miembros Independientes	2	2	2
Nombramientos	NO	NO	NO
Diversidad de género en el Comité de Dirección (mujeres/total de miembros del CD; %)	11,10	11,10	20
Proveedores			
Número de negociones On-Line por Adquira	645	718	668
Número de peticiones registradas en Neon	3.087	208	192
Proveedores Homologados al cierre del año	790	648	752
Incremento de Proveedores	-142%	-18%	16%

B. Organigrama del Banco

Para BBVA Colombia continúa siendo una prioridad que sus acciones conduzcan, cada día, a que un mayor porcentaje de la población tenga acceso a los servicios financieros. Por ello, y bajo un ambicioso plan de expansión BBVA creció su presencia en el país en 99 oficinas o puntos de atención, 200 cajeros automáticos y 9.942 corresponsales bancarios en las ciudades principales.

Nuestra red de oficinas se encuentra en 92 ciudades, en algunas de ellas como único banco; así mismo, permanece en 30 departamentos y ocupa el cuarto puesto en redes de oficinas del sistema financiero colombiano. BBVA no solo brinda atención a las personas naturales en la prestación de productos y servicios financieros, sino que cuenta con especialistas para atender las necesidades financieras al sector de las pequeñas, medianas y grandes empresas del país.

BBVA

adelante.

Visión, Misión y Política

Trabajar por un futuro mejor para las personas es un compromiso que BBVA define desde los fundamentos básicos del comportamiento empresarial responsable.

A. Visión y Misión

B. Política de Responsabilidad Corporativa

C. Plan de Negocio Responsable

A. Visión y Misión

La visión de la marca BBVA, «trabajamos por un futuro mejor para las personas», es nuestro porqué y está basada en 3 pilares: las personas, los principios y la innovación.

De la visión se deriva nuestra misión como banco, "entregar los mejores productos y servicios financieros", y lo hacemos con sencillez y responsabilidad, nuestro posicionamiento.

- Sencillez significa para BBVA agilidad, cercanía, accesibilidad y claridad.
- Responsabilidad como una relación equilibrada y a largo plazo con los clientes.

BBVA entiende que el desarrollo de su negocio está vinculado a la prosperidad de las personas que conforman las sociedades y países donde la compañía actúa y, por ello, aspira a que su labor como empresa contribuya a construir un futuro mejor para todos.

De este modo, BBVA se compromete con las personas que rodean su actividad y en especial con sus clientes, concebidos como el centro del negocio. Una determinación que define la identidad y el posicionamiento de la marca BBVA, y hace de esta una referencia de comportamiento empresarial responsable.

BBVA es una organización que construye y se construye a partir de principios de integridad, prudencia y transparencia.

- La integridad como manifestación de la ética en las actuaciones y en sus relaciones con los grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad en general).
- La prudencia, entendida como el principio de precaución en la asunción del riesgo.
- La transparencia como máxima de toda su actividad para ofrecer un acceso a la información clara y veraz dentro de los límites de la legalidad.

Estos principios sitúan a las personas en el centro del negocio y convierten a BBVA en una empresa que se guía no solo por la rentabilidad, sino también por las convicciones y el deseo de impulsar un desarrollo más sostenible, en el que el beneficio económico acompañe al progreso social y la protección del medio ambiente.

Los 7 Principios corporativos de BBVA

1 Clientes

El cliente como centro de nuestro negocio

2 Equipo

El equipo como artífice de la generación de valor

3 Ética e integridad

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

4 Creación de valor

La creación de valor para los accionistas como resultado de nuestra actividad

5 Estilo de gestión

El estilo de gestión como generación de entusiasmo

6 Innovación

La innovación como palanca de progreso

7 Responsabilidad social

La Responsabilidad Social Corporativa como compromiso con el desarrollo

B. Política de Responsabilidad Corporativa

La política de Responsabilidad Corporativa tiene como principal objetivo definir los comportamientos e impulsar aquellos que permitan generar valor para todos los grupos de interés (valor social) y para BBVA (valor reputacional y valor económico directo).

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

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

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

C. Plan de Negocio Responsable

El entorno actual representa sin duda un reto para el sector financiero. La actividad financiera sufre una pérdida de su legitimidad social. Una pérdida de alcance global, con carácter permanente y unido a una creciente exigencia de responsabilidades. Además, la presión en la regulación del sector, especialmente en materia de protección del cliente, es creciente.

Bajo este contexto, en BBVA creemos en un modo diferencial de hacer banca. Somos conscientes de que hay muchas cosas que mejorar, pero tenemos claro que ser rentables no pasa por hacer negocio de cualquier modo. Por eso hablamos de rentabilidad ajustada a principios.

Esta ha sido la gran motivación que nos ha impulsado a trabajar en la estrategia de Negocio Responsable, aprobada en 2014, que nace con el reto de diferenciarnos y reconquistar la confianza de la sociedad.

La estrategia de Negocio Responsable gira en torno a tres grandes ejes interdependientes que definen su marco estratégico:

- *Clientes:* banca para personas. Consiste en realizar nuestra actividad financiera pensando en las personas.
- *Empleados comprometidos:* Consiste en impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre los empleados del Banco.

- *Sociedad:* educación y cultura. Consiste en desarrollar actuaciones fundamentalmente en educación, pero también en cultura.

Una vez definido este marco estratégico, se realizó con la participación de más de 400 directivos de todo el Grupo BBVA, la definición de las tres prioridades estratégicas:

Comunicación Transparente, Clara y Responsable

La crisis ha minado la confianza en los bancos, las reclamaciones por información deficiente han aumentado y la regulación del sector relativa a la protección del cliente y a la transparencia se ha endurecido. Los clientes perciben que utilizamos un lenguaje demasiado técnico y difícil de entender. No basta con contarlo todo, hay que contarlo con claridad.

Comunicar en un lenguaje transparente, claro y responsable ayuda al cliente a tomar una decisión informada y es una palanca clave para recuperar y mantener su confianza. Por eso, en BBVA estamos desarrollando una política y trabajando en numerosas iniciativas para hacer "más TCR" la relación banco-clientes antes, durante y después de la contratación.

Educación

La educación es la prioridad estratégica de los programas sociales del Grupo, y tiene tres líneas:

a. Educación financiera, que junto a la Comunicación TCR, es otra pieza que contribuye a que el cliente tome decisiones informadas.

b. Formación para las pymes, las cuales juegan un rol importante en el desarrollo del tejido económico-empresarial del país.

c. Educación para la integración social y formación en competencias financieras y de emprendimiento a jóvenes como palanca para el desarrollo social de las regiones.

Productos de alto impacto social.

Con nuestra actividad diaria ya generamos un gran impacto social. Pero tenemos una gran oportunidad para diseñar productos y servicios con un impacto social superior teniendo en mente las necesidades de los clientes y el contexto en el que viven.

El Plan de Negocio Responsable establece, además, otras líneas estratégicas:

- Riesgos y costos sociales y ambientales.
- Ecoeficiencia y compras responsables.
- Liderazgo basado en valores.
- Social engagement y voluntariado.
- Diversidad de género y discapacidad.
- Compensación.

BBVA

adelante.

Sistemas de Gobierno

Nuestros sistemas de gobierno están alineados con las recomendaciones y tendencias internacionales para las grandes sociedades y se adapta a nuestra realidad social; así mismo responde al análisis de materialidad y la priorización dentro de los asuntos relevantes para BBVA.

A. Gobierno Corporativo

B. Sistema de Cumplimiento

C. Auditoría Interna

D. Estándares de Conducta

E. Compromisos Internacionales suscritos

A. Gobierno Corporativo

El Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA Colombia se encuentra en línea con las recomendaciones y tendencias internacionales, corporativas y locales; sus principios y elementos se recogen en el Código de Gobierno Corporativo, el Reglamento de la Asamblea General de Accionistas en el que se regula su funcionamiento, facultades y los derechos de los accionistas; el Reglamento de la Junta Directiva y en los reglamentos de los Comités de apoyo a la Junta. Lo anterior, complementado con normas de conducta internas contenidas en el Código de Conducta del Grupo BBVA, el Código de Conducta en el Ámbito del Mercado de Valores y el Código de Conducta para la Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, que consagran los postulados que rigen las actuaciones de los directivos, administradores y empleados.

El Sistema de Gobierno Corporativo descansa fundamentalmente en la distribución de funciones entre la Junta Directiva y sus diferentes comités de apoyo, cada uno con funciones específicas: Comité de Auditoría, de Responsabilidad Corporativa; de Gobierno Corporativo y el de Nominaciones y Retribuciones, y en un adecuado proceso de toma de decisiones.

De conformidad con los Estatutos Sociales del Banco, la Junta Directiva constituye el órgano natural de administración, gestión y vigilancia de la Sociedad y se encuentra conformada por cinco Directores Principales, dos de los cuales son independientes, quienes se encuentran al tanto de la responsabilidad que implica el manejo de los diferentes riesgos y conocen de los procesos y la estructura de negocios del Banco, permitiéndoles brindar el apoyo y seguimiento debidos.

En materia de riesgos, corresponde a la Junta Directiva del Banco aprobar la política de control y gestión de riesgos, definir el perfil de riesgo deseado para la entidad, así como el seguimiento periódico de los sistemas internos de información y control. Para el mejor ejercicio de esta función la Junta cuenta con sus Comités de apoyo, los Comités de Riesgos (Comité Central de Riesgos – CCR y el Comité Técnico de Operaciones – CTO) y otros actores principales en la gestión de riesgos, como las Unidades de Riesgos de las áreas de negocio, cada una de ellas con roles y responsabilidades bien definidos.

En cada sesión ordinaria de Junta Directiva se reportan las posiciones de riesgos de la entidad de forma clara, concisa, ágil y precisa, indicando las exposiciones por tipo de riesgo, por área de negocio y por portafolio y las operaciones con empresas o personas vinculadas con el Banco.

La función de riesgos en la entidad es única e independiente, cuyos principios son: los riesgos asumidos deben ser compatibles con el nivel de solvencia objetivo, tienen que estar identificados, medidos y valorados y deben existir procedimientos para su seguimiento y gestión, además de sólidos mecanismos de control y mitigación; todos los riesgos deben ser gestionados de forma integrada durante su ciclo de vida, dándoles un tratamiento diferenciado en función de su tipología, el modelo de integración de riesgos reconoce la diversificación entre los distintos tipos de riesgos, crédito, mercado, liquidez, operacional, etc.; las áreas de negocio son responsables por proponer y mantener el perfil de riesgo dentro de su autonomía y del marco de actuación (definido como el conjunto de políticas y procedimientos de riesgos). La infraestructura de riesgos es adecuada en términos de Recurso Humano, herramientas y tecnología, sistemas de información, metodologías para la medición de los diferentes tipos de riesgos y procedimientos, lo que facilita la definición clara de roles y responsabilidades, asegurando la independencia entre las áreas de negociación, control de riesgos y contabilización, así como la asignación eficiente de recursos.

El Sistema de gestión integral de los riesgos se estructura sobre tres ejes: i) un conjunto de herramientas, circuitos y procedimientos que configuran los esquemas de gestión diferenciados; ii) un sistema de controles internos y, iii) un esquema corporativo de gobierno de riesgo, con separación de funciones y responsabilidades.

La gestión del riesgo evoluciona hacia un nuevo modelo establecido corporativamente, con la implantación los especialistas en el modelo de riesgo operacional, la consolidación de la aplicación corporativa STORM (Support Tool for Operational Risk Management) y el cálculo del Indicador de Riesgo Operacional – IRO, que evalúa la tolerancia a este riesgo, destacando que tanto las áreas de negocio o de soporte tienen, a su vez, gestores de riesgo operacional, que son los encargados de implantar el modelo en el día a día de las áreas. De esta forma se dispone de una visión junto al proceso, que es donde se identifican y priorizan los riesgos y toman las decisiones de mitigación oportuna.

El Comité de Auditoría y Cumplimiento de BBVA Colombia, integrado por tres miembros de la Junta Directiva, dos de los cuales tienen la calidad de independientes, durante el 2014 apoyaron dentro de su competencia la gestión de la Junta Directiva, pudiendo verificar que tanto la Auditoría Interna, como la Revisoría Fiscal, monitorearon que tanto las operaciones con terceros y con vinculadas del Banco, se realizaron dentro de los límites, en condiciones de mercado

Reconocimiento IR (Investor Relations)

El pasado 29 de agosto de 2014 le fue otorgado a BBVA Colombia S.A. por segunda vez consecutiva el Reconocimiento IR (Investor Relations) , iniciativa impulsada por la Bolsa de Valores de Colombia (BVC) con el fin de promover entre los emisores del mercado de valores colombiano la adopción voluntaria de prácticas que optimicen la relación con sus inversionistas.

Como consecuencia de las medidas adoptadas, BBVA Colombia cuenta al día de hoy con un canal de comunicación directa con los inversores como grupo de interés, el cual le permite posicionarse como el principal banco extranjero en el país y reiterar su compromiso con la implementación de buenas prácticas en materia de revelación de información y gobierno corporativo, fortaleciendo la seguridad, confianza y credibilidad entre la comunidad inversionista nacional e internacional.

B. Sistema de Cumplimiento

BBVA Colombia está comprometido con el estricto cumplimiento de la ley y considera que la observancia sistemática de estándares de comportamiento ético es fuente de creación de valor estable, que se constituye en requisito indispensable para preservar la confianza de la sociedad en cualquier institución.

En BBVA se han asumido principios básicos para la gestión de determinados asuntos que pueden llegar a afectar la Integridad Corporativa y que se enmarcan dentro del denominado Riesgo de Cumplimiento, que deriva básicamente de la forma en que una entidad conduce sus relaciones de negocio con terceros y sus actuaciones en los mercados, y que principalmente tiene su origen en obligaciones recogidas en disposiciones normativas sobre las cuestiones que se citan más adelante.

Las medidas dirigidas a asegurar el cumplimiento de estas obligaciones son responsabilidad de múltiples departamentos dentro de la organización, cada uno de ellos especializado en su concreto ámbito de actuación. Como apoyo a lo anterior, la entidad cuenta con un Área de Cumplimiento, la cual está integrada por un grupo interdisciplinario de profesionales que se encargan de liderar la gestión de los aspectos relacionados al riesgo de cumplimiento mencionado.

Para BBVA, el Riesgo de Cumplimiento se define como el riesgo normativo y/o reputacional asociado a las cuestiones de cumplimiento. El alcance de dichas cuestiones puede variar con el tiempo en función de la evolución del entorno (especialmente el normativo) o de los negocios. Sin perjuicio de que, con base en lo anterior, puedan introducirse otras materias, en todo caso, se entenderán incluidas dentro de dichas cuestiones las siguientes:

- Conducta en los mercados.
- Tratamiento de los conflictos de intereses.
- Riesgo de lavado de activos y de la financiación del terrorismo.
- Protección de datos personales.

Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo

Durante el año 2014, continuando con la preservación de la integridad corporativa del Grupo, BBVA Colombia ejecutó importantes actividades enfocadas a prevenir y detectar la posible utilización de sus productos y servicios con fines delictivos, principalmente relacionados con el Lavado de Activos y la Financiación del Terrorismo, trabajando permanentemente en la actualización de modelos de Gestión de este tipo de Riesgo.

Se destacan las siguientes actividades:

- La Superintendencia Financiera de Colombia realizó visita "Extra-Situ" al Área de Cumplimiento, cerrando la misma sin hallazgos relevantes. La Superintendencia reconoce que el SARLAFT adoptado por la Entidad, no sólo se limita al cumplimiento de normas relacionadas con el tema, sino como una herramienta de apoyo reconocida por la administración para evitar que el Banco sea utilizado para actividades ilícitas o para dar apariencia de legalidad a conductas irregulares. Esta actividad se complementó con una visita presencial al final del año, realizada dentro del nuevo modelo "Marco Integral de Supervisión" implementado por dicha entidad.

- Ejecución del rol de Especialista de Control en el ámbito de Cumplimiento, definido por el Grupo BBVA en desarrollo de su Modelo de Corporate Assurance.

- Puesta en producción de las modificaciones del Reporte de Efectivo con los ajustes planteados y reproceso de información, de acuerdo con los requerimientos de calidad establecidos por la SFC. Se logró establecer en la Entidad la "Cultura del Efectivo", lo cual involucró desarrollo en las terminales de caja, ajustes al Reporte Legal enviado a la UIAF y, lo más importante, capacitación a la plantilla de la Red Comercial.

- En consecuencia con la reestructuración general de la normativa interna en materia de Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, se realizaron modificaciones a procedimientos e instructivos, con el fin de actualizar y puntualizar esquemas sencillos de funcionamiento y aplicación de modelos de monitoreo y gestión de inusualidades.

- Adecuación de la Política Corporativa para Personas Expuestas Públicamente (PEP's), a la regulación local. Consecuentemente se depuró la Lista de Pep's, para BBVA Colombia, optimizando el control de documentación por parte de las oficinas y el monitoreo especial por parte del Área de Cumplimiento.

