

# Índice

## **Deloitte.**

<b>2</b>	Carta del Presidente	
<b>4</b>	Perfil de BBVA Provincial	
<b>8</b>	Principios y política de responsabilidad corporativa	
<b>14</b>	Grupos de interés	
<b>20</b>	Inclusión financiera	
<b>22</b>	Banca responsable	
	Finanzas responsables.....	22
	Orientación al cliente.....	24
	Recursos humanos.....	31
	Compras responsables.....	40
	Medio ambiente.....	42
<b>46</b>	Compromiso con la sociedad	
<b>56</b>	Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio	
<b>57</b>	Informe de revisión independiente	
<b>59</b>	Criterios del Informe	
<b>60</b>	Indicadores GRI	
<b>63</b>	Progresos 2013 y Objetivos 2014	
<b>71</b>	Indicadores clave de responsabilidad corporativa	

# Carta del Presidente

En 2013 tuvimos el orgullo de celebrar 60 años de trayectoria en los que BBVA Provincial ha estado de la mano con Venezuela, seis décadas que nos han permitido concretar importantes logros y, entre ellos, lograr posicionarnos como una institución financiera de referencia en la banca venezolana, pero el más valioso e importante de estos logros ha sido nuestro aporte y contribución a través de nuestra actividad con el desarrollo y progreso del país, de las comunidades y de su gente. Un compromiso que ha sido y seguirá siendo la directriz clave de nuestra gestión, tal y como se evidencia en las páginas de este Informe de Responsabilidad Corporativa correspondiente al año 2013, auditado por quinto año consecutivo por Deloitte, una de las firmas internacionales de mayor reconocimiento en este tipo de informes, en base al modelo de la "Guía para Elaboración de Memorias de Sostenibilidad" del Global Reporting Initiative (GRI).

Ratificando que nuestros valores y principios corporativos se reflejan y materializan en la diaria labor de todos los profesionales que integran a BBVA Provincial, nuestra gestión está enfocada en trabajar por un futuro mejor para las personas, en convertirnos en sus mejores aliados en la tarea de ver realizados sus sueños y aspiraciones. Para ello, hemos seguido trabajando en el fortalecimiento y optimización de los procesos, en la consolidación de la mejor y más innovadora oferta de productos y servicios financieros, en el asentamiento de los mayores estándares de calidad de atención al cliente, en la capacitación y cualificación de nuestro capital humano, en el robustecimiento de nuestra ética y sistema de gobierno corporativo, así como en ampliar y potenciar el impacto de los programas e iniciativas de responsabilidad corporativa, lo que se traduce en bienestar social.

Tales esfuerzos han permitido a la Institución ocupar una destacada posición dentro del sector bancario nacional, tanto por la solidez como por nuestra rentabilidad, lo que en 2013 fue avalado con una serie de reconocimientos y premios otorgados por Euromoney y Global Finance como mejor banco en Venezuela; también el premio Euromoney como Mejor Proveedor de Servicios Cash Management, además de recibir por segunda ocasión el Premio Great Place to Work®, al ocupar el 2º lugar en el ranking de las empresas que brindan el mejor lugar para trabajar en Venezuela, siendo el único banco en los primeros lugares de esta lista, y de esta manera reiterando que nuestro capital humano es el recurso más valioso para la organización. Igualmente, la Fundación BBVA Provincial este año recibió reconocimientos por su gestión social, en especial por su labor en materia de educación en valores y promoción de la lectura y la escritura, a través del Programa Papagayo que recibió el Premio Cívico por la Caracas Posible, en la categoría Experiencia de Responsabilidad Social Empresarial; siendo también seleccionado como Mejor Programa de Responsabilidad Social Empresarial en los Premios de la Asociación Nacional de Anunciantes ANDA 2013.

Las razones por las cuales nos hemos hecho merecedores de estos reconocimientos y, mucho más importante, de contar cada día en mayor medida con la confianza de nuestros clientes y relacionados, se ven reflejadas en la diaria labor de nuestro equipo y en la gestión concretada en este último ejercicio, bajo una serie de líneas estratégicas a las cuales seguimos dando continuidad.

En este sentido, permitir a los clientes y usuarios llevar a cabo sus transacciones financieras de forma sencilla, ágil y segura desde cualquier lugar y en cualquier momento, mediante el uso de innovadores canales tecnológicos y una moderna red de oficinas, es y sigue siendo una de las premisas clave de nuestra actividad. Este objetivo estratégico de "omnicanalidad", se enmarca dentro del proceso de transformación tecnológica impulsado con mayor fuerza en los últimos años, por lo que hoy podemos ofrecer a nuestros clientes un Banco Digital, a través de la banca en Internet, de las Zonas Express, línea telefónica Provincial, puntos de venta electrónicos, el servicio de Provitexto para telefonía celular, Provinet Móvil y el servicio pionero en la banca venezolana: [www.mispagosprovincial.com](http://www.mispagosprovincial.com); teniendo todos como objetivo común hacerle la vida más fácil al cliente y usuarios en general.

Cabe destacar que este objetivo también se encuentra estrechamente vinculado al interés del Banco en incentivar los procesos de bancarización de la población venezolana y de inclusión financiera, ya que al ofrecer una amplia, eficiente y segura oferta de canales alternos de esta manera se propicia y favorece el acercamiento de todos los sectores hacia la actividad bancaria formal, lo que se traduce en un mayor desarrollo de la economía en el país.