- Acompañamiento a las oficinas y el testeo del adecuado funcionamiento del SARLAFT, realizando visitas tanto en Bogotá como a nivel nacional.

- Ejecución del Plan de Formación, aplicando estrategias virtuales y presenciales, con un cubrimiento superior al 90% de los empleados del Banco.

- Revisión de la Estructura del Área, con el fin de responder adecuadamente a un mayor nivel de exigencia a la Función de Cumplimiento, dados los diversos riesgos gestionados y el nivel incremental de la regulación aplicable a las Cuestiones de Cumplimiento.

C. Auditoría Interna

El BBVA concibe la función de Auditoría Interna como una actividad permanente, independiente y objetiva; de consulta y evaluación de los sistemas de control interno, gestión del riesgo y gobierno de la organización, con la finalidad de agregar valor, mejorar las operaciones y apoyar al Banco en la consecución de sus objetivos

El objetivo de la Auditoría Interna en BBVA, es ofrecer "assurance" al "management" y al comité de Dirección y Junta Directiva respecto al cumplimiento de las políticas definidas en el marco de asunción de riesgos definido, así como apoyar a todas las áreas del Banco en la consecución de sus objetivos

Las funciones de la auditoria interna entre otras son las siguientes:

- Establecer planes de auditoría basados en riesgos, mediante la utilización de herramientas corporativas y de acuerdo con las directrices de la Auditoría Interna Corporativa.

- Realizar las auditorías en procesos del Banco, en la red de oficinas, con el objetivo de mitigar los riesgos a los cuales está expuesta la Organización.

- Velar por el adecuado cumplimiento y cierre de los circuitos de auditoría (planeación, trabajo de campo, reparos, informes y soluciones), verificando la consistencia y razonabilidad de cada fase, de acuerdo con los tiempos previstos en el plan de auditoría anual.

- Presentar a los altos directivos del Banco las observaciones, reparos y recomendaciones de Auditoría Interna, como resultado de los estudios y evaluaciones realizadas en los tiempos previstos definidos por la Auditoría Corporativa.

- Informar de situaciones irregulares detectadas y participar en investigaciones que conduzcan a dar claridad a los hechos, en los tiempos previstos de acuerdo con lo definido.

- Informar periódicamente a la alta dirección sobre la actividad de Auditoría Interna, requerimientos de recursos y desempeño de su plan, así como las exposiciones de riesgo relevantes, de control, gobierno corporativo y otras cuestiones necesarias o requeridas por la alta dirección.

- Planear, dirigir y supervisar los trabajos de auditoría de acuerdo con las normas internacionales para el ejercicio profesional de la Auditoría Interna (Instituto de Auditores Internos).

Durante el año 2014 la Auditoría Interna realizó diferentes actividades enfocadas a la evaluación de procesos de negocio, que se centraron en realizar verificaciones a la forma cómo se comercializan los productos desde la red comercial, como se segmentan los clientes en el Banco

para su adecuada atención, y como se encuentra las áreas de mayor crecimiento como son Banca personal y premium, Consumo, COMEX, Convenios de Recaudos, Pymes, Leasing, y Vehículos, entre otras actividades. Se continuó con los procesos de monitoreo a través de la exploración masiva de datos, apoyando el ambiente de control de la organización, así como una evaluación global de los procesos y controles relacionados con la elaboración, aprobación y seguimiento del Plan Estratégico másBBVA 2013-2015, en cuyo alcance se incluyó la revisión de la toma de decisiones y el análisis de proyectos de inversión contenidos en el mismo.

En la red de oficinas se desarrollaron evaluaciones de carácter transversal, con un foco principal en la identificación de problemas centrales, de manera que las soluciones propuestas abarcarán la totalidad de la red. Fue así como se desarrollaron actividades en relación con la prevención de lavado de activos y el riesgo operacional asociado a crédito, ambos sobre la red comercial, logrando entregar a la administración los problemas de fondo que afectan a las oficinas, llevando a cabo una cobertura del 25% de la red a través de este tipo de trabajos focalizados.

Desde el ámbito regulatorio y de acuerdo con los requerimientos por parte de la SFC, se realizó una revisión de los circuitos de Reporting Regulatorio por parte del Banco a los entes externos de control que incorporó un réplica de 16 reportes, para lo que se consideraron aspectos tales como la criticidad, la automatización y la complejidad del proceso. Además se efectuaron revisiones integrales a las etapas y elementos de los modelos de SARLAFT, SARC, SCI, SARM, operaciones con productos derivados y el testing de los controles que hacen parten del modelo SOX.

En materia de seguridad lógica, se evaluaron los riesgos a los que está expuesto el Banco frente a las nuevas tecnologías y la seguridad de la información, derivados del uso cada vez más generalizado del ciberespacio; contribuyendo a mejorar la integridad y consistencia de la información, así como, a la implementación de circuitos para la protección, detección y gestión de incidentes de seguridad de la información.

Los planes de mejora establecidos por el Banco para mitigar riesgos identificados en las evaluaciones realizadas durante el 2014, se encuentran implementados o en proceso de implantación y se refieren a debilidades no materiales, que no afectan los Estados Financieros ni el Informe de Gestión.

Actividades de Auditoría Interna	2012	2013	2014
Auditoría Sucursales			
Red in Situ (dy f)	115	63	75
Antifraude	17	20	18
Auditoría a Distancia (c)	3	4	4
Auditoría de Riesgo de Crédito (d)	10	5	4
Auditoría Continua y Procesos (a) y (f)	10	7	7
Regulatorios	7	6	6
Auditoría de Sistemas	4	6	6
Antifraude (b)	4	1	5

Notas:
(a) Incluye los trabajos trasnversales
(b) Investigación antifraude diferentes a red de Oficinas
(c) Informes consolidades de alertas
(d) La auditoría ROAC incluye los informes individuales de 50 Oficinas
(f) La auditoría transversal PLD incluye los informes individuales de 50 Oficinas

D. Estándares de conducta

Un elemento básico en el sistema de cumplimiento es el Código de Conducta del Grupo BBVA que define y desarrolla los fundamentos del comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias para preservar una de sus principales fuentes de creación de valor: la integridad corporativa.

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

Los siguientes son los principios orientativos del Código de Conducta de BBVA:

Una de las principales herramientas que apoya la gestión del Código de Conducta son los denominados canales de comunicación de Actitud Responsable, a través de los cuales los empleados pueden denunciar de manera confidencial y segura situaciones que puedan ser violatorias de las disposiciones contenidas en el Código o de la normativa legal vigente; aquellas actuaciones consideradas como éticamente cuestionables son conocidas por el Comité de Integridad Corporativa, que está constituido por los máximos responsables de las Áreas de Servicios Jurídicos, Recursos Humanos, Cumplimiento y Auditoría Interna.

Principales aspectos que pueden ser tratados en los canales de Actitud Responsable:

A lo largo del año 2014, se consolidó la implantación de la herramienta corporativa "RIC Mercados de Valores", a la que tienen acceso todas las personas sujetas al Reglamento Interno de Conducta en el Mercado de Valores. El aplicativo corporativo sistematizó todos los procesos que anteriormente se realizaban manualmente en el área. A través de esta herramienta se lleva el control de temas como la operativa por cuenta propia, información privilegiada y proyectos confidenciales.

Con el apoyo del área de Recursos Humanos, se mantuvieron las estrategias de capacitación para afianzar aún más la cultura ética en la entidad. Para tal efecto, se continuó con la realización de cursos virtuales dentro de estos ámbitos: Código de Conducta, Política de Conducta en el Ámbito de los Mercados de Valores y Protección de Datos Personales. También se realizaron actividades de capacitación virtual y presencial a las personas sujetas al Reglamento Interno de Conducta en el Mercado de Valores.

BBVA
BBVA
BBVA

Así mismo, y en coordinación con el área de Comunicación e Imagen, se adelantó una campaña formativa dirigida a todos los empleados con el propósito de afianzar y recordar los siguientes aspectos del Código de Conducta y de nuestra normativa interna: i) Lo que debes conocer sobre la captación masiva y habitual de recursos "pirámides" y préstamos entre empleados, ii) Criterios de aplicación del Código de Conducta ante la recepción por los empleados de invitaciones de proveedores y clientes de BBVA, iii) Participación de los funcionarios en campañas políticas, iv) Lo que debes conocer sobre los Derechos de Propiedad Intelectual y v) Tips para el uso adecuado del correo electrónico.

E. Compromisos internacionales suscritos

En BBVA mantenemos vigentes los siguientes acuerdos y seguimos apoyando estas iniciativas:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (www.globalcompact.org)
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el medio Ambiente (unepfi) (www.unepfi.org)
- Principios de Ecuador (www.equator-principles.com)
- Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas (www.unpri.org).

Por otro lado, BBVA 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).

Además BBVA continúa trabajando en el marco de los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM) iniciativa que apoyamos desde el año 2000. Nuestra contribución a la consecución de los ODM se refleja en la siguiente tabla:

Objetivo del Milenio	Iniciativa de BBVA
Erradicar la pobreza extrema y el hambre	• Fundación Microfinanzas BBVA
	• Programa becas de integración «Niños Adelante»
Lograr la enseñanza primaria universal	• Proyecto «Primera infancia» de la OEI
Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer	• Plan Global de Diversidad de Género
	• Fundación Microfinanzas BBVA
Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años	• No existen iniciativas específicas
Mejorar la salud materna	• No existen iniciativas específicas
Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades	• Iniciativas de investigación para el cuidado de la salud de la Fundación BBVA
	• Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento – Cambio Climático y Ecología y Biología de la Conservación
Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	• Plan Global de Ecoeficiencia
	• Aplicación de los Principios de Ecuador
	• Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento – Cambio Climático y Ecología y Biología de la Conservación
	• Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad
Fomentar una alianza mundial para el desarrollo	• Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento – Cooperación al desarrollo

BBVA

adelante.

Materialidad y diálogo con grupos de interés

En sus actividades, BBVA trabaja para cumplir las expectativas de todos sus grupos de interés a través de la comunicación permanente, el desarrollo de relaciones y la construcción de alianzas.

A. Herramientas de escucha y diálogo

B. Análisis de materialidad

C. Asuntos relevantes

A. Herramientas de escucha y diálogo

La determinación de los aspectos materiales en BBVA para 2014 se realizó a partir de una serie de análisis entre nuestros grupos de interés destinados a conocer en qué debemos focalizar nuestros esfuerzos para aportarles valor.

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

Los resultados de estas investigaciones se han analizado conjuntamente y filtrado a la luz de nuestra visión, principios, estrategia e impacto en el negocio por el equipo de Responsabilidad y Reputación Corporativas de BBVA. Este análisis nos ha permitido establecer una priorización de los asuntos más relevantes.

Para el análisis de los grupos de interés nos apoyamos en las siguientes fuentes/herramientas:

Clientes y sociedad

1. Una investigación en profundidad a población bancarizada realizada entre 2013 y 2014, que planificamos revisar con periodicidad trienal. Esta investigación es nuestra base fundamental para identificar las grandes tendencias estructurales y demandas sociales en relación a los bancos. Nos permitió identificar los atributos más relevantes para construir un banco responsable y entender también cuáles de ellos impactan más en el negocio. La investigación consistió en 8 entrevistas a expertos externos, 22 focus groups y 3.579 entrevistas en los ocho principales países en los que operamos (España, México, USA, Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela).

2. La encuesta de reputación externa, RepTrack, realizada todos los años a clientes y no clientes, que complementa y valida los resultados de la anterior investigación (1.000 entrevistas por país y año). Con ella identificamos qué variables impactan más para construir reputación emocional. Las variables medidas: Orientación al cliente, Ética, Ciudadanía, Trabajo, Liderazgo, Finanzas, e Innovación. Se trata de un tracking o encuesta continua en los ocho principales países en los que opera el Grupo.

3. Otras investigaciones cuantitativas de carácter anual sobre tendencias, niveles de confianza y expectativas de la opinión pública respecto a las empresas en general y respecto a las entidades financieras; tales como Globescann, el Trust Barometer de Edelman o los resúmenes realizados por Corporate Excellence.

4. El seguimiento y análisis de las noticias registradas en los medios de mayor audiencia de prensa on-line, TV y radio de los principales países en los que operamos. Esto, junto al análisis de las redes sociales, nos permite conocer mejor las demandas y prioridades de la opinión pública respecto a la banca y en particular respecto a BBVA en cada momento. BBVA realiza un seguimiento continuo de Facebook, Twitter, Linkedin, YouTube, Google+ y además cuenta con una herramienta de análisis de la reputación on-line (Alto Analytics) para realizar análisis más profundos de los aspectos que más nos preocupan.

5. Informe de Issues 2014 de Corporate Excellence. Proporciona los diez principales issues atendiendo a las agendas públicas de las organizaciones internacionales y regionales de todo el mundo (la ONU, la OMC, el Banco Mundial). Los asuntos están clasificados por orden de menciones.

Empleados

1. Una investigación en profundidad a directivos y empleados, que se realiza cada tres años y que completa la realizada entre población bancarizada. De forma similar a esta última, constituye la base fundamental para identificar qué debería hacer un banco responsable en opinión de nuestros empleados. En 2014 realizamos 26 entrevistas a directivos y encuestas a 5.701 empleados del Grupo en 10 países con este fin.

2. La encuesta de reputación interna realizada a los empleados de los 8 principales países del Grupo (6.945 empleados). Se realiza una vez al año con el objetivo de conocer la percepción que tienen los empleados sobre su empresa, no tanto como lugar de trabajo sino como institución. El análisis de los

resultados permite determinar cuáles son las variables más importantes para que los empleados se sientan orgullosos de pertenecer a BBVA y lo consideren una entidad responsable.

3. La encuesta de satisfacción de empleados, realizada cada dos años a todos los empleados del Grupo y con una participación este año de 78,4%, nos permite conocer la opinión de los empleados respecto a cuales son los elementos más importantes para hacer de BBVA un buen lugar de trabajo que genere motivación y satisfacción.

4. Un diagnóstico del grado en el que BBVA es una empresa familiarmente responsable. Se realizaron entrevistas a 18 Directores RRHH y Negocio, un cuestionario a los Responsables de Conciliación y un cuestionario on-line a 5.926 empleados. Los resultados de esta encuesta nos han permitido priorizar los temas más importantes para los empleados en este ámbito, reforzando y complementando los resultados de la encuesta de satisfacción. El análisis se ha realizado en diez países (México, USA, Argentina, Chile, Colombia, Perú, Venezuela, Uruguay y Paraguay), ya estaba disponible en España.

Inversores

Desde el departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas, se analizan los cuestionarios y preguntas de los analistas de sostenibilidad, como MSCI, RobecoSAM, Sustainalytics, Vigeo, CDP, GS Sustain, Oekom, EIRIS, etc. así como de inversores con inquietudes en esta materia. Esto nos permite identificar sus expectativas y prioridades.

Regulador

Análisis interno de las principales tendencias regulatorias por las áreas implicadas y de fuentes secundarias sobre tendencias regulatorias tales como: Evolving Banking Regulation del 2014 de KMPG o el informe de Deloitte Top 10 or 2014: Our Outlook for financial markets, regulation and supervisión.

Todos los grupos de interés

La metodología de riesgo reputacional permite conocer los principales riesgos reputacionales por país (10) y a nivel global.

El área de Responsabilidad y Reputación Corporativas de cada país es el encargado de realizar la valoración del impacto de los riesgos reputacionales en función del impacto que los riesgos tienen en las perspectivas de los grupos de interés. La supervisión y coordinación se realiza desde el área de RRC holding; que previamente hace la identificación del listado de riesgos reputacionales.

Las fuentes/herramientas en las que se apoyan las áreas de RRC de cada país para realizar la valoración del impacto son: modelo RepTrack (pesos), ATP´s, encuesta de Reputación Interna, experiencia en otras crisis, Kantar, herramientas de gestión de crisis y medios.

B. Análisis de materialidad

Clientes y Sociedad

La relevancia de los temas para clientes y sociedad puede representarse a modo de resumen en una pirámide.

Lo principal, por ser lo más importante y, el punto necesario de partida es la responsabilidad con los clientes, que consiste sobre todo en construir relaciones más equilibradas con ellos.

Para construir esta relación más equilibrada debemos comenzar por ayudarles a tomar decisiones financieras más informadas, gracias a una mayor transparencia y claridad. Los clientes quieren entender qué productos están contratando y no tener sorpresas negativas inesperadas. A nivel de media de Grupo, éste es el elemento más importante para ser considerado un banco responsable y en todos los países es uno de los 3 atributos más importantes.

	Atributos más importantes para la percepción de Negocio Responsable (escala 1 a 10)	Atributos más importantes para la consideración y recomendación de una entidad.
Explique claramente y en lenguaje fácil	9.14	▲
Apoyo el desarrollo del país (emprendedores pymes, etc.)	9.05	
Empleados no presionados por vender	8.6	
Educación Financiera	8.93	
Relaciones duraderas con los clientes	8.95	▲
Acciones con impacto social	8.83	
Inclusión financiera	8.68	

Pregunta: Ahora le leeré una serie de frases que otras personas han utilizado para referirse a Negocio Responsable, para cada una de ellas quiero que me responda lo importantes que son para Usted a la hora de pensar que un banco hace Negocio Responsable, para ello utilizaremos una escala del 0 al 10, donde 0 será que no son nada importantes y 10 que son muy importantes.

Fuente: Análisis cuantitativo de Negocio Responsable BBVA. (Box azul: Top 3)

Fuente: Análisis cuantitativo de Negocio Responsable BBVA (Triangulos: relevancia para recomendar) (Box azul: relevante para considerar)

Otro elemento estrechamente relacionado con éste es la Educación Financiera. Es la otra cara de la moneda de la transparencia y claridad.

También es clave para construir relaciones equilibradas evitando el oportunismo cortoplacista y construir relaciones duraderas y a largo plazo con los clientes.

Estas conclusiones se ven ampliamente respaldadas por las del RepTrack, que demuestran que la ética y la orientación al cliente son los elementos más importantes que construyen la reputación. También arrojan las mismas conclusiones los estudios de Edelman (Compromiso e Integridad) y Globscan (Abiertos y honestos y proporcionar productos de calidad y precios justos).

Para la agenda pública de los Organismos Internaciones, el tema clave es reformar y fortalecer el sistema financiero, que incluye entre otros aspectos el fomento de la protección de los derechos de los consumidores del sector. De nuevo, la clave es la orientación al cliente.

Ranking	Asuntos Agenda Pública - 2014
1	Reformar y fortalecer el sistema financiero
2	Desarrollar nuevos modelos de gobernanza y promover la democracia
3	Luchar contra la pobreza y apoyar el desarrollo
4	Proteger el medio ambiente y la diversidad
5	Desarrollo y crecimiento sostenible a largo plazo
6	Abordar desafíos demográficos como el envejecimiento, las migraciones o la sobrepoblación
7	Aumentar los recursos destinados a educación y formación
8	Crear empleo
9	Salud, VIH y SIDA
10	Paz y seguridad

Tabla: Asuntos de la Agenda Pública 2014

La relación con el cliente está estrechamente vinculada con el trato que da el Banco a los empleados (segundo escalón de la pirámide). Los clientes esperan que el Banco forme y de pautas a sus empleados para que la relación con ellos sea profesional e integra.

En el tercer escalón de la pirámide está la responsabilidad con lo social y comunitario: con los problemas de las comunidades en las que operamos. En este sentido, los aspectos más demandados son los que tienen que ver con el apoyo al crecimiento económico y social (ayuda a pymes y emprendedores, creación de empleo). En un segundo orden de importancia está la acción social (becas, apoyo a colectivos desfavorecidos). La mayoría de las fuentes analizadas (Reptrak, Edelman) coinciden en asignar a lo comunitario un nivel de importancia similar. Sin embargo, éstos son temas muy relevantes en las agendas públicas de los organismos internacionales.

En cuarto lugar en importancia está la gestión eficaz del Banco como empresa, el cumplimiento de la regulación y el pago de impuestos. Esto es una condición necesaria para ser responsable pero es algo que se presupone que el Banco tiene que hacer.

En el último escalón de la pirámide está el eje Mundo. En cierta medida, se espera del Banco, que por ser grande, esté implicado en la resolución de los problemas globales recogidos en las agendas públicas (medio ambiente, armas, pobreza, protección infancia). En opinión de la sociedad, éste es un tema a abordar sólo cuando los otros estén resueltos.

Estos son los aspectos materiales para la opinión pública global (clientes y no clientes). Hemos visto un nivel muy alto de homogeneidad y coherencia entre países.

Empleados

De las entrevistas realizadas a la Dirección de BBVA se desprende que lo que les hace sentirse orgullosos de trabajar en BBVA y pensar, qué es un banco responsable, son tres elementos: orientación a largo plazo, mantener una relación equilibrada con nuestros clientes (sin asimetrías, trato justo, lenguaje claro, diseño responsable de productos, buenas prácticas comerciales) y el compromiso con el impacto y el desarrollo de los países. Siendo lo segundo, lo más importante.

1 Orientación al **largo plazo**

- Relaciones estables y duraderas
- Renuncia al oportunismo del corto plazo
- Vinculación Incentivos / objetivos a largo plazo

2 **Relación equilibrada** con nuestros clientes

- Sin asimetría, con equilibrio y relación entre iguales
- Honestidad, trato justo, lenguaje claro
- Diseño responsable de productos + buenas prácticas comerciales

3 Compromiso con el **impacto** y el desarrollo

- Impacto en la vida de las personas, las empresas, las comunidades locales y el desarrollo de los países

Fuente: Entrevista en profundidad a Directivos de BBVA.

Los empleados, muy en línea con los directivos, definen que una entidad es responsable cuando, no realiza/financia operaciones éticamente cuestionables, impulsa relaciones equilibradas, honestas y transparentes con los clientes, proporciona educación financiera y orienta su actividad al largo plazo. En un segundo nivel de importancia está la preocupación por los empleados.

Grado de acuerdo con afirmaciones
(Escala 0-100)

Fuente: Entrevista en profundidad a empleados BBVA

En línea con lo anterior, la encuesta de reputación interna muestra que el orgullo de pertenencia se construye sobre todo siendo un buen lugar para trabajar y teniendo un comportamiento ético y responsable.

Dimensiones	TRABAJO	ÉTICA	LIDERAZGO	INNOVACIÓN	CIUDADANIA	CLIENTE	FINANZAS
Ranking	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°

Fuente: Reputación Interna 2014, Reputation Institute

Profundizando en las claves para ser buen lugar de trabajo, destacamos como variable principal: el desarrollo profesional y personal (como muestran tanto la encuesta de satisfacción como el diagnóstico efr).

Los inversores

El análisis realizado de los cuestionarios y preguntas de los analistas de sostenibilidad y de los inversores nos ha permitido identificar sus expectativas y prioridades, que en 2014 han estado centradas en aspectos como la ética en el negocio, la financiación responsable de proyectos, la comercialización responsable de productos y servicios, el desarrollo del capital humano y la estabilidad del sistema financiero. Coincidiendo entre lo que para los clientes / sociedad y para nuestros empleados es clave que haga un banco responsable.

La regulación

El análisis regulatorio muestra que la presión regulatoria sobre los bancos entre 2013 y 2014 ha aumentado respecto a 2013. Gran parte del crecimiento de la nueva regulación bancaria está centrada en aspectos relativos a:

1. **Protección del consumidor:** Cultura y Conducta: Los casos de mala conducta de algunas entidades financieras de los últimos años han llevado a una mayor presión regulatoria relativa a la protección del consumidor. Además, y en la misma línea, el regulador ha concretado lo que significa riesgo de conducta y define pautas para su gestión a nivel estratégico, como a los responsables del diseño y comercialización de productos.

2. **Supervisión:** Se intensifica el nivel de supervisión a los bancos.

3. **Capital y Liquidez:** Aumento del nivel de exigencia.

4. **Riesgo sistémico / reforma estructural del sistema financiero:** La regulación en este sentido se centra sobre todo en implantar las recomendaciones del informe Liikanen en relación a la separación estructural aplicable a bancos que realizan trading de manera sustancial y con riesgo sistémico.

5. **Gobernanza de riesgos y reporting:** El FSB y Comité de Basilea están aumentando el nivel de exigencia en cuanto al governance de los riesgos y en cuanto a los requerimientos de reporting.

Todos los informes de tendencias regulatorias coinciden en diagnosticar que una de las principales tendencias regulatorias es la protección del consumidor.

C. Asuntos relevantes en 2014

Del análisis de todo lo anterior, filtrado a la luz de nuestra visión, principios, estrategia e impacto en el negocio, nos ha llevado a identificar la siguiente lista de asuntos relevantes:

Orden	Asuntos	Grupos de interés afectados					Impacto actual o potencial para la empresa	Conexión Gestión BBVA
		Sociedad	Clientes	Empleados	Inversor	Regulador		
1	Operar con los más altos estándares éticos en el desarrollo de nuestro negocio	X	X	X	X	X	Alto	Sistemas de Gobierno
2	Fomentar decisiones informadas: lenguaje claro / transparente y Educación Financiera	X	X	X	X	X	Alto	Comunicación TCR Educación Financiera
3	Mantener relaciones duraderas con los clientes, con foco en largo plazo y no en la venta a corto plazo, y colocar productos adecuados a nuestros clientes	X	X	X	X	X	Alto	Comunicación TCR Conocimiento del cliente Gestión de quejas y reclamaciones Omnicanalidad Protección del cliente Modelo de gestión de riesgo reputacional Proceso responsable de crédito Principios de Ecuador
4	Establecer relación calidad - precio / con condiciones no abusivas (comisiones, intereses)	X	X	X	X	X	Alto	Comunicación TCR Conocimiento del cliente Gestión de quejas y reclamaciones Omnicanalidad Protección del cliente Modelo de gestión de riesgo reputacional Proceso responsable de crédito Principios de Ecuador
5	Atender las situación de clientes con dificultad	X	X	X		X	Medio	Conocimiento del cliente Gestión de quejas y reclamaciones Omnicanalidad Protección del cliente
6	Formar y desarrollar a los empleados	X	X	X			Medio	Selección, formación y Desarrollo Diversidad y Conciliación Compensación y remuneración Condiciones laborales Voluntariado

Orden	Asuntos	Grupos de interés afectados					Impacto actual o potencial para la empresa	Conexión Gestión BBVA
		Sociedad	Clientes	Empleados	Inversor	Regulador		
7	Contribuir al desarrollo de las sociedades locales en las que operamos (creación de empleo, apoyo a la pequeña empresa y acceso al crédito)	X		X		X	Medio	Educación Financiera Inclusión financiera Microfinanzas productivas Apoyo a pymes Apoyo a particulares con necesidades especiales
8	Promover la acción social (becas)	X		X		X	Bajo	Educación para la sociedad Innovación y conocimiento
9	Bancarizar a las poblaciones con bajos ingresos	X		X	X	X	Alto	Educación financiera Inclusión financiera Microfinanzas productivas Apoyo a pymes Apoyo a particulares con necesidades especiales
10	Asegurar la solvencia financiera de la entidad	X	X	X	X	X	Alto	Impacto en la sociedad Modelo de gestión de riesgo reputacional Proceso responsable de crédito Principios de Ecuador
11	Cumplir con la responsabilidad fiscal	X		X	X	X	Alto	Impacto en la sociedad
12	Contribuir a solucionar los problemas globales y de ecoeficiencia	X		X	X		Medio	Medio ambiente

Si los clasificamos teniendo en cuenta la importancia de sus impactos y la influencia en los grupos de interés, se obtiene la siguiente matriz:

En definitiva, podemos decir que nuestro modelo de negocio es prácticamente un espejo de lo que nos están pidiendo los grupos de interés y que responder a sus expectativas es una de nuestras prioridades al más alto nivel.

BBVA

adelante.

Impacto en la sociedad

Hoy más que nunca el futuro económico de las sociedades y de las personas que las conforman ha estado más determinado por la buena o mala gestión del dinero que hagan, que por los ingresos que lleguen a tener a lo largo de sus vidas.

A. Indicadores de Impacto en la sociedad

B. Inversión en programas sociales

C. Valor económico y contribución fiscal

A. Indicadores de Impacto en la sociedad

Uno de los principales compromisos adquiridos en la política de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA es maximizar los impactos positivos de su negocio en la sociedad y minimizar los posibles impactos negativos.

El papel del Banco en la sociedad es sencillo: captar ahorro de familias, empresas y otros agentes, con el objetivo de preservarlo y hacerlo crecer, y en prestarlo, con rigor y prudencia, a terceros. La diferencia entre lo que el Banco paga por los depósitos y el interés que cobra por los préstamos, el margen de intermediación, es su fuente de ingresos principal. Este margen le permite hacer frente a los costes de su actividad –como los salarios o el pago a proveedores– y obtener un beneficio. Es, por tanto, un papel con un impacto positivo en la sociedad.

En el balance social de BBVA, los principales impactos positivos de su negocio financiero en la sociedad son:

- La contribución al desarrollo de las sociedades en las que estamos presentes a través de la financiación y apoyo al tejido productivo, y de la inclusión financiera.
- La mejora del bienestar social de las personas que reciben financiación para adquisición de vivienda o bienes de consumo duradero.
- La generación de riqueza de los grupos de interés derivada de la distribución de dividendos a los accionistas, el pago a proveedores, los salarios percibidos por empleados, los impuestos pagados y devengados, etc.
- La creación de empleo, tanto directamente vía nuevas contrataciones en el grupo como a través de iniciativas de apoyo a la creación de empleo.
- La aportación a la sociedad en programas sociales con inversión directa que benefician a diferentes colectivos, con el foco puesto en la educación.

B. Inversión en programas sociales

En 2014, destinamos 5.965 millones de pesos a iniciativas sociales. Esta cifra corresponde al 1% de las utilidades de las empresas de BBVA en Colombia.

Prioridades estratégicas	Inversión	%
Educación (millones de pesos)		
Educación Financiera "Adelante con tu futuro"	336	60.28
Educación Financiera "Escuela para el emprendimiento BBVA"	732	
Educación y formación para los negocios	270	
Educación para la sociedad	2.258	
Productos alto impacto social (millones de pesos)		
Apoyo a pymes para el crecimiento	558	9.40
Otras líneas estratégicas (millones de pesos)		
Cultura	87	30.40
Apoyo a entidades sociales	577	
Otros	1.147	

BBVA

C. Valor económico y Contribución fiscal

El objetivo de la política de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA es definir e impulsar comportamientos que permitan generar valor para todos nuestros grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad).

Adicionalmente, realizamos aportaciones a las administraciones públicas a través de los impuestos propios generados por el desarrollo de nuestra actividad económica.

Creación de Valor directo Tangible: Detalle por Grupos de Interés (Millones de pesos)

Grupo	Indicador de Valor	2012	2013	2014	Var. $	Var. %
Accionistas	Dividendos	222.136	262.918	242.864	-20.054	-8
Empleados	Gastos de Personal	377.941	424.280	458.578	34.298	8
Clientes	Intereses y Cargas Asimiladas	952.811	1.031.793	1.162.226	130.432	13
Proveedores	Otros Gastos de Administración [1]	306.920	335.627	379.102	43.475	13
Sociedades	Contribuciones, Impuestos sobre Beneficios y otros impuestos	200.809	231.590	278.123	46.532	20
	Recursos destinados por BBVA Colombia para el apoyo a la comunidad [2]	5.790	5.967	5.965	-2	-0

1 Se ha seleccionado este concepto como aproximación adecuada a los pagos realizados a terceros por compras y servicios prestados.

2 Los recursos destinados para apoyo a la comunidad corresponden al 1% de las utilidades del Banco BBVA y sus filiales (Fiduciaria y Valores), además del 1% de las utilidades de la Compañía de Seguros BBVA (BBVA Seguros Generales S.A. y BBVA Seguros de Vida S.A.).

Valor Económico Generado y Distribuido (Millones de pesos)

Indicador de Valor	2012	2013	2014	Var. $	Var. %
Valor Económico Generado (VEG) [1]	1.728.742	1.980.732	2.173.611	192.879	10
Margen de Intereses	1.487.703	1.731.145	1.940.950	209.805	12
Comisiones Netas	266.902	291.534	287.415	-4.119	-1
ROF	155.007	129.554	144.205	14.651	11
Otras ganancias o pérdidas netas [1]	-180.869	-171.501	-198.959	-27.458	16
Valor Económico Distribuido (VED)	1.107.807	1.254.416	1.358.710	104.294	8
Dividendos	211.985	250.904	231.808	-19.096	-8
Resultados Atributos a la Minoría	10.151	12.014	11.100	-914	-8
Proveedores y otros Gastos Administración (Excluidos Sueldos y Salarios)	306.920	335.627	379.102	43.475	13
Impuestos	200.809	231.590	278.123	46.532	20
Gastos de Personal	377.941	424.280	458.578	34.298	8
Valor Económico Retenido (VER=VEG-VED)	620.935	726.316	814.901	88.585	12
Reservas	222.136	262.918	242.864	-20.054	-8
Provisiones y Amortizaciones [2]	332.022	390.678	494.935	104.257	27

(1) Incluye Resto de Ingresos Netos Ordinarios y No Ordinarios

(2) Incluye Amortizaciones + Perdida por deterioro de Activos + Dotaciones a Provisiones

Nota: Datos PyG Banco según metodología BBVA

BBVA

adelante.

Comunicación TCR

Comunicar en un lenguaje transparente, claro y responsable ayuda al cliente a tomar una decisión informada y es una palanca clave para recuperar y mantener su confianza.