Igualmente, la consolidación de la más innovadora y moderna oferta de productos y servicios bancarios, está alineada a la tarea de maximizar los niveles de calidad de atención, crecimiento rentable y eficiencia. Por lo que se han potenciado diversas iniciativas orientadas a mejorar los procesos clave de servicio al cliente, al cumplimiento de las normativas establecidas para el sector bancario y al aprovechamiento de las mejores oportunidades de negocio, apegados siempre a la Rentabilidad Ajustada a los Principios en primer lugar, a los criterios de admisión de riesgo y a la comunicación transparente y responsable de nuestros productos.

Todos estos esfuerzos demuestran como el compromiso de responsabilidad corporativa está presente en toda nuestra cadena de valor, sustentando la gestión en los mayores estándares éticos, buscando maximizar los impactos positivos derivados del negocio en la sociedad y guiándonos por el deseo de impulsar un desarrollo sostenible en el que el beneficio económico siempre esté acompañado del progreso social. Por ello, trabajamos arduamente en ofrecer un servicio y una atención de calidad a nuestros clientes; la actuación hacia los proveedores se basa en

el respeto e imparcialidad; impulsamos el desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores; tratamos de minimizar los impactos de nuestra actividad en el medio ambiente e invertimos en la educación como palanca del desarrollo social.

En este sentido, durante el año 2013, impulsamos programas e iniciativas con un alto impacto social y con una visión a largo plazo que llevamos adelante a través de la Fundación BBVA Provincial, además de emprender nuevos proyectos de relevancia en áreas clave, como son la educación financiera y el emprendimiento. Nuestra inversión social en este período ascendió a Bs. 51.133.124,65, recursos administrados con los más sólidos criterios de transparencia, excelencia y racionalidad, dirigidos principalmente a los programas ejecutados directamente por la Fundación y teniendo como eje clave la educación en las diversas etapas de la vida de las personas.

La gestión que presentamos en este nuevo Informe de Responsabilidad Corporativa, es producto del compromiso, el esfuerzo, la implicación y el aporte especial de todo el equipo de BBVA Provincial, que cada día trabaja con el fin de dar lo mejor para nuestros grupos de interés, cubrir sus necesidades y darle respuestas oportunas cuándo lo necesiten y dónde se encuentren.

El 2014 se perfila como un año en el cual debemos convertir los desafíos en oportunidades, con objetivos que apoyen la estrategia de transformación basada en los principios, las personas y la innovación, reafirmando nuestro compromiso para continuar creciendo y ofreciendo a los empleados, clientes, reguladores y a la comunidad en general el mejor Banco del país, y seguir manteniendo nuestro rol de apoyo a la sociedad venezolana.



**Pedro Rodríguez Serrano**  
Presidente Ejecutivo



# Perfil de BBVA Provincial

Seis décadas contribuyendo con su actividad y compromiso al desarrollo económico y bienestar social del país.

BBVA Provincial cuenta con 60 años de trayectoria en la banca venezolana, seis décadas que son reflejo de su compromiso con el desarrollo del país y convicción en que la integridad, la excelencia y el trabajo en equipo son los principales fundamentos de su gestión. El 15 de octubre de 1953 inició sus actividades el entonces denominado Banco Provincial de Venezuela, impulsado por un grupo de visionarios conformado por Ramón Ricardo Ball, Oscar Machado Zuloaga, Eloy Anzola Montauban, Carlos Rodríguez Landaeta y Jacques Alexandre.

Al realizar un recorrido por su fecunda trayectoria en el país, la cual le ha permitido consolidar una destacada posición en el sistema financiero local, en el año 1996 se convirtió en el primer Banco Universal de Venezuela y en marzo de 1997 el Banco Bilbao Vizcaya (BBV), hoy Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), adquirió la mayoría accionaria del Banco Provincial, como parte de su estrategia de internacionalización en América Latina. El Grupo BBVA mantiene en la actualidad un 55,21% de las acciones comunes del hoy BBVA Provincial.

En estos últimos años, la Institución ha emprendido un profundo proceso de transformación, incorporando la más avanzada tecnología e innovación en la gestión, lo que aunado a una excelente gerencia y a un capital humano altamente cualificado y comprometido le hacen un referente de la banca venezolana en nuestros días.

Sin duda alguna, sus 5.326 empleados son los principales promotores y garantes de sus principios y su visión, la cual se resume en la frase "trabajamos por un futuro mejor para las personas", contribuyendo a través de su actividad y compromiso al progreso y bienestar social del país, acompañando a sus clientes en cada momento y en cualquier lugar, por que se trata de toda una organización que trabaja para el cliente, lo que representa el mayor logro y motivo de celebración en su 60 Aniversario.

## Principales hitos de BBVA Provincial

### H1

Posicionarse como banco líder e innovador en la oferta de canales electrónicos, con la mayor gama de funcionalidades y estando más cerca de sus clientes, de forma sencilla, fácil y segura.

### H2

Consolidar su compromiso con el progreso del país y su gente, a través de la celebración de sus 60 años con acciones y reconocimientos para empleados, accionistas, clientes y sociedad.