En BBVA compartimos una misma visión, todos "trabajamos por un futuro mejor para las personas". Esto nos exige poner a las personas en el centro de todo lo que hacemos y de todo lo que comunicamos.

Somos conscientes del impacto de la comunicación en las decisiones financieras de las personas y por lo tanto en sus vidas. Y por eso, en BBVA queremos hacer una comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR) que ayude a los clientes a tomar decisiones informadas.

Con este fin nació el "Código de Comunicación Publicitaria TCR" con el que queremos asegurar que lo que comunicamos sea realista y que somos capaces de cumplirlo, porque BBVA es una marca que hace lo que dice.

La comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR) es una de las prioridades estratégicas del negocio responsable, que fue identificada en los talleres de negocio responsable realizados en 2014.

¿Qué significa entonces comunicación TCR?

- La información es transparente cuando es adecuada y suficiente para la toma de decisiones, indica tanto los beneficios como los posibles riesgos del producto o servicio y expone hechos reales.

- La información es clara cuando utiliza un lenguaje familiar, fácil de entender y adecuado a los conocimientos del cliente, expone de forma ágil y precisa las características del producto o servicio financiero y evita malos entendidos.

- La información es responsable cuando favorece una correcta y responsable toma de decisiones, y está siempre orientada a los intereses del cliente.

Principios de la Comunicación TCR		
Transparencia	Claridad	Responsabilidad
Información relevante	Las personas primero	Con los clientes
Equilibrio entre beneficios/ventajas y costes/riesgos	Letra pequeña	Con la sociedad
	Estructura, lenguaje y diseño	Con los competidores

En BBVA Colombia estamos implementando una política y trabajando en iniciativas para hacer "más TCR" la relación banco-clientes antes, durante y después de la contratación.

Durante 2014, iniciamos con la valoración y redefinición de 8 ofertas comerciales que representan las diferentes categorías de producto del segmento de particulares, las cuales serán posteriormente evaluadas por los clientes y prospectos y estarán en uso de la fuerza de ventas para el 1er semestre del 2015, a través del Portal de Negocios Bancarios, herramienta web que incluye la información relevante de los productos bajo el principio de la transparencia y claridad.

Adicionalmente, se realizó un taller de capacitación presencial en el que participaron las áreas de negocio, responsabilidad social, publicidad, formación, jurídico, cumplimiento normativo, calidad, entre otros, en el que el objetivo principal era desarrollar las competencias necesarias para aplicar TCR. Además y a través de la plataforma de formación del banco se inscribieron 60 personas de negocio y la agencia para que realicen un taller TCR durante el primer trimestre de 2015.

BBVA

adelante.

Educación Financiera

BBVA valora la educación como un pilar fundamental en cualquier estrategia para la construcción de sociedades más igualitarias y equitativas, y entiende que su difusión es garantía de progreso y prosperidad.

Para BBVA, la educación es el eje central sobre el que se articulan sus políticas de Responsabilidad Corporativa como parte de su propia sostenibilidad y de las sociedades en las que actúa. Es así como desde hace varios años trabajamos en diferentes programas enfocados en apoyar la educación de miles de niñas, niños y jóvenes en todo el país, destacando las siguientes iniciativas:

- Escuela para el Emprendimiento BBVA que permite a estudiantes de bachillerato adquirir conocimientos en educación financiera y en creación de empresas e ideas de negocio.
- Educación Financiera para formar ahorradores constantes y deudores responsables.
- Formación a pymes, con el fin que crezcan y aumenten su impacto social de manera sostenible.
- Programa de becas "Niños Adelante", que apoya la educación de niñas, niños y jóvenes de escasos recursos en todo el país.

Avances en 2014:

- 18.719 personas beneficiadas por programas de educación financiera.
- 150 pymes apoyadas por programas de educación.
- 40.000 jóvenes beneficiados con Escuela para el Emprendimiento BBVA

A. Escuela para el Emprendimiento BBVA

BBVA Colombia, dentro de sus políticas de Responsabilidad Corporativa adelanta el programa Escuela para el Emprendimiento BBVA en el que durante 2014 benefició a 40.000 jóvenes de departamentos como Santander, Cundinamarca, Antioquia, Atlántico y Eje Cafetero en cuyo marco se desarrollaron más de 2.000 proyectos enfocados en temas sociales, ambientales y tecnológicos.

Escuela para el emprendimiento BBVA, es un centro de entrenamiento en finanzas personales y emprendimiento para jóvenes que se encuentran en edad escolar y para sus maestros que tienen la oportunidad de recibir un diplomado en Finanzas y que tiene como propósito fundamental, formarlos en el manejo adecuado del dinero, impactando su proyecto de vida e incentivándolos a la creación de negocios productivos en su colegio, generando ideas innovadoras y permitiendo que al finalizar su educación secundaria tengan la opción de encontrar un proyecto que les permita continuar con sus estudios y apoyar a su familia.

B. Educación Financiera "Adelante con tu futuro"

Nuestro programa de educación financiera, diseñado a escala internacional y adaptado a las necesidades y requerimientos del sistema financiero colombiano. Está estructurado en módulos y proyectado para ser dictado en un aula móvil que incorpora tecnología de punta, con capacidad para 25 personas y un capacitador y que recorre las diferentes ciudades y municipios del país, es así como en 2014 alcanzó una cifra record de 18.719 personas capacitadas en temas como ahorro, tarjeta de crédito y canales transaccionales y seguridad bancaria, por medio de 62.664 talleres dictados en 55 ciudades y municipios de todo el país, a donde el aula llega cada año.

El programa está integrado por cinco talleres, que permiten una visión global de la educación financiera.

Ahorro: Desarrolla contenidos que permiten entender que el ahorro forma parte de un proceso de planeación y organización, facilitando el diseño de estrategias que permiten la elaboración de un plan de ahorro y el reconocimiento de los principales instrumentos bancarios para hacerlo que permiten descubrir al inversionista que llevamos dentro.

Tarjeta de Crédito: Este taller permite entender que el crédito no es malo para las finanzas personales y que puede ayudar a llevar una vida más placentera y segura; en este taller, además de aprender a hacerlo, se enseña a identificar, entre otras, las partes y elementos de una tarjeta de crédito, a interpretar adecuadamente un estado de cuenta, a ser eficientes en el manejo de nuestras obligaciones económicas y a planear para nuestro futuro.

Salud Crediticia: La diferencia entre tener dificultades con los créditos y gozar de una perfecta salud crediticia es solo cuestión de planeación y organización. En el taller se aprenden las buenas prácticas para usar el crédito y organizar mejor las deudas; a detectar problemas financieros mediante la adecuada interpretación de un historial de crédito y la identificación de sus elementos más importantes.

Enseña cuáles son los hábitos crediticios y aporta guías para utilizar la calculadora de salud crediticia, que permite saber en qué estado se encuentran las personas en cuanto a deudas y créditos se refiere.

Canales Transaccionales y Seguridad Bancaria: En este taller, las personas aprenden acerca del manejo y de las normas básicas de seguridad que deben tener en cuenta al hacer uso de los medios a través de los cuales acceden a sus cuentas y productos financieros, que pueden ser presenciales o no presenciales.

Entre los primeros se encuentran las oficinas, los cajeros automáticos y los datáfonos. Los segundos, incluyen las líneas telefónicas, las aplicaciones de banca móvil (celular y dispositivos electrónicos) y la banca virtual (internet).

C. Educación y formación para los negocios

El programa Formación Pymes BBVA, es una iniciativa diseñada y estructurada por la Universidad de los Andes y ofrecido de manera gratuita por el banco a un grupo de 150 empresarios de distintos sectores de la economía nacional y propietarios de pymes que volvieron a la universidad, después de haber terminado sus estudios y estar trabajando en sus propios negocios.

En este sentido vale la pena mencionar el Premio Pyme BBVA-El Espectador: otra iniciativa con este mismo enfoque y en cuyo marco se han entregado más de 1.000 millones de pesos, premiando a las pymes que realicen sus procesos productivos de manera sostenible cuidando el medio ambiente a través de buenas prácticas en consumos de energía, agua y recursos naturales.

Esta iniciativa desde hace dos años se ha extendido también a un grupo de mujeres que hacen parte de la Fundación MET (Mujeres, emprendimiento y tecnología) desarrollando varios foros en Bogotá y Medellín, además de brindarles un programa de formación en contabilidad, mercadeo y formación de redes y realizar una primera Feria de Emprendimiento Femenino que les ha ayudado a consolidar sus empresas y adelantar sus procesos de emprendimiento de una manera más sencilla.

Una de las prioridades estratégicas del Negocio Responsable es el crecimiento inclusivo, con tres objetivos sociales:

- Impulsar una banca para todos, a través de soluciones para el segmento de inclusión financiera y de la actividad de la Fundación Microfinanzas BBVA.
- Apoyar el crecimiento de las pymes y su impacto social.
- Apoyar a públicos con necesidades especiales.

BBVA

adelante.

Productos de alto impacto social

BBVA considera que luchar contra la exclusión financiera es un objetivo coherente con sus propósitos empresariales y su compromiso ético y social.

A. Inclusión financiera

Los corresponsales Bancarios surgen con el objetivo de ampliar el número de puntos de atención a clientes, especialmente en lugares donde no llegan las sucursales bancarias, prestando servicios financieros básicos a través de entidades como tiendas, supermercados, droguerías, entre otros, incluyendo en algunos países operadores de telefonía móvil.

La corresponsalía Bancaria se ha convertido en una canal de gran relevancia para el desarrollo de estrategias comerciales tales como la atención de pago de nóminas en municipios donde no se tiene presencia con la red de oficinas o de cajeros automáticos, permitiendo así la atención de clientes empresariales con ubicación de funcionarios en lugares remotos.

De otro lado, los corresponsales Bancarios han permitido potenciar los convenios de recaudo tanto de servicios públicos como de empresas de alimentos, ventas por catálogo, entidades educativas, entre otras, en todo el territorio nacional.

BBVA cierra 2014 con 11.160 puntos, con un crecimiento del 816% frente al año anterior, y con más de 1.6 millones de operaciones acumuladas.

Corresponsales Bancarios	2012	2013	2014
Número de CB	250	1.218	11.160
Número total de transacciones	1.345.803	2.009.787	1.629.457

BBVA Móvil

BBVA continuó consolidándose como un Banco Digital; por lo que en Marzo de 2014 lanzó al mercado la nueva aplicación BBVA Móvil, la cual fue desarrollada y pensada para dar acceso universal a sus clientes desde cualquier tipo de celular y operador; permitiéndoles realizar sus principales transacciones monetarias y no monetarias desde cualquier lugar sólo con su celular, sin tener que pagar nada por este nuevo servicio. Esto se traduce en sencillez, comodidad, facilidad y mejor calidad de vida para los clientes.

De esta forma, al cierre de 2014 más de 167.000 clientes descargaron y activaron este servicio, realizando en el acumulado del año más de 5 millones de transacciones.

B. Microfinanzas Productivas - Fundación Microfinanzas BBVA

En el marco de nuestro compromiso con la inclusión financiera, en el 2007 se creó la Fundación Microfinanzas BBVA, con el objetivo de promover el desarrollo económico y social sostenible e inclusivo de las personas más desfavorecidas de la sociedad, a través de las Finanzas Productivas Responsables (la provisión de productos y servicios financieros y acompañamiento en el desarrollo de actividades productivas).

Durante 2014, la Fundación continuó trabajando para profundizar en las áreas más necesitadas, contando con 7.472 empleados y 488 oficinas en los siete países en los que está presente a través de sus ocho entidades de microfinanzas: el Banco de las Microfinanzas-Bancamía en Colombia; Financiera Confianza, en Perú; Banco de Ahorro y Crédito Adopem, en República Dominicana; Emprende Microfinanzas y Fondo Esperanza en Chile; Contigo Microfinanzas en Argentina; Microserfin en Panamá; y la Corporación para las Microfinanzas en Puerto Rico.

A cierre del 2014, la Fundación Microfinanzas BBVA atiende a 1.544.929 clientes, 96% de los cuales están teniendo éxito en el negocio que han emprendido para salir de la pobreza. En el caso de los clientes que permanecen cuatro años en la entidad, sus ventas han crecido un 40%, sus activos se han multiplicado por tres y sus excedentes se han incrementado un 12% anual, como muestra el Informe de Desempeño 2013: "Midiendo lo que realmente importa", publicado en 2014 por la Fundación, y que da a conocer de manera detallada el impacto de su actividad en la vida de sus clientes.

Desde su constitución, la Fundación ha entregado créditos por valor de 6.642 millones de dólares, en términos acumulados, a 4,7 millones de

personas para el desarrollo de sus actividades productivas (2007-2014), además de asesoría y capacitación, siendo actualmente la iniciativa filantrópica con mayor impacto social en América Latina (impactando en la vida de 6,2 millones de personas).

En 2014, además del acompañamiento integral que reciben todos los clientes, la Fundación ha continuado capacitando a sus clientes emprendedores para fortalecer sus habilidades productivas y promover el desarrollo de sus negocios. En este ejercicio, la Fundación ha formado a más de 250.000 clientes en programas de formación y capacitación en habilidades y competencias relacionadas con sus negocios o para segmentos específicos, así como en educación financiera.

En Colombia, donde la Fundación Microfinanzas BBVA está presente a través del Banco de las Microfinanzas Bancamía, la Fundación ha apoyado a 698.642 emprendedores, clientes cuyo 57% son mujeres, y una cartera que sobrepasa los $1.1 billones de pesos colombianos, representada en desembolsos de créditos productivos a emprendedores de los sectores comercio, servicios, producción y agropecuario.

Con la apertura de seis nuevas oficinas en 2014 y la habilitación de más de 1.850 puntos de corresponsales bancarios, entre propios y a través de Movilred, cubriendo 575 poblaciones, Bancamía terminó 2014 alcanzando importantes logros para fortalecer su misión de mejorar la calidad de vida de las familias de bajos ingresos.

Actualmente Bancamía entrega 1.079 créditos productivos por día y 135 por hora laborable, lo que representa una oportunidad de progresar para el mismo número de familias que a través de sus negocios de emprendimiento transforman la realidad de sus comunidades y la de su país.

También en 2014, en Colombia, la Fundación realizó el "I Foro por el Desarrollo Rural" en Colombia, junto a Bancamía e International Finance Corporation (IFC), un evento dedicado a los retos de la financiación del campo colombiano, y en el que participaron destacados expertos del sector privado y del sector público, así como clientes que contaron sus experiencias y las dificultades a las que se enfrentan cada día en la producción de sus productos.

En relación a los hitos más destacados en 2014 de la Fundación Microfinanzas BBVA, la Fundación suscribió en octubre un convenio marco con la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional y para Iberoamérica, y que permitirá aunar esfuerzos y colaborar de manera articulada y conjunta en el desarrollo de iniciativas en el ámbito de las microfinanzas, impulsando el alcance y la eficacia de las actuaciones.

En el marco del desarrollo del sector microfinanciero, la Fundación continuó reforzando su compromiso con diversas iniciativas. A finales del ejercicio, la Fundación lanzaba "Progreso", un boletín digital trimestral de actualidad jurídica del sector microfinanciero, que recopila las novedades legislativas y regulatorias más destacadas del sector y los nuevos desarrollos en gobierno corporativo en el ámbito global. La publicación, disponible on line en español e inglés, incluye el acceso directo a los documentos citados, además de comentarios de expertos, artículos de opinión y entrevistas.

En esta misma línea de actividad, la Fundación realizó una nueva edición del "Taller de Capacitación en Gobierno Corporativo para IMFs" en República Dominicana, en colaboración con la Asociación de Bancos de Ahorro y Crédito y Corporaciones de Crédito (Abancord). Con este nuevo taller, son ya más de 350 miembros de Consejos de Administración y directivos de entidades microfinancieras las personas formadas desde la creación del programa en 2011.

En relación a su actividad institucional, la Fundación Microfinanzas BBVA continuó recibiendo reconocimientos a sus entidades de microfinanzas, sus clientes, y a sus primeros niveles.

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

C. Apoyo a pymes

BBVA entiende que las pymes son el motor que impulsa el desarrollo social del país, y a través de la educación, como la mejor palanca de desarrollo y promotor de la equidad social, el Banco diseñó en conjunto con la Universidad de los Andes el primer programa de formación para pymes realizado en Colombia por una entidad financiera.

Por medio de las distintas líneas de crédito ofrecidas por el Banco, se logró llegar a una gran cantidad de nuevos clientes dentro de este segmento, pues a 2014 contamos con 107.389 clientes, un 43% más que el año inmediatamente anterior. Así mismo, se facturaron cerca de 3,6 billones de pesos a 26.513 clientes y destinados a la adquisición de activos productivos, brindando a nuestros clientes mayor competitividad en el mercado y ayudándoles así a crecer de manera sostenida.

Adicionalmente, se desarrolló un programa de formación ejecutiva en alianza con la Universidad de los Andes en los meses de septiembre, octubre y noviembre, dirigido a los gerentes y propietarios de las pymes, donde se capacitó a 150 empresarios con una duración de 54 horas en temas de Liderazgo, Innovación, Modelos de Negocio, Estrategias de Marketing y actualización financiera; convirtiéndose en un escenario ideal para interacción y networking entre los empresarios.

En el programa también se contó con la participación de colaboradores del BBVA como estudiantes, los cuales fueron embajadores de la marca en todo momento, cumpliendo el objetivo de BBVA de acercarse aún más a sus clientes, escuchando sus necesidades y percepciones.

Otra de las acciones desarrolladas para este colectivo fue la *Capacitación - Fascículos Pyme Sostenible Estrategias para el éxito*, una herramienta de formación para pymes a través de siete (7) Fascículos, cada uno con temas estratégicos, con el fin de ayudar a los empresarios de Colombia para que su modelo de Negocio sea sostenible y exitoso.

Los temas desarrollados en cada Fascículo fueron:

1. *¿Soy una pyme Sostenible?:* Aprender a identificar si la empresa va por el buen camino a través de un sencillo cuestionario, adicionando casos de éxito, y un pequeño análisis de la situación actual de las pymes en Colombia en los principales sectores.

2. *Finanzas al día:* Alternativas de financiación que tienen los empresarios, como elegir un producto financiero de acuerdo a las necesidades y Apps para llevar sus cuentas.

3. *Proteja su recuso humano:* Sugerencias sobre las capacitaciones para los colaboradores, análisis de cargas prestacionales, manejo de salarios, además de tips sobre manejo de recurso humano con columnistas invitados.

4. *Bienvenido al mundo del Mercadeo y la Publicidad:* Revelar cuáles son los medios más efectivos para invertir en publicidad y que tipos de publicidad según el perfil de la empresa se pueden utilizar. Introducción al Marketing Digital para pymes.

5. *El camino de la Responsabilidad Social:* 5 empresarios dieron a conocer sus experiencias con la implementación de programas de responsabilidad social e impacto positivo en sus compañías.

6. *Listo para crecer en el exterior:* Aprender a detectar oportunidades y extender el modelo de negocio a otros mercados del mundo. Descubrir mitos y verdades de los TLC.

7. *Secretos para innovar:* Descubrir ideas increíbles que han marcado la diferencia en el mercado colombiano y han ayudado a pymes para permanecer a la vanguardia en sus mercados.

La distribución de estos Fascículos se realizó por medio de nuestro aliado estratégico diario El Espectador y a su vez se creó un módulo de formación en la página blanca del BBVA Colombia donde se encuentran publicados de manera digital.

D. Apoyo a particulares con necesidades especiales

Tarjeta de Afinidad "Héroes"

Durante 2014 continuamos fortaleciendo la relación comercial con los miembros activos y administrativos de la Policía Nacional y Fuerzas Militares de Colombia, permitiéndoles que sus metas fuesen más fáciles de alcanzar a través de los productos y servicios preferenciales en nómina, Libranzas, tarjetas de crédito, y demás productos del activo y del pasivo.

En el 2014 continuamos fortaleciendo la gestión focalizada a través de fuerzas de ventas externas, consolidación de pasivos y profundización de los portafolios de nómina para apoyar el crecimiento de este importante sector del país.

Por otro lado, nos unimos con las Fuerzas Militares de Colombia en actividades de responsabilidad social, se entregaron 3.805 morrales con útiles escolares otorgados a los niños hijos de policías y militares de Colombia, los cuales fueron entregados en el primer trimestre de 2014, adicionalmente se dictaron 12.355 a 4.708 uniformados con el programa de Educación Financiera "adelante con tu futuro"

Líneas de crédito de apoyo al campesino colombiano

En 2014, BBVA consciente de los retos para la modernización y especialización de la estructura productiva del país, diseña alternativas de financiación y ofrece un portafolio completo de productos y servicios con soluciones agroindustriales, (líneas de fomento agropecuario, Agrocrédito, Agroleasing), así mismo en este año prestó asesoría especializada y acompañamiento en la estructuración de más de 3.000 proyectos agroindustriales encaminados a satisfacer las necesidades de cada uno de los participantes en la cadena productiva agropecuaria.

Para BBVA es claro el compromiso encaminado a trabajar por el crecimiento de forma sostenible y competitiva de los productores y empresas agroindustriales aportando para que nuestros productos agropecuarios se integren en la economía mundial en línea con las estrategias para ampliar el mercado. Evidenciando en los resultados el otorgamiento de créditos por $ 1.5 billones, con un crecimiento del 25% con respecto al año anterior y posicionándonos como banco líder en la financiación del sector.

BBVA

adelante.

Gestión responsable de clientes

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

A. Conocimiento del cliente

B. Gestión de quejas y reclamaciones

C. Omnicanalidad

D. Protección del cliente

A. Conocimiento del Cliente

Nuestro objetivo es ser el banco más recomendado por los clientes en todo el territorio nacional. Para ello, en 2012 pusimos en marcha una metodología global basada en la recomendación de nuestros clientes, denominada IReNe (Índice de Recomendación Neta), y que durante 2014 hemos continuado desplegando en toda la geografía nacional.

La metodología IReNe, inspirada en la metodología de referencia mundial Net Promoter® Score (NPS), consiste en preguntar en qué medida recomendarían nuestros clientes los productos o servicios de BBVA, calificando de 0 a 10 su propensión a recomendarnos. El grado de recomendación nos da una medida de cómo los clientes están satisfechos con nosotros.

El análisis de las respuestas de clientes nos permite saber cuáles son los motivos para recomendar, las experiencias críticas para ellos y en qué medida estamos cumpliendo sus expectativas. Esto nos permite conocer los temas en los que debemos profundizar para seguir satisfaciéndolos.

Aunque se siguen realizando, BBVA le ha apostado por utilizar el índice IReNe como medida de la satisfacción de nuestros clientes, con reporte y seguimiento al más alto nivel de gestión. Más que una métrica, lo entendemos como una disciplina para mejorar nuestros procesos, el modelo de atención y poner de manifiesto el compromiso de toda la organización con el cliente en general.

Teniendo en cuenta las mediciones realizadas en 2014, el Banco se sitúa como referente en la valoración de los clientes respecto a sus competidores; el resultado más relevante es la segunda posición alcanzada en el índice de recomendación neta medida a mercado abierto, no siendo este el único logro, pues mejoró también el IReNe Global en todos los segmentos, el IReNe de oficinas obtuvo el mejor crecimiento hasta ahora y la mayoría de los canales y productos tuvieron aumento en relación con el año anterior.

Indice de Recomendación Neta (IReNe) Global

	Acumulado a Mayo 2014*	Acumulado a Agosto 2014*	Acumulado a Diciembre 2014*
IReNe Global Banco	61%	62%	63%

* Acumulado desde Marzo 2014

Indice de Recomendación Neta (IReNe) Reclamos

	Acumulado a Marzo - Mayo 2014	Acumulado a Junio - Agosto 2014	Acumulado a Septiembre - Noviembre 2014
IReNe Reclamos	9%	15%	21%

B. Gestión de quejas y reclamaciones

Las reclamaciones y quejas de clientes constituyen un punto de partida excepcional para mejorar los procesos del Banco, ya que nos señalan de manera precisa qué partes de los procesos deberían modificarse para hacer la vida más fácil a nuestros clientes. La coyuntura económica en la que nos encontramos, el crecimiento del negocio y la evolución de las Normativas y Regulaciones Financieras exigentes con las entidades financieras, nos exigen un mayor esfuerzo en la gestión de cualquier petición, sugerencia o inconformidad por parte de nuestros clientes.

Los modelos de gestión de quejas y reclamaciones están siendo revisados constantemente para primar la agilidad en su recepción, gestión y resolución, utilizar canales más eficientes y, en general, simplificar los procesos. Fruto de este trabajo se están reduciendo los tiempos medios de gestión de reclamaciones y mejorando la percepción del cliente sobre la calidad del proceso.

En 2014, se estabilizó el modelo de atención de quejas y reclamos con acciones encaminadas a la estandarización de la operación y mitigación de quejas alertando sobre las mismas y atacando sus causas. Se afianzó el modelo de atención en primer contacto para personas naturales superando el objetivo propuesto para la atención en esta línea e implantando la atención de solicitudes para personas jurídicas.

Estas acciones redundaron en importantes mejoras en los indicadores como son: pasar del puesto 9 al 12 en el informe de quejas reportado a la Superintendencia Financiera y llegar al sexto puesto en el ranking publicado por este organismo de control.

Número de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes

Tipología	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14	Total 2014
Ley protección datos personales	4	1	6	1	0	6	2	4	4	4	5	1	38

Tiempo de resolución de los reclamos (días habiles)

	ene 2014	feb 2014	mar 2014	abr 2014	may 2014	jun 2014	jul 2014	ago 2014	sep 2014	oct 2014	nov 2014	dic 2014
Tiempo de Gestión	3,45	2,80	2,95	2,99	3,23	3,17	3,30	2,82	3,08	2,73	2,98	3,13

	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14
Tiempo de Gestión	3.45	2.80	2.95	2.99	3.23	3.17	3.30	2.82	3.08	2.73	2.98	3,13

Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo

	ene 2014	feb 2014	mar 2014	abr 2014	may 2014	jun 2014	jul 2014	ago 2014	sep 2014	oct 2014	nov 2014	dic 2014
Porc/ de Oportunidad	92,52%	96,63%	95,53%	95,20%	94,79%	93,12%	93,76%	95,04%	92,37%	94,53%	94,62%	94,18%

	ene 2014	feb 2014	mar 2014	abr 2014	may 2014	jun 2014	jul 2014	ago 2014	sep 2014	oct 2014	nov 2014	dic 2014
% Part.	92,52%	96,63%	95,53%	95,20%	94,79%	93,12%	93,76%	95,04%	92,37%	94,53%	94,62%	94,18%

Porcentaje de quejas y reclamos gestionados por Soluciones Primer Contacto

	ene 2014	feb 2014	mar 2014	abr 2014	may 2014	jun 2014	jul 2014	ago 2014	sep 2014	oct 2014	nov 2014	dic 2014
Reclamos Radicados Call Center	5.520	5.291	5.064	5.094	5.655	5.479	6.820	6.147	6.059	6.561	5.366	5.510
Reclamos Gestionados SPC	3.062	3.139	3.033	3.203	3.381	3.527	4.278	3.734	3.777	4.188	3.024	2.838
Porc/ de Participación	55,47%	59,33%	59,89%	62,88%	59,79%	64,37%	62,73%	60,75%	62,34%	63,83%	56,35%	51,51%

	ene 2014	feb 2014	mar 2014	abr 2014	may 2014	jun 2014	jul 2014	ago 2014	sep 2014	oct 2014	nov 2014	dic 2014
% Part.	55,47%	59,33%	59,89%	62,88%	59,79%	64,37%	62,73%	60,75%	62,34%	63,83%	56,35%	51,51%

Por último, la figura del Defensor del Cliente, formula permanentemente recomendaciones y propuestas para favorecer las buenas prácticas bancarias y las relaciones de confianza que deben existir entre el Banco y sus clientes.

C. Omnicanalidad

BBVA ha trabajado en los últimos años en la configuración de un modelo de distribución multicanal, con una mayor relevancia de los canales no físicos, fundamentalmente, los canales digitales. Con ello respondemos a la demanda de los clientes, cada vez más digitales, así como a las nuevas posibilidades tecnológicas, que nos ha permitido ser pioneros en establecer nuevos modelos de relación con los clientes aprovechando todos los canales de interacción.

BBVA ha decidido reforzar esta transformación con tres grandes objetivos:

- Ser el banco mejor valorado en experiencia de cliente y, en concreto, liderar la experiencia en canales digitales (internet y móvil), medido en términos de recomendación (IReNe) por parte de los clientes.
- Aumentar la penetración de los canales digitales en nuestra base de clientes y ser líderes frente a los competidores, con una aspiración de multiplicar por dos nuestros clientes de banca por internet y por cuatro los clientes de Banca Móvil.
- Alcanzar una omnicanalidad real aumentando las ventas y transacciones en canales no oficina, con especial énfasis en la venta por canales digitales.

Esta transformación ha tenido claras evidencias en 2014:

- Banca móvil, con un crecimiento muy significativo en el número de usuarios, y la incorporación de funcionalidades innovadoras. BBVA está haciendo una decidida apuesta estratégica por el móvil ya que considera que es la mejor manera de conectar con los clientes y ayudarles en sus necesidades del día a día.
- Impulso de nuevos formatos en oficina, más innovadores, modulares y adaptados a las necesidades de los clientes.

	2012	2013	2014
Operaciones por canales (%)			
Oficinas	18,0%	14,8%	13,1%
CB	1,0%	1,0%	0,8%
Cajeros	38,0%	35,3%	35,8%
Línea BBVA	0,3%	0,2%	0,2%
BBVA Net	5,9%	13,7%	13,6%
Banca Móvil	0,3%	0,1%	0,8%
Compras en establecimientos	14,3%	14,0%	14,7%
Débito Automático	22,4%	20,8%	21,0%
Clientes por canales			
Línea BBVA			96.000
BBVA Net			330.000
Banca Móvil			167.817

BBVA
Débito
4912 6851
4912
VÁLIDA HASTA 02/22
Electronic use only
VISA ELECTRON
50 MIL PESOS
87450608
COLOMBIA

D. Protección del Cliente

El Código Conducta establece el respeto al deber de Confidencialidad en las relaciones con terceros incluyendo la estricta observancia en el cumplimiento de las exigencias legales en el ámbito de Protección de Datos Personales. En desarrollo de lo anterior, la función de cumplimiento cuenta con un modelo de Protección de Datos Personales que se encuentra alineado con la legislación colombiana vigente y con las políticas corporativas sobre la materia.

Los principios generales del modelo, así como las orientaciones regulatorias locales, fueron objeto de capacitación a los empleados del Banco en 2014.

Como complemento de lo anterior, y en desarrollo de lo establecido en las políticas corporativas de BBVA, el Área ejecutó, en el 2014, Compliance Testing a 26 oficinas de la Red para validar los controles asociados a la función de protección de datos personales. De acuerdo con los resultados obtenidos, se acometerán planes de mejoramiento que fortalecerán la aplicación de los principios corporativos y la normativa legal. El Compliance Testing es una metodología orientada a verificar que los controles establecidos para mitigar los Riesgos se estén ejecutando de manera adecuada.

De otra parte, Continuando con el plan estratégico másBBVA 2013 – 2015, Gestión del Fraude y Seguridad de la información fortaleció el modelo para la administración integral del fraude y el aseguramiento lógico, con iniciativas como la certificación, por cuarta vez consecutiva del Banco, en la norma PCI (Standard de Seguridad para las Tarjetas Débito y Crédito), la cual se desarrolla para fomentar y mejorar la seguridad de los datos del titular de la tarjeta y para facilitar la adopción de medidas de seguridad consistentes a nivel mundial, lo que permite que nuestros clientes se beneficien de una banca que les brinda confianza con respecto al manejo de su información y de sus tarjetas y, con el desarrollo del Plan Director de Seguridad 3.0, cuyo objetivo es la protección de la información de nuestros clientes como parte integral del modelo de gestión y prevención de riesgo de fraude tecnológico, mediante la implementación de los proyectos allí definidos.

Se continuó con la reducción sostenida del fraude electrónico reclamado en un 12% y del contabilizado en un 6%, frente al año inmediatamente anterior, constituyéndose así el BBVA como referente a nivel nacional e internacional como un banco con mejores prácticas para la prevención del fraude; igualmente a través de los procesos de investigación y la explotación de las herramientas para la prevención del fraude, se aportaron importantes hallazgos a la industria Colombiana, como a Bancos del Grupo BBVA.

Se alineó el modelo para la prevención del fraude al plan estratégico, enmarcándolo en Pasión por nuestros Clientes, conllevando a: i) Cambiar la forma de gestionar el fraude, que ésta sea percibida como una mejor práctica, con valor agregado, que involucre a los clientes, dejando atrás el paradigma de que el fraude es solo responsabilidad de los bancos y que debe estar oculto; ii) Mayor retención y aumento de la fidelización de los clientes; iii) Posicionar al Banco como un "Banco Seguro", entre nuestros clientes y competidores en el país; iv) El Fortalecimiento de la confianza entre nuestros clientes.

Como parte del modelo para la prevención del riesgo de fraude, se realizó la implementación de sistemas para la detección de fraude permitiendo al Banco fortalecer: i) La gestión de prevención con Pre autorizador Banco, Real time y, ii) La gestión de recuperación, para disminuir impacto en PyG; así mismo, se realizó el cambio de infraestructura y actualización de software para repotenciar la herramienta de Monitor Plus , la cual amplía la cobertura en transacciones y funcionalidades.