### H3

Lanzamiento de programas e iniciativas que potencien el emprendimiento social y la educación financiera, como prioridades estratégicas de su responsabilidad corporativa.

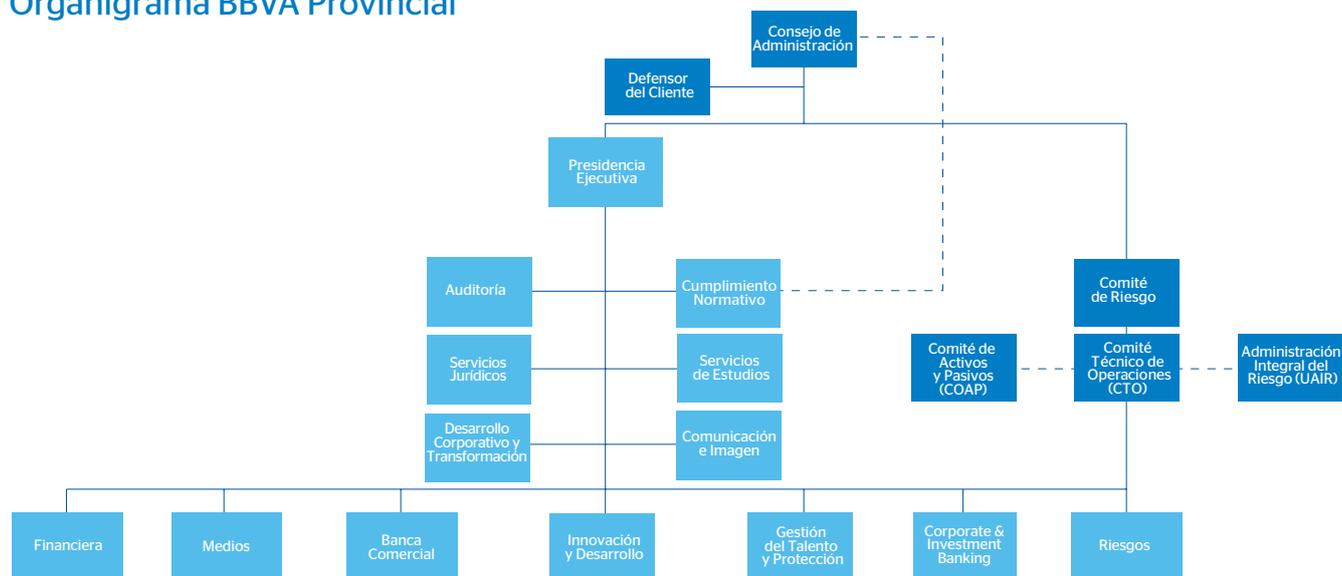
## Estrategia

Con el objetivo estratégico de seguir consolidando la misión y la visión de trabajar por un futuro mejor para las personas, BBVA Provincial impulsa un conjunto de iniciativas orientadas a mantener su posición de liderazgo y reconocimiento en la banca venezolana, como base del crecimiento sustentable y responsable de los negocios, apoyando el desarrollo de los venezolanos, de las comunidades y del país.

Los principales planes estratégicos puestos en marcha por la Institución como parte de su proceso de transformación, el cual ha sido impulsado con mayor fuerza y ahínco desde el año 2008, están enfocados en las siguientes líneas de actuación:

- **Cientes:** brindar propuestas de servicios diferenciadas apoyados en un amplio portafolio de productos y servicios, así como en el establecimiento de relaciones cercanas con los clientes a través de gestores especializados para cada uno de los segmentos atendidos.

## Organigrama BBVA Provincial



- **Omnicanalidad:** permitir a los clientes y usuarios llevar a cabo sus transacciones financieras de forma fácil, ágil y segura desde cualquier lugar y en cualquier momento, mediante el uso de innovadores canales tecnológicos y una moderna red de oficinas.
- **Calidad:** contar con procesos internos óptimos, una robusta plataforma tecnológica y con una fuerte cultura y vocación de servicio, como palancas clave para alcanzar el liderazgo en los niveles de preferencia de los clientes.

Es importante destacar que el compromiso de todos los profesionales de BBVA Provincial en torno a sus planes estratégicos, así como el conjunto de valores y principios corporativos que fortalecen la diaria gestión, han garantizado la evolución y concreción de los objetivos prioritarios en beneficio de todos sus grupos de interés.

## Estructura del negocio

### Banca Minorista

En el marco de la celebración de su 60 Aniversario, BBVA Provincial amplió su red de Banca Minorista con la inauguración

Gerencia Territorial	Número de Oficinas Comerciales
Maracaibo	17
Costa Oriental - Falcón	19
San Cristóbal	14
Mérida	16
Barinas - Valera	18
Aragua Los Llanos	16
Carabobo	25
Barquisimeto	18
Lara - Poblaciones	18
La Castellana	25
La Pelota	23
Parque Humboldt	17
Gran Caracas	26
Miranda	19
Bolívar	15
Oriente	18
TOTAL OFICINAS	304

de 5 nuevas oficinas (Valencia El Viñedo, Tinaquillo, Terraza Lomas de La Lagunita, Parapara Los Guayos y Siemens) y la incorporación de los Canales de Venta Directa (CVD) a nivel nacional, con el fin de mejorar la capacidad de respuesta a los clientes e imprimir mayor eficiencia a la gestión. Adicionalmente, se cuenta con 1.945 cajeros automáticos y 61.391 puntos de venta en todo el país. Para diciembre de 2013, el número de oficinas ascendió a 305, incluyendo su oficina en el exterior.

### Banca de Empresas e Instituciones (BEI)

Se cuenta con 17 oficinas especializadas en este segmento de negocio, disponibles en las principales ciudades del país, lo que le permite estar cerca de sus clientes y ofrecer una atención y servicio con los mayores estándares de calidad. Esta unidad de negocio está integrada por un equipo de profesionales con un alto grado de especialización, para dar correcta y oportuna respuesta a las necesidades de las empresas e instituciones de los diferentes sectores que impulsan el desarrollo del país: agropecuario, manufactura, turismo, comercial, entre otros.

Estado	Número de Oficinas BEI
Distrito Capital	3
Miranda	5
Aragua	1
Barcelona	1
Barquisimeto	2
Bolívar	1
Carabobo	1
Mérida	1
Portuguesa	1
Zulia	1
TOTAL	17

### Corporate and Investment Banking

Banca especializada en la atención de empresas multinacionales con presencia global o aquellas que mantienen negocios estratégicos con el Grupo BBVA. En la actualidad, se cuenta con una oficina de Banca Corporativa Global Venezuela, en donde también son atendidos aquellos clientes locales con facturaciones importantes dentro y fuera del país o que presentan algún negocio estratégico que requiere la atención y la asesoría en este tipo de banca.

## Banco Provincial Datos Relevantes

<b>Balance General (en millones Bs.)</b>	<b>Diciembre 2013</b>	<b>Diciembre 2012</b>	<b>Diciembre 2011</b>
Activo Total	197.254,4	112.775,6	71.210,4
Inversiones en Títulos Valores	44.769,3	25.941,8	14.551,9
Cartera de Créditos Neta	89.453,7	54.235,7	37.124,2
Captaciones del Público	168.159,5	95.218,1	58.699,7
Patrimonio	17.839,3	10.201,5	7.376,6
<b>Estado de Resultados (en millones de Bs.)</b>	<b>II Semestre 2013</b>	<b>II Semestre 2012</b>	<b>II Semestre 2011</b>
Margen Financiero Bruto	7.771,7	4.699,5	3.230,9
Margen de Intermediación Financiera	9.760,6	5.450	3.890,9
Margen Operativo Bruto	6.575,2	3.264	2.320,4
Margen Operativo Neto	5.900,5	2.827,5	2.007,1
Resultado Bruto antes de Impuesto	5.885,5	2.813	1.963,7
Resultado Neto	5.839,7	2.595,3	1.832,3
<b>La Acción Provincial</b>	<b>Diciembre 2013</b>	<b>Diciembre 2012</b>	<b>Diciembre 2011</b>
Precio de Cierre (Bs./Acción)	720,00	165,00	37,50
Valor Contable (Bs./Acción)	165,44	94,61	68,41
N° de Acciones en Circulación	107.827.475	107.827.475	107.827.475
Capitalización Bursátil (MM de Bs.)	77.635,8	17.792	4.044
N° de Accionistas Comunes	4.308	4.346	4.379
Utilidad por Acción* (Bs./Acción)	54,16	24,07	16,99
<b>Índices de Rentabilidad, Liquidez, Solvencia Bancaria y Calidad de Activos(**)</b>	<b>Diciembre 2013</b>	<b>Diciembre 2012</b>	<b>Diciembre 2011</b>
ROE (Resultado Neto / Patrimonio Promedio)	65,74%	58,76% (***)	47,79%
ROA (Resultado Neto / Activo Promedio)	6,40%	5,91%	5,29%
<b>Índices de Suficiencia Patrimonial(**)</b>	<b>Diciembre 2013</b>	<b>Diciembre 2012</b>	<b>Diciembre 2011</b>
Patrimonio / Activo y Operaciones Contingentes ponderadas en base a Riesgo (mínimo requerido 12%)	20,63%	19,24%	20,32%
Patrimonio / Activo Total (mínimo requerido 8%)	10,69%	10,77%	11,93%
<b>Otros Datos</b>	<b>Diciembre 2013</b>	<b>Diciembre 2012</b>	<b>Diciembre 2011</b>
Número de empleados	5.326	5.316	5.398
Número de Oficinas	322	318	316
Área Metropolitana	113	113	111
Resto del país	208	204	204
Exterior	1	1	1

\* Neta de Utilidades Estatutarias.

\*\* Según Balance de Operaciones en Venezuela, de conformidad con la normativa legal establecida por la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario.

\*\*\* La cifra del año 2012 respecto a este rubro, fue corregida a su valor real.



# Principios y política de responsabilidad corporativa

Generar valor a los grupos de interés de forma equilibrada y sostenible, con los mayores estándares éticos.

## Misión y principios

BBVA Provincial está consciente que el desarrollo de su negocio está estrechamente vinculado al bienestar de todas las personas que rodean su actividad, por esta razón, aspira que su labor como empresa contribuya a construir un futuro mejor para todas ellas. De allí que su principal compromiso sea ofrecer las mejores soluciones a sus clientes, un crecimiento rentable a sus accionistas y progreso a la sociedad en general, bajo un modelo de negocio basado en la Rentabilidad Ajustada a Principios, generando valor para todos sus grupos de interés de forma equilibrada y sostenible en el tiempo.