Igualmente, con la adquisición de nuevas tecnologías para la seguridad, se Implementan herramientas de seguridad para la protección de la información confidencial del Banco; se actualiza la plataforma Conecta 2.0, de esta forma, se logran las conexiones a servicios internos del Banco desde fuera de las instalaciones, permitiendo el desarrollo de proyectos como gestor móvil, portal negocio bancario, reuniones virtuales, entre otras; se actualiza el sistema de envió de correos, permitiendo el apoyo de proyectos como extractos in-situ; se implementa el Modelo Corporativo de Perfilado, el cual controla la gestión de los permisos de acceso a los sistemas de información del Banco y se da inicio al proceso de gestión de Acceso Lógico, realizando mejoras en los tiempos de atención para los usuarios del Banco y aprovisionamiento de externos para filiales incluyéndolos en los procesos automáticos existentes para asignación de perfiles.

De otra parte, el uso de la infraestructura de seguridad aportó la tecnología para: i) Implementación de sistema aseguramiento de archivos de pago en Net Cash, mediante firma digital, logrando identificación del cliente, no repudio y validez legal de las transacciones financieras, así como interoperabilidad con diferentes productos de seguridad exigidos por los clientes empresariales y corporativos, diversificando la oferta comercial del banco. ii) Implementación del sistema DLP para búsqueda de datos críticos, como números de tarjetas, en los equipos de cómputo de los funcionarios del Banco, mitigando los riesgos de fraude interno y fuga de información. iii) Implementación del sistema de intercambio seguro de archivos con terceros incluidos clientes VIP de la Banca Corporativa, procesos de recaudo, MultiCash, Fiduciaria; esto ha permitido la automatización de procesos manuales y el intercambio de más de 2.6 millones de archivos durante el año 2014.

En el ámbito de la Gestión de Riesgo tecnológico y Gobierno se realizó la definición del Marco de Control para IT, adaptado a COBIT 5.0, de carácter Global el cual asegura su operativización de forma homogénea en todas las Sociedades/países que conforman el Grupo BBVA, respetando las particularidades locales oportunas, este estándar permite una gestión adecuada de los Riesgos Tecnológicos por medio del uso de mejores prácticas en materia de tecnología y seguridad de la información.

Se realiza el seguimiento detallado a los eventos de riesgo, minimizando la materialización de los mismos, apoyados con campañas de sensibilización: conferencias, mensajes de sensibilización vía correo electrónico, campañas informativas indicándoles a los clientes que BBVA Colombia no solicita datos confidenciales vía correo electrónico y la celebración del día internacional de la Seguridad de la información con el lema ¡Para piensa y actúa, la seguridad en BBVA eres tú! , un evento creado con el objetivo de dar a conocer las mejores prácticas en el uso seguro de las tecnologías de la información y concientizando sobre el papel que tenemos para su conservación. La seguridad de la información forma parte de nuestro día a día y una actitud prudente es la mejor defensa ante la Ciberdelincuencia.

Así mismo, en materia de Control Interno, se mantiene el adecuado cumplimiento de los requerimientos de Auditoria en el ámbito tecnológico, emitidos por los diferentes de entes de Control, de esta forma se brinda confianza a clientes y usuarios en materia de prevención de riesgo de fraude tecnológico.

BBVA

adelante.

Riesgos Sociales, Ambientales y Reputacionales

En BBVA trabajamos para integrar un manejo responsable en toda la cadena de valor, desde el diseño de productos, su publicidad y comercialización, hasta la gestión de sus riesgos. La aproximación de BBVA a la sostenibilidad se basa en generar propuestas de valor para nuestros grupos de interés.

A. Modelo de gestión del Riesgo reputacional

B. Concesión responsable de crédito

C. Principios de Ecuador

A. Modelo de gestión del Riesgo reputacional

Junto con las variables financieras, en la gestión del riesgo tomamos en consideración los aspectos ambientales, sociales y reputacionales. Estos riesgos pueden afectar el perfil crediticio de los prestatarios o de los proyectos que financiamos y por tanto a la calidad del riesgo asumido y, en definitiva, al desembolso de los créditos.

El riesgo forma parte del negocio bancario, es un elemento inherente a esta actividad, y su gestión supone un reto diario para las compañías del sector. BBVA aplica el principio de precaución en todas las operaciones.

Este principio se convierte así en un criterio general que implica la asunción solo de riesgos prudentes, consistentes y basados en la experiencia. La actividad financiera se ve expuesta a rápidos cambios y, por tanto, a nuevos riesgos que deben ser detectados y valorados de forma adecuada, riesgos de muy distinta naturaleza no solo vinculados a aspectos financieros, sino también sociales, ambientales y de reputación de diversa índole. En respuesta a esta permanente transformación del contexto operativo y la pluralidad de riesgos posibles, el Grupo BBVA mantiene varios objetivos complementarios.

Por una parte, preservar la solvencia de la entidad. Para ello, BBVA se asegura de que la exposición al riesgo se mantenga dentro de unos límites controlados, con base en parámetros previamente establecidos y con un perfil equilibrado. Así mismo, se aborda la gestión de riesgos de modo que las políticas que de ella se derivan conecten claramente con los objetivos estratégicos del Grupo. Finalmente, BBVA trabaja en torno a la idea de una rentabilidad ajustada a riesgo, es decir, conseguir que todas las decisiones contribuyan a crear valor mediante la consideración de los riesgos.

Para cumplir estos propósitos, el Banco cuenta, en primer lugar, con unos principios básicos de actuación.

El primero de ellos reconoce la independencia y globalidad de la gestión de riesgos dentro del Grupo. El segundo habla que la gestión del riesgo debe producirse a lo largo de toda la vida de este, es decir, del análisis previo a la aprobación, y a la extinción del riesgo.

B. Concesión responsable de crédito

La administración de riesgo crediticio en BBVA Colombia se encuentra enmarcada bajo un conjunto de normas, las cuales establecen el marco de actuación en el que debe orientarse la gestión y el control. La política general, dentro de un perfil conservador, establece unos requisitos que condicionan la vida de la operación desde su formalización hasta el vencimiento.

Al momento del otorgamiento, es indispensable tener en cuenta la generación de recursos, solvencia patrimonial, conocimiento del cliente y garantías suficientes que cubran el riesgo en caso de presentarse algún tipo de contingencia. En el proceso de evaluación, debe efectuarse un correcto análisis que permita argumentar la decisión de crédito, el cual debe buscar un equilibrio entre su finalidad, importe, plazo y forma de amortización.

Siguiendo los lineamientos establecidos por la superintendencia Financiera de Colombia, BBVA Colombia ha incorporado dentro de su metodología los modelos de referencia para el cálculo de provisiones:

- *modelo de referencia comercial (mrc):* para su cálculo se toma en cuenta el tamaño de la empresa, garantías existentes y un componente de alineamiento, el cual depende del comportamiento de pago interno y externo.

- *modelo de referencia de consumo (mrco):* su metodología se basa en el destino del crédito, el comportamiento histórico de pagos en los últimos 36 meses, variable de alineamiento externo, garantías, entre otras.

Dentro del sistema de provisiones definido por el ente regulador, se establece el cálculo de las provisiones contracíclicas, el cual pretende aumentar la constitución de provisiones en épocas de expansión económica con el fin de mitigar el impacto en el estado de resultados ante eventuales cambios en el riesgo de crédito de los deudores.

En relación con el seguimiento del portafolio, se potencializó la herramienta diseñada para la valoración de este riesgo, de conformidad con el marco corporativo de alertas tempranas, partiendo de fundamentos estadísticos que permiten determinar.

Las alertas con mayor predictibilidad. A su vez, se amplió su alcance para lograr la publicación de la herramienta en la intranet con lo que se prevé una interacción más eficiente entre las áreas centrales y la red de oficinas. Así, se identifican los clientes de acuerdo con su prioridad de gestión, cuya ejecución es apoyada desde las áreas centrales de seguimiento.

Para el cierre del 2014, la cartera presenta un saldo de mora de $ 445Mm, con un ratio de 1.44%. Durante el 2014, BBVA mantiene el liderazgo en el ratio de dudosa ubicándose 74 pbs por debajo del sector, que presenta un ratio de 2.16% (cifras a noviembre de 2014).

C. Principios de Ecuador

Los Principios de Ecuador (PE) son la referencia del sector financiero para determinar, evaluar y gestionar los riesgos ambientales y sociales de los proyectos. Están basados en la Política y Normas de Desempeño sobre Sostenibilidad Ambiental y Social de la Corporación Financiera Internacional (IFC) y las Guías Generales sobre Medio Ambiente, Salud y Seguridad del Banco Mundial.

Los PE son aplicables a la financiación de proyectos nuevos y expansiones significativas mediante cuatro productos financieros: asesoramiento en la financiación de proyectos, financiación de proyectos, préstamos corporativos vinculados a proyectos y préstamos puente.

En 2013 se ha publicado la última versión de los Principios de Ecuador, que extiende su alcance, aborda nuevas preocupaciones ambientales y sociales y supone un avance significativo en la transparencia y consistencia de su implementación.

BBVA desde su adhesión a PE, aplica con un alcance mayor que el estándar, ampliándolo a proyectos en fase de operación y a aquellos financiados con otros productos financieros: bono de proyecto, cesión de derechos de crédito y garantías vinculadas a proyectos. BBVA no aplica el umbral mínimo de 10 millones de dólares establecido, revisando bajo los PE todas las operaciones, independientemente de su importe.

En BBVA contamos con un equipo dedicado a la gestión de los PE, integrado en el área de Corporate & Investment Banking (CIB), que analiza los proyectos, representa al banco ante los grupos de interés, rinde cuentas ante la alta dirección y diseña el sistema de gestión, proponiendo la adopción de mejores prácticas y participando en la formación y comunicación de todos los aspectos relacionados con los PE.

El análisis de los proyectos está incorporado en los procesos internos de estructuración, admisión y monitoreo. Cada transacción se somete a un proceso de due diligence ambiental y social que se inicia con la asignación de una categoría (A, B o C) conforme al proceso de categorización del IFC que refleja el nivel de riesgo e impacto ambiental y social del proyecto.

Proyecto	Valor del Proyecto	Financiación	Participación BBVA
American Tower	$248.014 MM	$200.000MM	$60.000MM

Proyectos financiados bajo la metodología de PE

BBVA

adelante.

Equipo

Empleados comprometidos, es uno de los ejes sobre los que se articula la estrategia de Negocio Responsable, y tiene como fin impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre todo el equipo BBVA.

A. Selección, Formación y Desarrollo

B. Diversidad y Conciliación

C. Compensación y Remuneración

D. Condiciones laborales

E. Voluntariado

Datos Generales		
Datos Generales	2013	2014
Edad promedio (años)	36	36,5
Antigüedad promedio (años)	9.9	11,4
Empleados*	6.019	6.678
Hombres (%)	42,5	41
Mujeres (%)	57,5	59

* Hace referencia al total de empleados de las empresas BBVA en Colombia

Plantilla por grupos de edad		
Rango de Edad (%)	2013	2014
Menor de 25	12,9	11,9
Entre 25 y 45	68,1	65
Mayor de 45	19	23,1
Total general	**100**	**100**

Promedio Ingreso Mensual (millones de pesos)		
Categoría	F	M
Directivos	20.420.405	22.252.532
Mandos Medios	7.854.117	8.081.380
Especialistas	3.225.244	3.393.843
Fuerza de ventas	1.635.323	1.767.359
Puestos Base	1.631.052	1.700.969

Contratos por Género				
	F	M	F (%)	M (%)
Directivos	28	83	25	75
Especialistas	1.181	961	55	45
Fuerza de Ventas Externas	508	327	61	39
Mandos medios	254	258	50	50
Puestos base	1.936	1.142	63	37
Total general	**3.907**	**2.771**	**59**	**41**

A. Selección, Formación y Desarrollo

En BBVA promovemos futuro, nuestro crecimiento siempre ha venido acompañado de las personas. De este modo, y como primera opción durante el 2014 ofertamos internamente, 372 publicaciones de cargos puntuales y 70 ofertas anticipadas para cargos de alta rotación en la red, a través de un mecanismo corporativo de ámbito global para la publicación de vacantes denominado a la Apúntate a la Vacante. Gestión que se vio reflejada en 494 promociones efectuadas a lo largo del año que representaron mejoramiento para nuestros empleados en condiciones de desarrollo y salariales. De ellas el 58.3% fueron mujeres y el 41,7% hombres. Con el convencimiento de que esta dinámica trae consigo democracia y transparencia en la cobertura de vacantes.

Dentro de estas promociones vale la pena destacar un número de 79 profesionales que antes de ocupar sus cargos ingresaron a un programa de entrenamiento y formación para desempeñar sus funciones en cargos de red correspondientes al Plan de Expansión.

En 2014 efectuamos 615 vinculaciones, lo que muestra un banco dinámico creciente y en expansión. De los cuales el 64% son mujeres y un 36% hombres.

BBVA mantiene convenios con instituciones universitarias de primer nivel para promover el inicio en la vida laboral de Practicantes Universitarios, es así como durante 2012 hemos vinculado 149 practicantes universitarios con contrato de aprendizaje y posteriormente gracias a su desempeño vinculamos 18 directamente con el Banco. Esta misma practica la tenemos en el nivel tecnológico a través del SENA y otras instituciones técnicas a nivel nacional, brindado patrocinio a 359 aprendices y vinculado directamente a 30, representando para estos jóvenes su primer empleo.

En temas de formación, durante 2014 consolidamos muestra marca CAMPUS BBVA, con el lanzamiento de la nueva plataforma de formación, de idiomas y BBVA Games fortaleciendo nuestras escuelas formativas: Negocio cliente, Management y habilidades, Finanzas y riesgos, Innovación y tecnología, Idiomas, Requerimientos legales y Recursos humanos y cultura, a través de formaciones presenciales (99.390 horas) y de virtuales a través de la plataforma Campus BBVA (236.439 horas), llegamos al 100% de la plantilla.

Nuestro pilar de actuación es realizar una oferta atractiva para todos los colaboradores en BBVA Colombia y sus empresas, con el fin de desarrollar las habilidades y competencias que nos ayuden a impulsar el desarrollo personal y profesional de cada uno, siempre partiendo que el desarrollo parte de cada uno y que en conjunto ¡Construimos másBBVA!.

Entendiendo que como área impactamos a los objetivos estratégicos de BBVA, el 89% de nuestras formaciones tuvieron foco en Servicio al Cliente, certificación en productos, gestión del riesgo, requerimientos legales, y un completo programa de tutorización y adecuación al cargo para nuestros nuevos colaboradores en línea con el plan BBVA X 3.

En grandes cifras durante de 2014 se realizaron 335.841 horas de formación con 123.815 participantes, equivalente a 57.6 horas por empleado. De estas 335.841 horas, el 70.4% se realizaron a través de canal virtual y el 29.6% presencial, incentivando el uso de la plataforma Campus BBVA.

Horas de Formación		
	N. Horas	% total horas
Presencial	99.399	29,6
Virtual	236.442	70,4
Total	**335.841**	**100**

El desarrollo de los colaboradores también es un pilar de actuación en RRHH es por eso que durante 2014 se realizaron diferentes actividades enmarcados en clima laboral: Espacios cercanos donde se visitaron 124 oficinas y 1.800 colaboradores, 169 Procesos de Coaching con 1.104 horas, Talleres de Clima cubriendo el 100% de líderes en la Red, se entrevistó al 100% Pool Talento y al 100% de los lideres nuevos en la organización.

B. Diversidad y conciliación

Para favorecer la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, desde hace tiempo hemos venido trabajando en materia de diversidad de género.

El Plan Global de Diversidad de Género se centra en tres vectores de actuación: maternidad, promoción y desarrollo y sensibilización, y cuenta con ocho iniciativas corporativas ya implantadas, Además, en los países/áreas se desarrollan iniciativas de carácter local.

En el 2014 se consolidaron inicialmente las iniciativas enfocadas a maternidad, tales como: se realizaron 118 valoraciones ergonómicas de los puestos de trabajo de madres gestantes, cubrimiento al 100% de las licencias por maternidad, plan de tutorización, opción de obtener licencias no remuneradas de 1 a 9 meses, envió de un kit de Baby en el mes de nacimiento. La retroalimentación de todas estas medidas se realiza en las entrevistas de incorporación realizadas por el área de Gestión Humana.

Para 2015, se espera ir incursionando en las diferentes iniciativas corporativas que impacten positivamente en la plantilla del Banco.