Trabajar por un futuro mejor para las personas es un compromiso que la Institución define como su visión principal y esto se ve reflejado en todo lo que comunica, hace y ofrece, incidiendo de forma directa en la manera en que sus profesionales materializan sus esfuerzos basados en los fundamentos clave de integridad, prudencia y transparencia; es decir:

- La integridad como manifestación de la ética en sus actuaciones y en todas sus relaciones con los grupos de interés.
- La prudencia como principio de precaución en la gestión del riesgo.
- La transparencia como máxima de toda la actividad para ofrecer acceso a información clara y veraz, más allá de la estricta legalidad.

Estos tres pilares se concretan en la aplicación de los 7 principios corporativos que orientan la actividad de BBVA Provincial:

1. El cliente como centro del negocio.
2. La creación de valor para los accionistas como resultado de la actividad.
3. El equipo como artífice de la generación de valor.
4. El estilo de gestión como generador de entusiasmos.
5. El comportamiento ético y la integridad profesional como forma de entender y desarrollar la actividad.
6. La innovación como palanca de progreso.
7. La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo.

### UNA VISIÓN:

Trabajamos por un futuro mejor para las personas

### PRINCIPIOS CORPORATIVOS

1. Cliente
2. Creación de valor
3. Equipo
4. Estilo
5. Ética e integridad
6. Innovación
7. Responsabilidad social corporativa

### FUNDAMENTOS CLAVE

Integridad Prudencia Transparencia

### SISTEMAS DE GESTIÓN

- Sistemas y función de cumplimiento Gobierno Corporativo
- Gestión de Riesgo Gestión de la responsabilidad corporativa
- Estándares de conducta y/o compromisos

### UN MODO DE HACER:

Rentabilidad ajustada a principios

## La responsabilidad corporativa en BBVA Provincial

Los principios corporativos convierten a BBVA Provincial en una empresa que se guía por la convicción y el deseo de impulsar un desarrollo sostenible en el que el beneficio económico siempre esté acompañado al progreso social, aportando el mayor valor a sus diferentes grupos de interés (Clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad) y reforzando su estrategia de negocio, sustentando su gestión en los mayores estándares éticos.

Bajo esta directriz, su política de responsabilidad corporativa se ve materializada en la diaria labor de sus equipos de trabajo, tanto de las áreas de negocio como de apoyo, quienes buscan desarrollar su actividad en torno a estándares de excelencia y de ética, además de maximizar los impactos positivos derivados del negocio en la sociedad.

Asimismo, de forma continua la Institución busca impulsar oportunidades de negocio que generen valor social y valor reputacional a la organización, a través del apoyo de iniciativas que beneficien al conjunto de la sociedad, especialmente aquellas relacionadas con la educación y la cultura.

## Gestión de la responsabilidad corporativa (RC)

La responsabilidad corporativa está alineada al negocio y vinculada a los diferentes ámbitos de actuación de BBVA Provincial, por lo que debe estar presente en toda su cadena de valor: desde el diseño de un producto y servicio, su publicidad

y comercialización, hasta la gestión de sus riesgos. Por esta razón, la Institución cuenta con un Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC), liderado por el presidente ejecutivo del Banco e integrado por las áreas de Desarrollo Corporativo y Transformación; Gestión del Talento y Protección; Servicios Jurídicos; Cumplimiento Normativo; Medios; Compras, Inmuebles y Servicios Generales; Publicidad; Finanzas; Riesgos y Comunicación e Imagen.

En 2013 se realizaron tres comités, con los objetivos de formular y dar seguimiento a los programas e iniciativas de RC, además de garantizar la continuidad y correcta aplicación de la política corporativa en este ámbito de actuación, y principalmente, integrar la responsabilidad corporativa en la gestión de todas las áreas funcionales del Banco, creando una mayor sinergia y de esta manera potenciar la meta clave de generar valor a los diferentes grupos de interés.

## Sistema y función de cumplimiento

En BBVA Provincial el sistema de cumplimiento, en sinergia con el sistema de gobierno corporativo, constituye una sólida base en la que se afianza el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a los más estrictos cánones de comportamiento ético, una premisa que es compartida y ejemplificada por cada uno de los profesionales que integran la empresa.

Es importante destacar que la función de cumplimiento del Grupo BBVA está alineada a los principios establecidos por el Bank for International Settlements (BIS) "Compliance Function in Banks" y a la regulación europea en materia de servicios de inversión, por lo que BBVA Provincial, apegado a estos principios, continúa desarrollando la promoción de políticas y procedimientos, la difusión y formación en materia de cumplimiento y la identificación, evaluación y mitigación de eventuales riesgos de cumplimiento, labor enfocada en cuatro ámbitos:



- Conducta en los mercados.
- Tratamiento de los conflictos de interés.
- Prevención de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo.
- Protección de datos personales.

El modelo de aproximación y gestión del riesgo de cumplimiento asociado a estos ámbitos, el cual tiene carácter global, es un concepto que evoluciona a lo largo del tiempo para reforzar los elementos y pilares sobre los que se asienta, a fin de anticiparse a los desarrollos e iniciativas que puedan surgir en esta materia.

## Sistema de gobierno corporativo

Con tenacidad y con una gestión enmarcada en el principio de transparencia, la Institución trabaja de manera continua en el fortalecimiento de su sistema de gobierno corporativo, afianzando de esta manera los lineamientos gremiales que rigen el desempeño de los miembros del directorio de la empresa, fortaleciendo su estructura y el funcionamiento de sus órganos sociales en interés de la sociedad y accionistas.

En este sistema se sustenta la definición de los principales objetivos institucionales, velando por la transparencia de sus operaciones, estableciendo premisas clave en la gestión de recursos, proveyendo instrumentos de resolución de conflictos de interés y buscando un equilibrio al interior del sistema, alineado ello con el cumplimiento de la Resolución N° 19-1-2005 "Principios de Gobierno Corporativo", publicada por la Superintendencia Nacional de Valores en Gaceta Oficial 38.129, de fecha 17 de febrero de 2005.

La estructura del sistema de gobierno corporativo de BBVA Provincial está constituida por los siguientes órganos sociales: Consejo de Administración, Comité de Auditoría, Comité de Riesgo y Comité de Nombramientos y Remuneraciones; en estricto cumplimiento a la legalidad vigente y ajustada a los requerimientos establecidos por los entes reguladores en esta materia.

Es importante reiterar que los principios de este sistema de gobierno corporativo se ven materializados en la diaria gestión de los empleados, logrando de esta manera consolidar su liderazgo y posicionamiento como una entidad sólida y de confianza, sustentando su gestión en las mejores prácticas y en los mayores estándares de transparencia dentro del mercado venezolano.

## Estándares de conducta y compromiso

### Código de Conducta y normas específicas de áreas funcionales

El Código de Conducta del Grupo Provincial es el elemento básico del sistema de cumplimiento, en el cual se definen y desarrollan

los fundamentos del comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias para preservar y fortalecer una de las principales fuentes de creación de valor: la integridad corporativa. Su ámbito de aplicación abarca a todas las dependencias de la Institución y a todo el personal que la integra, ya que el Código de Conducta expresa públicamente los compromisos de la empresa con sus diferentes grupos de interés: accionistas, clientes, empleados, proveedores y la sociedad.

Entre las acciones ejecutadas en 2013, se emprendieron una serie de iniciativas con el objetivo de reforzar el conocimiento y la internalización de los contenidos del Código de Conducta entre todos los empleados del Banco, a través de campañas periódicas de comunicaciones internas y actividades de formación bajo las modalidades presencial y a distancia.

Bajo la premisa de seguir fortaleciendo los principios de ética empresarial, adicionalmente al Código de Conducta, BBVA Provincial cuenta con una serie de instrumentos específicos orientados a la gestión de los compromisos básicos de cada una de sus áreas funcionales. Entre estos instrumentos, los más relevantes en los que se detallan las políticas y normas que rigen a cada uno de dichos ámbitos de actuación son:

- Política corporativa en el ámbito de los mercados de valores.
- Reglamento interno de conducta en los mercados de valores.
- Estatuto de auditoría.
- Estatuto de la función de cumplimiento.
- Estatutos sociales del Consejo de Administración.
- Principios básicos para la gestión del riesgo y manual de política de gestión del riesgo.
- Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA Provincial.
- Procedimiento corporativo de venta de inmuebles a empleados.
- Norma de relación con personas de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías.

Tanto el Código de Conducta como estos instrumentos normativos, buscan consolidar el principio corporativo enmarcado en el comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad en la Institución, de allí que es compartido por todos sus empleados, quienes unen esfuerzos a fin de cumplir con los estándares éticos más allá de la estricta legalidad y garantizar una gestión transparente, demostrando respeto hacia todos aquellos colectivos con los que se relacionan.

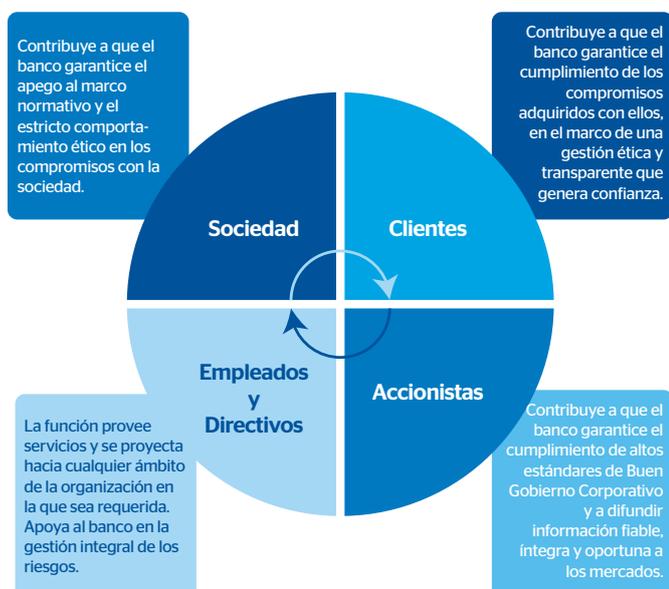
### Auditoría Interna: contribuye con la responsabilidad corporativa

La principal función de la actividad de auditoría interna es agregar valor, asentar mayores estándares de eficiencia en la gestión y eficacia en los procesos operativos, apoyando de esta manera a la Institución en la consecución de sus objetivos

estratégicos, así como en el cumplimiento de sus compromisos en materia de responsabilidad corporativa. Por esta razón, el Banco asume la auditoría interna como una actividad continua, independiente, imparcial y objetiva, orientada a la consulta, evaluación y mejoramiento de sus sistemas de gestión del riesgo, control y gobierno corporativo, asumiendo de esta manera las directrices establecidas en el Comité de Basilea en esta materia.