C. Compensación y remuneración

BBVA considera la política de compensación como un elemento clave para la creación de valor. Para ello cuenta con un sistema retributivo avanzado, basado en la generación recíproca de valor para los empleados y para el Grupo, alineado con los intereses de los accionistas y supeditado a una gestión prudente del riesgo, que atiende a los siguientes principios:

- Crear valor a largo plazo.
- Recompensar la consecución de resultados basados en una asunción prudente y responsable de riesgos.
- Atraer y retener a los mejores profesionales.
- Recompensar el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional.
- Velar por la equidad interna y la competitividad externa.
- Contar con referencias de mercado, a través de análisis realizados por compañías de reconocido prestigio y líderes en el sector de consultoría de compensación.
- Asegurar la transparencia en su política retributiva.
- Garantizar que no existen diferencias retributivas por género.

Este sistema retributivo se adapta en cada momento incorporará, además, los estándares y principios de las mejores prácticas nacionales e internacionales generalmente aceptadas en materia de retribuciones y de buen gobierno de sociedades en cada momento, configurándose como un sistema dinámico en constante evolución y mejora.

En conclusión, la combinación de los elementos antes citados conforma un sistema retributivo equilibrado, coherente con la estrategia del Grupo y con sus valores, así como con los intereses de sus accionistas.

La retribución se compone de dos partes claramente diferenciadas:

- Compensación fija, que se establece tomando en consideración el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional del empleado en el Banco, fijándose una referencia salarial para cada función.

- Compensación variable, que recompensa la creación de valor a través de cada una de las unidades que configuran BBVA, remunerando las aportaciones individuales, las de los equipos y la agregación de todos ellos. La retribución variable está orientada a recompensar el logro de resultados individuales, grupales y organizativos, medidos a través de indicadores de cliente, financieros, etc.

D. Condiciones laborales

En materia de libertad de asociación y representación sindical, BBVA entiende que el diálogo y la conciliación son la mejor manera de solucionar conflictos y alcanzar consensos, de conformidad con las distintas regulaciones vigentes en los países en los que BBVA está presente, Los derechos y condiciones laborales se encuentran recogidos en normas, convenios y acuerdos suscritos por cada entidad con las correspondientes representaciones de los trabajadores.

Mapa Laboral Banco	Porcentaje
Pacto	79,7
Neutro	0,8
Convención	19,5

E. Voluntariado

BBVA desarrolla iniciativas para facilitar e impulsar la participación de los empleados en programas sociales en el marco del Plan Global de Voluntariado Corporativo.

En 2014, 297 funcionarios de BBVA y sus familias, que hacen parte del programa Voluntarios BBVA, fueron los encargados de sembrar 2.000 árboles que dieron inicio al tercer bosque BBVA en las inmediaciones de Zipacón, un pintoresco municipio del oriente de Cundinamarca a donde llegaron desde las primeras horas del día, bajo un inclemente aguacero que los acompañó durante toda la jornada.

El bosque BBVA, que tendrá 10.000 árboles, se suma a otros dos, uno iniciado en 2012 en la reserva El Encenillo, del municipio de Guasca y otro en 2010 en el embalse del Neusa, en Zipaquirá, ambos en Cundinamarca y son uno de los aportes que hace la entidad financiera al cuidado del medio ambiente y a fomentar en la familia BBVA, una verdadera conciencia ecológica.

Entre otras actividades que Voluntarios BBVA ha llevado a cabo, se pueden contar: la I Feria Social, tres jornadas de siembra de árboles y una jornada solidaria con más de 15 fundaciones de Bogotá, dedicadas al cuidado de niños, ancianos y de prevención y ayuda a adolescentes en embarazo.

BBVA

adelante.

Sociedad

En BBVA buscamos que la educación aporte soluciones satisfactorias a las demandas sociales inaplazables: conseguir que más alumnos estudien, durante más tiempo, con una oferta de calidad reconocida, equitativa e inclusiva y en la que participe la gran mayoría de las instituciones y sectores de la sociedad.

A. Educación para la sociedad

B. Innovación y conocimiento

C. Medio ambiente

A. Educación para la sociedad

Programa de Becas "Niños Adelante"

Es un programa con el que BBVA Colombia se ha unido a las diferentes iniciativas que adelanta el Ministerio de Educación Nacional y con el que ha contribuido a la disminución de los índices de deserción escolar en Colombia al apoyar a miles de niños cada año con útiles escolares y becas de apoyo que les permiten adquirir sus uniformes y calzado.

En los últimos años se han entregado más de 250.000 morrales que contienen cuadernos, diccionario, cartuchera con lápices, colores, regla, borrador, pegante, tijeras, una carpeta con papel bond y cartulina, además de acuarelas, crayolas, un texto literario y un recipiente para líquidos.

Apoyo a educación superior

En alianza con la Corporación Manos Visibles y las universidades Icesi y Eafit, de Cali y Medellín respectivamente, BBVA financia la educación de un grupo de 12 jóvenes que actualmente cursan entre quinto y sexto semestre de diferentes carreras universitarias con altos niveles de rendimiento académico.

Apoyo a formación técnica

BBVA apoya a la Fundación Plan a través de la financiación de los estudios de formación técnica de un grupo de jóvenes que en Sincelejo y otras ciudades del país se capacita en oficios como albañilería, jardinería, mampostería, entre otros, que les permite al final de su proceso educativo ocuparse laboralmente de manera inmediata, convirtiéndose en mano de obra calificada con gran demanda en los mercados regionales.

B. Innovación y conocimiento

La innovación es uno de los ejes principales de nuestra estrategia de grupo, y consideramos que es la palanca para el crecimiento no sólo de nuestro negocio sino de toda la sociedad, en ese sentido hemos creado el Centro de Innovación, un punto de encuentro para la comunidad, donde a través de distintos eventos y acciones de conexión con el ecosistema se integra cada vez con los distintos actores del emprendimiento colombiano.

En 2014, realizamos la alianza The App Date con la que contribuimos al mantenimiento y crecimiento de la comunidad de desarrolladores y emprendedores en torno al mundo de las apps en Bogotá, permitiendo la generación de un espacio de networking para el encuentro de emprendedores y expertos a través de la difusión de contenidos y experiencias.

Igualmente, el Centro de Innovación BBVA fue el espacio de encuentro del MET, que sirvió para desarrollar las sesiones de trabajo y capacitación de un grupo de mujeres emprendedoras quienes a través de diferentes sesiones y charlas lograron consolidar una formación en temas de empresas, contabilidad, networking y marketing, entre otras.

Vale la pena destacar el desarrollo de la versión correspondiente a 2014 del BBVA Open Talent en el que varias startups tecnológicas con gran potencial de impacto y transformación de la industria financiera, en la categoría New Banking, y en general en otras industrias digitalizadas, en la categoría Digital Life competieron por un gran premio a nivel regional, en la que resultó entre las ganadoras la empresa Bankity, de Medellín, en la categoría New Banking.

C. Medio ambiente

Nuestros actos sobre el medio ambiente del planeta son cada vez más notorios, por eso en BBVA venimos desarrollando iniciativas que reduzcan los efectos nocivos de las actividades en el entorno de operación.

Política ambiental y sistema de gestión ambiental

Desde 2003 BBVA viene aplicando políticas ambientales con un modelo de desarrollo sostenible en las actividades económicas, sociales y ambientales, dicha política busca darle al banco un plus que haga la diferencia en el sector financiero colombiano, estando conscientes de nuestro entorno y de la forma en la que podemos ser más responsables.

Los pilares de nuestra política ambiental son:

- Actitud responsable con los recursos naturales.
- Respeto a las normas actuales.

- Estudio de riesgos ambientales en las actividades financieras.
- Diseño e implementación de productos y servicios financieros.
- Prácticas ambientales responsables de los grupos de interés.

Impacto ambiental directo

Ecoeficiencia

El Plan Global de Ecoeficiencia tiene como fin disminuir los impactos ambientales directos; para alcanzar los objetivos de gestión e implementar prácticas ambientales correctas desde 2007 se realiza seguimiento y compilación los indicadores ambientales del banco, durante estos años se han aplicado mejoras en la calidad de los datos que reportamos.

Teniendo como premisa la política medioambiental, en 2014 BBVA impulso iniciativas direccionadas a mitigar los efectos directos e indirectos de las actividades en el entorno, donde se destaca la reducción en el consumo de agua, de electricidad y de papel, que apuntan a una mayor eficiencia en el uso de estos recursos.

Iniciativas medioambientales

En 2014 conscientes del problema de la deforestación y con el objetivo de mitigar el impacto que le generamos al medioambiente se continuo con el proyecto BOSQUE BBVA, que inicio en al año 2013 y hace parte de las iniciativas ambientales del plan de Responsabilidad Corporativa.

Este proyecto cierra 2014 con un total de 12.000 nuevos árboles en Colombia, que fueron sembrados en zonas de gran importancia dentro de la dinámica de protección y conservación del recurso hídrico.

Los árboles fueron asignados a los proyectos de protección del Rio Combeima y Coello, en el Municipio de Ibagué, Departamento del Tolima y en el municipio de Zipacon en Cundinamarca mejorar la regulación hídrica de la zona con el fin de garantizar el abastecimiento de agua de dos acueductos de la vereda Paloquemao a largo plazo.

Por medio de la siembra de estos nuevos árboles se generan múltiples beneficios sociales y ambientales, la reforestación protectora produce un impacto positivo en las poblaciones donde éstas se llevan a cabo; construyendo tejido social en zonas marginadas, aportando recursos adicionales para las familias campesinas y mejorando su calidad de vida por medio de los servicios ecosistémicos que provee el bosque.

Las siembras realizadas permitirán la recuperación de la cobertura vegetal y el mejoramiento en el suministro de los servicios ecosistémicos de soporte, aprovisionamiento y regulación que presta esta área:

- Soporte: se destaca la formación y protección de suelos y la reactivación del ciclo de nutrientes, la polinización y la dispersión.
- Aprovisionamiento: se encuentra la disponibilidad de especies útiles, aumentando la oferta de fibras y leña, así como alimento para la población aledaña y fauna circundante y un lugar de esparcimiento a las personas con un paisaje agradable.
- Regulación: esta la captura y acumulación de CO_2 (280 kg CO_2/árbol durante 20 años), con la siembra de 12.000 árboles se fijarán 3.360 toneladas de CO_2 en 20 años. Así mismo, disminuirá la erosión pues las gotas de lluvia impactarán con menos energía el suelo y mejorará la regulación hídrica, pues los árboles incrementarán la infiltración.

Estas siembras materializan el compromiso de BBVA con la conservación del medio ambiente, con acciones destinadas a mejorar la calidad de vida de los humanos, animales y la naturaleza.

Principales Indicadores

Consumo de papel		
Kg	2013	2014
consumo total de papel	364.234	415.889
consumo de papel por empleado	61	62

Consumo de gasóleo		
Lts	2013	2014
Consumo total de gasóleo	11.853	25.972
Consumo por empleado	2	4

Consumo de energía		
kWh	2013	2014
Consumo total de energía	29.549.992	32.296.773
Consumo por empleado	5.514	4.838

Consumo de agua		
m3	2013	2014
Consumo de total de agua	111.128	149.801
Consumo por empleado	20,7	23

Residuos gestionados		
Kg	2013	2014
Residuos de papel	43.488	31.582
Residuos de tóner	2.648	3.214
Otros residuos	23.384	29.700

Emisiones alcance 1		
Toneladas	2013**	2014*
Emisiones por consumo de Gasóleo	N/A	73
Emisiones por Km recorridos por vehículos propios	48.157	52.474
Total	48.157	52.545

*En años anteriores las emisiones se consideraban directas e indirectas, este año por cambio de metodología se consideran emisiones alance 1, 2 y 3, el alcance de medición aumento para las emisiones alcance 1. A partir del 2014 se tiene en cuenta también las emisiones generadas por consumo de gasóleo.

**Se realizó un recalculo en de los Km recorridos por los vehículos propios del Banco en el 2013.

Emisiones alcance 2		
Toneladas	2013	2014*
Emisiones por consumo de energía eléctrica	N/A	6.795

*Esta medición de emisiones por consumo de energía eléctrica

Emisiones alcance 3		
Toneladas	2013	2014*
Emisiones por vuelos de avión	649	799

BBVA trabaja en las iniciativas de Protocolo Verde

Por tercer año consecutivo BBVA Colombia participó del Protocolo Verde, una iniciativa del sector financiero del país y el que BBVA se compromete de manera voluntaria a implementar políticas y prácticas que puedan ser reconocidas como ejemplares en términos de responsabilidad ambiental.

La firma del Protocolo Verde incluye el desarrollo de estrategias dirigidas a avanzar en tres aspectos fundamentales: financiar el desarrollo con sostenibilidad, promover en los procesos internos de las entidades signatarias el consumo sostenible de recursos naturales y de materiales que de ellos se deriven, y considerar en los análisis de riesgo de crédito e inversión, los impactos y costos ambientales y sociales que se generan en las actividades y proyectos a ser financiados.

Formación y sensibilización ambiental

En BBVA Colombia, somos conscientes de la importancia que el medio ambiente y su cuidado tiene dentro de la sostenibilidad, no solo de nuestro negocio sino de toda la sociedad. Durante 2014 adelantamos diferentes campañas en las que a través de los empleados y sus familias, proveedores y clientes han servido para tomar conciencia sobre la importancia de adelantar buenas prácticas en el cuidado del medio ambiente y en la búsqueda de frenar el impacto del cambio climático.

Este ejercicio mediante el cual cada uno de los empleados de los edificios involucrados participa de manera directa adelantando cada uno en su puesto de trabajo la separación de los diferentes tipos de basura en los recipientes respectivos, con la supervisión del personal de aseo que fue capacitado por la Ecoplanet y de acuerdo al desempeño de cada uno de los pisos se obtiene una calificación, que va de rojo, para los que estén en situación crítica, a verde, para los óptimos, pasando por el amarillo que se asigna a los pisos que están en situación intermedia.

El programa sigue arrojando resultados satisfactorios al logar que la mayoría de pisos estén en color verde facilitando las labores de reciclaje y optimización en la separación de los diferentes materiales que se traduce en un mejor desempeño por parte de la empresa encargada de recoger y reciclar nuestros materiales y que deja como resultado, un total de 51.422 kilos de residuos sólidos aprovechables y que discriminadamente, se presenta así:

	Carton	Archivo	Plástico	Vidrio	Pet	Periódico	Chatarra	Total
Enero	560	6,130	41	553	105	139	110	7,638
Febrero	813	2,529	89	837	162	129	37	4,596
Marzo	738	3,172	68	427	214	121	203	4,943
Abril	574	2,318	45	548	162	124	57	3,828
Mayo	612	2,896	47	651	113	108	42	4,469
Junio	275	1,684	36	444	275	74	35	2,823
Julio	356	1,647	30	784	297	131	175	3,420
Agosto	365	1,389	17	615	200	87	37	2,710
Septiembre	499	3,047	38	605	279	76	65	4,609
Octubre	864	3,021	33	800	317	193	0	5,228
Noviembre	638	2,109	51	647	150	374	4	3,973
Diciembre	622	1,640	31	527	145	207	13	3,185
Total	6,916	31,582	526	7,438	2,419	1,763	778	51,422

BBVA

adelante.

Criterios y estándares de la información

- Perfil, Alcance, Relevancia, Materialidad y Cobertura de la memoria
- Referencias básicas y estándares internacionales
- Rigor y verificación
- Criterios de Revisión Independiente
- Indicadores GRI

Perfil, Alcance, Relevancia, Materialidad y Cobertura de la memoria

Desde 2007, BBVA elabora anualmente el Informe de Responsabilidad Corporativa. La presente información corresponde al Banco BBVA, tal y como se define en el Informe Anual para 2014, que incluye datos comparativos referentes a 2012 y 2013, con indicación del perímetro de los mismos. Para facilitar la comparabilidad de la información, si dichos datos han sufrido alguna modificación con respecto a los facilitados el año anterior se debe a una mejora en los métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas o en los criterios utilizados.

En la determinación de la relevancia y materialidad de los contenidos por incluir, se ha concedido especial atención a los grupos de interés más significativos, con una continuidad en los procesos de consulta según las recomendaciones establecidas en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad y en Global Reporting Initiative (GRI4).

En esta línea se ha realizado un análisis específico con la información pública y la disponible en BBVA para valorar la validez y relevancia de estos asuntos en el contexto actual. El presente informe se completa con el Informe Financiero 2014 y otras informaciones disponibles en la página web (www.bbva.com).

Referencias básicas y estándares internacionales

Este informe se ha preparado de acuerdo con las mejores prácticas y los estándares internacionales más reconocidos y cumple con la metodología GRI G4 con la opción esencial "de conformidad".

Así mismo, se informa sobre actuaciones relativas a los objetivos de desarrollo del milenio de las Naciones Unidas y se da respuesta al Informe de Progreso 2009, en relación con el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, siguiendo la guía de GRI y *Global compact, making the connections*.