El alcance de la función de auditoría interna comprende a todas y cada una de las actividades de la Institución, aportando un enfoque sistemático y disciplinado para la evaluación y mejora de sus procesos. Las atribuciones y el detalle de sus funciones se definen en el Estatuto de Auditoría Interna, además de recoger en éste la visión y regular el alcance de dicha actividad, así como los órganos de dirección, principios rectores, metodológicos y de relación inherentes a esta materia.

A través del adecuado desempeño de sus atribuciones, la auditoría interna contribuye en forma relevante al cumplimiento del compromiso de responsabilidad corporativa de BBVA Provincial, asumido con sus diferentes grupos de interés.



Con la finalidad de garantizar la independencia y objetividad en la tarea de evaluar los sistemas de control interno y gestión del riesgo, la actividad de auditoría interna se encuentra sometida al control y supervisión del Comité de Auditoría, órgano del Consejo de Administración de BBVA Provincial.

De forma periódica la dirección de Auditoría Interna informa al Comité de Dirección y al Comité de Auditoría del Consejo de Administración del Banco el grado de ejecución del plan anual en este ámbito de actuación y los avances en la mitigación de los riesgos, con la finalidad de identificar y comunicar de forma oportuna cualquier irregularidad o incumplimiento relevante que pueda tener un impacto en el patrimonio, los resultados o la reputación de la Institución. Además de obtener una calificación global y una valoración de los riesgos propios de los procesos evaluados, la función de auditoría interna también emite una serie de recomendaciones derivadas de los aspectos de mejora detectados.



## Principio de precaución: la gestión del riesgo

En relación a la gestión integral del riesgo, la aplicación de metodologías y herramientas adaptadas al entorno local, junto al criterio experto del equipo de profesionales responsable de este ámbito de actuación, permitieron mantener y consolidar la estrategia diferenciadora de la Institución en la medición y cuantificación de los riesgos inherentes a la actividad financiera en 2013.

Bajo esta premisa, se afianzaron los procesos enmarcados en la Norma de Administración Integral de Riesgos, con especial énfasis en la segregación funcional de las actividades relacionadas con la admisión de riesgos y las derivadas del seguimiento y control de las mismas, reafirmando los principios fundamentales de buen gobierno corporativo en BBVA Provincial.

Esta gestión se sustentó en el fortalecimiento de las herramientas y metodologías asociadas, además de llevar adelante planes de formación y capacitación de personal, continuando con la mejora en la adaptación de los modelos orientados a los diferentes segmentos de clientes y propiciando de esa forma la disminución de la severidad de la cartera de créditos. Asimismo, la reorganización de la estructura del área responsable de esta materia, permitió generar avances significativos en los procesos de admisión y seguimiento del riesgo, con un impacto directo en los tiempos de respuesta y efectividad en resultados.

Cabe destacar que con estas mejoras, y como parte de la estrategia de apoyo a los sectores económicos fundamentales para el desarrollo del país, en el último ejercicio se logró incrementar la base de los clientes de la Institución y los porcentajes de cumplimiento de estas carteras crediticias.

## Riesgo reputacional

El modelo de medición del riesgo reputacional contempla el análisis desde diferentes perspectivas, entre ellas: liderazgo, finanzas, trabajo, innovación, oferta ética y ciudadanía; a través de las cuales se integran las actividades de mitigación y control, las cuales impulsan la aportación de valor en la gestión integral del riesgo en la Institución.

Durante la gestión de 2013, los esquemas metodológicos y asignación de tareas, relativas al análisis y control del riesgo reputacional, se mantuvieron en cada una de las áreas sensibles del Banco.

# Reconocimientos

En el marco de la celebración de los 60 años de BBVA Provincial, la Institución recibió por segunda ocasión el premio Great Place to Work® 2013, al ocupar el 2º lugar en el ranking de las 18 empresas que brindan el mejor lugar para trabajar en Venezuela, siendo el único banco en los cinco primeros lugares de esta lista.

A este importante reconocimiento se unieron otros premios que ratificaron el buen desempeño del Banco dentro del sistema financiero nacional:

**- Mejor Banco en Venezuela, Euromoney:** por séptimo año consecutivo, la prestigiosa publicación internacional Euromoney, en el marco de su edición 2013 de los Premios a la Excelencia, designó a BBVA Provincial como "Mejor Banco en Venezuela".

**- Mejor Banco en Venezuela, Global Finance:** también por séptimo año consecutivo, la publicación internacional Global Finance le otorgó a la Institución este galardón como Mejor Banco en Venezuela en 2013, en el marco de los premios

entregados a los "Mejores Bancos de Mercados Emergentes en América Latina".