Rigor y verificación

BBVA Colombia dispone de diversos instrumentos para garantizar la calidad y durante el proceso se involucran diversas áreas que suministran información y que además están sometidas a los métodos de supervisión, verificación y auditoría habituales en el Banco. En segundo lugar, los reportes sobre Responsabilidad Corporativa se remiten al Grupo a través del sistema de gestión de información, que asegura la calidad y el alcance de estos. La responsabilidad de la recopilación de la información recae en el departamento de Comunicación e Imagen del Banco. La verificación del presente informe es realizada por Deloitte & Touche Ltda.

Deloitte.

Deloitte & Touche Ltda.
Edificio Corficolombiana
Calle 16 Sur 43 A-49 Piso 9 y 10
A.A 404
Nit 860.005.813-4
Medellín
Colombia

Tel : 57(4) 313 88 99
Fax : 57(4) 313 32 25
www.deloitte.com.co

Informe de revisión independiente

Revisión independiente del Informe de Responsabilidad Corporativa 2014 de BBVA Colombia.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Corporativa 2014 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 4.0 (G4).

Estándares y procesos de verificación

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

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas áreas de BBVA Colombia que han participado en la elaboración del informe de Responsabilidad Corporativa y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Entrevistas con el personal de BBVA Colombia para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el informe.
- Análisis de como a partir del ejercicio de materialidad se definen los contenidos, la estructura y los indicadores del informe, de acuerdo a lo sugerido por la metodología GRI G4.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI y propios incluidos en el Informe de sostenibilidad y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de BBVA Colombia.

Confirmación que el Informe de sostenibilidad es preparado de acuerdo con la metodología GRI G4 en su versión "Esencial" o "Core".

Aspectos generales

Se confirmó que el informe se ajusta a los requisitos de la opción esencial de los aspectos generales de la versión GRI G4: los indicadores G4-1 a G4-34, y G4-56 fueron reportados.

Aspectos específicos

Revisamos el enfoque de gestión e indicadores GRI y propios de los siguientes asuntos materiales:

Responsabilidades de la Dirección de BBVA Colombia y de Deloitte

- La preparación del Informe de Responsabilidad Corporativa 2014, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la organización la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la organización de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la empresa.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de sostenibilidad.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.
Jorge Enrique Múnera D.
Socio

Bogotá, Febrero 2015

Audit.Tax.Consulting.Financial.Advisory

Una firma miembro de
Deloitte Touche Tohmatsu

Asuntos materiales	Indicador GRI y/o Propio BBVA Colombia
Comunicación TCR	*G4-PR6; *G4-PR7
Educación financiera	*BBVA1. Número de beneficiados por el programa de Educación Financiera "Adelante con tu futuro" *FS16 (Guía sectorial GRI “Financial Services”).
Inclusión financiera	*FS13 (Guía sectorial GRI “Financial Services”) *FS14 (Guía sectorial GRI “Financial Services”)
Microfinanzas productivas / Fundación Microfinanzas BBVA	*FS7 (Guía sectorial GRI “Financial Services”)
Apoyo a PYMES	*BBVA2. Número de clientes Pymes *BBVA3. Monto de financiación a clientes Pymes
Apoyo a particulares con necesidades especiales	*BBVA4. Valor de los créditos otorgados a campesinos Colombianos
Conocimiento del cliente	*BBVA5. Índice de Recomendación Neta (IReNe)
Gestión de quejas y reclamaciones	*BBVA6.Tiempo de resolución de los reclamos *BBVA7. Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo *BBVA8. Porcentaje de QyR gestionado por el SPC
Omnicanalidad	*BBVA9. Operaciones por canales
Protección del cliente	*G4-PR1; *G4-PR3; *G4-PR8; *G4-PR9.
Inversión responsable (asociado a "Modelo de gestión del Riesgo reputacional", "Concesión responsable de crédito", "Principios de Ecuador").	*FS1; *FS2; *FS3; *FS4; *FS10; *FS11 (Guía sectorial GRI “Financial Services”)
Selección, formación y desarrollo	*G4-LA9
Diversidad y conciliación	*G4-LA12
Compensación y remuneración	*G4-LA13
Condiciones laborales	*G4.11
Voluntariado	*BBVA10. Número voluntarios BBVA
Educación para la sociedad (becas)	*BBVA11. Número de morrales entregados *BBVA12. No. personas beneficiadas por programas de apoyo a la educación (morrales con útiles escolares y becas educativas).
Innovación y conocimiento	Indicador actualmente en construcción - se espera reportar en los años posteriores
Medioambiente	*EN1, *EN3, *EN8, *EN15, *EN16, *EN17, *EN23

Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Responsabilidad Corporativa contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (G4) en su versión Esencial.

Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a BBVA Colombia nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas relacionados con la gestión de la sostenibilidad. Las recomendaciones más relevantes se refieren:

- Socializar, a los grupos de interés internos y externos, los asuntos materiales identificados que garantizaran la gestión sostenible del negocio en el mediano y largo plazo.
- Fortalecer la gestión de los asuntos relevantes no reportados en el informe de responsabilidad corporativa 2014.
- Fortalecer la consolidación de los consumo de agua y energía de la operación, ya que se han identificado dificultades para el proceso de recolección y generación de evidencias de dichas cifras en 2014.

Tabla de Indicadores GRI • Informe de revisión independiente

Indicadores Norma General

Indicador	Respuesta	Página	Auditoría externa
Estrategia y análisis			
G4.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización.	Carta del presidente	6	√
G4.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Carta del presidente	6	√
Perfil de la organización			
G4.3 Reporte el nombre de la organización.	Perfil BBVA	10-15	√
G4.4 Reporte las principales marcas, productos y servicios.	Perfil BBVA	10-15	√
G4.5 Reporte la localización de la casa matriz.	Cra. 9 No. 72 - 21. Bogotá, Colombia		√
G4.6 Reporte el número de países donde opera la empresa y el nombre de los países donde la empresa tiene operaciones significativas o que son relevantes para los temas de sostenibilidad tratados en el informe.	BBVA Grupo opera actualmente en 32 países, incluido Colombia		√
G4.7 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Perfil BBVA	10-15	√
G4.8 Mercados servidos (Incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes).	Organigrama y estructura de negocio	14	√
G4.9 Reporte la escala de la organización, incluyendo: - Número de empleados. - Número total de operaciones. - Ventas netas o ingresos.	Datos relevantes de BBVA Colombia 2014	11	√
G4.10 Reportar la siguiente información laboral: - Reporte el número total de empleados por contrato y genero. - Reporte el número total de empleados por región y genero.	Equipo	78-81	√
G4.11 Reporte el porcentaje de empleados cubiertos por una convención colectiva.	Equipo	78-81	√
G4.12 Describa la cadena de proveedores de la organización.	Indicadores Banca Responsable	13	√
G4.13 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura, propiedad o en la cadena de proveedores de la organización.	No se presentaron cambios significativos durante el 2014		√
G4.14 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Sistemas de Gobierno	24-28	√
G4.15 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apoye.	Sistemas de Gobierno-Compromisos internacionales suscritos	24-31	√
G4.16 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Asobancaria Asobolsa Asofiduciaria		√

Indicador	Respuesta	Página	Auditoría externa
Identificación de aspectos materiales y limites			
G4.17 Listar las entidades incluidas en los estados financieros consolidados y reportar si hay alguna de estas entidades que no haya sido incluida en el informe de sostenibilidad.	Perfil BBVA La información que se cuenta consolidada es: *Inversión Social *Número de empleados (cuadro indicadores clave de Banco responsable) *Cuenta de resultados Grupo BBVA Colombia	10-15	√
G4.18 Explicar el proceso para definir el contenido del reporte y los aspectos a reportar.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	34-41	√
G4.19 Listar todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido del reporte.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés - Asuntos relevantes en el 2014	34-41	√
G4.20 Para cada tema material reportar si lo es para toda la organización. En caso contrario, indicar qué aspecto no es material para alguna de las entidades que hacen parte de la organización.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés - Asuntos relevantes en el 2014	34-41	√
G4.21 Para cada tema material, reportar si lo es por fuera de la organización.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés - Asuntos relevantes en el 2014	34-41	√
G4.22 Descripción del efecto que puede tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	Sociedad - Medioambiente (emisiones)	84-89	√
G4.23 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados del informe.	Durante el 2014 se presentaron cambios en los métodos de valoración aplicados a las emisiones CO2 reportadas por el Banco. El método utilizado fue el enviado por BBVA Corporativo		√

Indicador	Respuesta	Página	Auditoría externa
Grupos de interés			
G4.24 Listar los grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	34-41	√
G4.25 Reporte la base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	34-41	√
G4.26 Enfoques adoptados para el diálogo con grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipo de grupos de interés, indicar si alguno de los diálogos se realizó como parte del proceso de elaboración del informe.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	34-41	√
G4.27 Principales preocupaciones y temas de interés que hayan surgido a través de los diálogos con los grupos de interés y la forma en la que la organización ha respondido a estos temas en la elaboración del informe. Reportar los grupos de interés y los temas que identificaron como relevantes.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	34-41	√
Perfil del reporte		92-93	√
G4.28 Periodo cubierto por la información incluida en el informe.	2014		√
G4.29 fecha mas reciente del informe anterior.	2013		√
G4.30 Ciclo de reporte (Anual-Bianual).	Anual		√
G4.31 Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.	Contraportada		√
G4.32 Reporte la opción De acuerdo con la metodología GRI seleccionada por la organización (Core-Comprehensive). Reporte la tabla de contenido GRI.		92-93	√
G4.33 Reportar la política o enfoque de la empresa para buscar auditoría externa del reporte.		93	√
Gobierno			
G4.34 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno. Identificar si existe algún comité responsable de la supervisión de temas económicos, sociales y ambientales.	Sistemas de Gobierno	24-31	√
Ética e integridad			
G4.56 Describir los valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización como códigos de conducta y códigos de ética.	Misión, Visión y Política	17-22	√

Indicadores Norma Específica

Eje	Asunto Relevante	Aspecto GRI relacionado	Enfoque de gestión
Comunicación TCR	Comunicación TCR		Comunicación TCR
Educación Financiera	Educación Financiera	Etiquetado de productos y servicios	Educación Financiera
Productos de alto impacto social	Inclusión financiera	Comunidades locales	Productos de alto impacto social
	Microfinanzas productivas / Fundación Microfinanzas BBVA	Cartera de productos	Fundación Microfinanzas BBVA
	Apoyo a pymes	No aspecto GRI relacionado	Productos de alto impacto social A. Apoyo a pymes
	Apoyo a particulares con necesidades especiales	No aspecto GRI relacionado	Productos de alto impacto social D. Apoyo a particulares con necesidades especiales

	Indicador	Página Respuesta indicador	Omisión	Verificación externa
	G4-PR6. Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	29-31		√
	G4-PR7. Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	Durante 2014 el Banco no reportó incidentes por el fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio		
	Propio. Número de beneficiados por el programa de Educación Financiera Adelante con tu futuro.	54-55	N/A	√
	FS16. Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros de los clientes. (Este indicador se convirtió a Enfoque de gestión en la metodología GRI G4).	54-55		√
	FS13. Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	58-59	La organización no reporta los CB específicamente ubicados en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente.	√
	FS14. Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.	58-59		√
	FS7. Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	58-59		
	Propio. Número de clientes pymes	58-59	N/A	√
	Propio. Monto de financiación a clientes pymes			√
	Propio. Valor de los créditos otorgados a campesinos Colombianos	58-59	N/A	

Eje	Asunto Relevante	Aspecto GRI relacionado	Enfoque de gestión
Gestión responsable de clientes	Conocimiento del cliente	No aspecto GRI relacionado	Gestión responsable de clientes
	Gestión de quejas y reclamaciones	No aspecto GRI relacionado	Gestión responsable de clientes - B. Gestión de quejas y reclamaciones
	Omnicanalidad	No aspecto GRI relacionado	Gestión responsable de clientes - C. Omnicanalidad
	Protección del cliente	Salud y Seguridad del cliente Etiquetado de productos y servicios Privacidad del cliente Cumplimiento regulatorio	Gestión responsable de clientes - D. Protección del cliente

	Indicador	Página Respuesta indicador	Omisión	Verificación externa
	Propio. Índice de Recomendación Neta (IReNe)	64-69	N/A	√
	Propio. Tiempo de resolución de los reclamos	64-69	N/A	√
	Propio. Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo		N/A	√
	Propio. Porcentaje de QyR gestionado por el SPC		N/A	√
	Propio. Operaciones por canales	64-69	N/A	
	G4-PR1. Fases del ciclo de la 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 a tales procedimientos de evaluación.	64-69	No se reporta el % de productos y servicios cuyos impactos se han evaluado	√
	G4-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.	64-69		√
	G4-PR8. Número total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	En el 2014, el banco no recibió reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.		
	G4-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.	Durante el 2014 el banco no fue objeto de la imposición de multas significativa por parte de las autoridades de vigilancia y control, ni realizó el pago de de ninguna multa o sanción como resultado de algún proceso investigativo realizado por dichas autoridades.		√

Eje	Asunto Relevante	Aspecto GRI relacionado	Enfoque de gestión
Riesgos Sociales, Ambientales y Reputacionales	A.Modelo de gestión del Riesgo reputacional B. Concesión responsable de crédito C. Principios de Ecuador	Cartera de productos Involucramiento accionarial activo	Riesgos Sociales, Ambientales y Reputacionales

Indicador	Página Respuesta indicador	Omisión	Verificación externa
FS1. Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio. (Este indicador se convirtió a Enfoque de gestión en la metodología GRI G4)	74-75		√
FS2. Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales. (Este indicador se convirtió a Enfoque de gestión en la metodología GRI G4)	74-75		√
FS3. Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes. (Este indicador se convirtió a Enfoque de gestión en la metodología GRI G4)	74-75		√
FS4. Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio. (Este indicador se convirtió a Enfoque de gestión en la metodología GRI G4)	60 personas capacitadas en Projet Finance		√
FS10. Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	74-75 En 2014, el 100% de los proyectos de Project Finance financiados por el BBVA Colombia lo fueron evaluados siguiendo Principios de Ecuador (1 proyecto - American Tower).		√
FS11. Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	74-75 En 2014, el 100% de los proyectos de Project Finance financiados por el BBVA Colombia lo fueron evaluados siguiendo Principios de Ecuador (1 proyecto - American Tower).		√

Eje	Asunto Relevante	Aspecto GRI relacionado	Enfoque de gestión
Equipo	Selección, Formación y Desarrollo	Capacitación y Educación	Equipo
	Diversidad y Conciliación	Diversidad e igualdad de oportunidades	Equipo - A. Diversidad y conciliación
	Compensación y Remuneración	Presencia en el mercado Empleo Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	Equipo - A. Compensación y remuneración
	Condiciones laborales	Perfil de la organización	Equipo - D. Condiciones laborales
	Voluntariado	No aspecto GRI relacionado	Equipo - E. Voluntariado

	Indicador	Página Respuesta indicador	Omisión	Verificación externa
	LA9. Promedio de horas de formación al año por empleado, por genero y desglosado por categoría de empleado.	78-81		√
	LA12. Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	78-81		√
	LA13. Relación entre salario de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	78-81		√
	G4.11. Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	78-81		√
	Propio. Número voluntarios BBVA	78-81	N/A	√

Eje	Asunto Relevante	Aspecto GRI relacionado	Enfoque de gestión
Sociedad	Educación para la sociedad (becas)	No aspecto GRI relacionado	Sociedad - A. Educación para la sociedad
	Innovación y conocimiento	No aspecto GRI relacionado	Sociedad - A. Innovación y conocimiento
	Medioambiente	Material Energía Agua Residuos Emisiones	Sociedad - A. Medio ambiente

	Indicador	Página Respuesta indicador	Omisión	Verificación externa
	Propio. Número de morrales entregados	84		√
	Propio. No. personas beneficiadas por programas de apoyo a la educación (morrales con útiles escolares y becas educativas).	13, 84		√
	Indicador actualmente en construcción - se espera reportar en los años posteriores		N/A	N/A
	EN1. Medición del consumo papel y tóner	54-55		√
	EN3. Consumo energético interno	84-89		√
	EN8. Medición del consumo de agua	88	La organización no reporta el desglose del consumo por fuente	√
	EN15. Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	88	La organización no reporta la metodología de cálculo utilizada	√
	EN16. Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 2)	88	La organización no reporta la metodología de cálculo utilizada	√
	EN17. Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)	88	La organización no reporta la metodología de cálculo utilizada	√
	EN23. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	89		√

Otros indicadores relevantes

Tema adicional	Indicadores	Página / Respuesta	Omisión	Página	Auditoría externa
Valor económico	EC1. Valor económico generado y distribuido	39		39	√

Coordinación General:
Área de Comunicación e Imagen
mauricio.floresmarin@bbva.com • liliana.corrales@bbva.com

Diseño:
BBVA
www.bbva.com

Diseño Editorial:
Marketing Group D+C Ltda.
www.mgcreativos.com • info@mgcreativos.com

Fotografía:
Banco de Imágenes BBVA - Marketing Group D+C Ltda.

BBVA

adelante.