**- Mejor Banco por Internet en Venezuela, Global Finance:** en la décima cuarta edición de los premios a los mejores bancos del mundo por Internet, otorgados por la publicación Global Finance, BBVA Provincial fue designado como Mejor Banco por Internet en Venezuela para el año 2013.

**- Mejor Proveedor de Servicios de Cash Management en Venezuela, Euromoney:** la Institución recibió, por segundo año consecutivo, la máxima calificación en la encuesta que realiza la revista Euromoney, dirigida a los ejecutivos de finanzas de las empresas e instituciones más importantes a nivel global, con el objeto de conocer y valorar a sus proveedores de servicios de Cash Management.

Adicionalmente, la Fundación BBVA Provincial se hizo acreedora de importantes reconocimientos por sus programas sociales, los cuales se detallan más adelante en el capítulo Compromiso con la sociedad.

## Rentabilidad Ajustada a los Principios

Valor Económico Añadido			2013	2012	2011
(Miles de Bs.)					
Accionistas	Dividendos	(1)	2.850.774	2.067.155	568.024
Empleados	Gastos de personal	(2)	1.726.056	1.516.996	1.001.787
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	(3)	9.223.439	6.580.168	4.577.251
Proveedores	Otros gastos generales de administración	(4)	1.531.419	925.138	753.296
Sociedad	Impuesto sobre beneficios	(5)	486.796	455.800	196.942
	Contribuciones a la comunidad: recursos destinados	(6)	51.133	30.094	16.279
	<b>Creación de Valor Directo Tangible</b>		<b>15.869.617</b>	<b>11.575.351</b>	<b>7.113.581</b>

Fuente: Balance de Gestión Diciembre 2013.

(1) Dividendos pagados durante el año. Movimiento de Patrimonio.

(2) Total Gastos de Personal, Balance de Gestión.

(3) Ingresos por inversión gestionada menos costos por recursos gestionados.

(4) Gastos Generales (excluyendo donativos, I.T.F., contribuciones e impuestos e I.T.F.) del epígrafe de resultados extraordinarios.

(5) Impuestos Sociedades.

(6) Información suministrada directamente por la Unidad de Comunicación e Imagen.

<b>Valor económico generado y distribuido</b>				
<b>(Miles de Bs.)</b>		<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>
<b>Valor económico generado (VEG)</b>		<b>14.961.495</b>	<b>9.531.794</b>	<b>6.367.340</b>
Margen de intermediación	(1)	13.360.077	8.596.082	5.775.949
Comisiones netas	(2)	2.080.031	1.223.623	884.230
Actividad seguros	(3)	150.724	103.602	126.090
Otros ingresos ordinarios	(4)	832.078	546.337	306.320
Otras ganancias y pérdidas netas	(5)	-1.461.415	-937.850	-725.248
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>		<b>7.653.141</b>	<b>5.628.511 (*)</b>	<b>2.942.750</b>
Accionistas: Dividendos	(6)	2.850.774	2.067.155	568.024
Resultado atribuido a la minoría	(7)	-	-	-
Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios)	(8)	1.531.419	925.138	902.963
Sociedad: Impuestos	(9)	1.493.759	1.089.128	453.696
Recursos destinados por el Banco y su Fundación en apoyo a la comunidad	(10)	51.133	30.094	16.279
Empleados: Gastos de personal		1.726.056	1.516.996	1.001.787
<b>Valor económico retenido (VER=VEG-VED)</b>		<b>7.308.355</b>	<b>3.903.284 (*)</b>	<b>3.424.589</b>
Provisiones y amortizaciones	(11)	1.081.188	887.220	999.461
Reservas	(12)	6.227.167	3.016.064	2.425.129

Fuente: Balance de Gestión Diciembre 2013.

(1) Margen Financiero.

(2) Ingresos por Servicios.

(3) Ingresos por participación patrimonial de la compañía de Seguros.

(4) Otras operaciones financieras, diferencias en cambio y enajenaciones.

(5) Resultados extraordinarios (ingresos y gastos excluyendo el saldo por participación patrimonial en Seguros, enajenaciones y otras dotaciones), otros resultados de explotación.

(6) Dividendos decretados sobre la base de la utilidad del ejercicio respectivo. No es determinante la fecha de pago del dividendo.

(7) Intereses minoritarios.

(8) Gastos generales (excluyendo donativos o liberalidades), I.T.F. gastos generales, contribuciones e impuestos e I.T.F. del epígrafe de resultados extraordinarios.

(9) Impuesto Sobre la Renta registrado en resultados. Más las dotaciones de ley por Ley del Deporte, Losep, Locti, Comunas y Programa Social Corporativo.

(10) Información suministrada directamente por la Unidad de Comunicación e Imagen.

(11) Sanearamiento crediticio, amortizaciones inmovilizado y otras dotaciones (las dotaciones excluyen gastos por Ley del Deporte, Losep, Comunas y Locti).

(12) Movimiento de patrimonio del período, sin incluir capital social ni la ganancia no realizada en inversiones

(\*) Las cifras del año 2012 respecto a estos rubros, fueron corregidas a su valor real

# Grupos de interés

Se crean relaciones de confianza, a través de la consulta, análisis y diálogo con los grupos de interés.

Entre las características que definen a BBVA Provincial está ser una institución abierta al cambio, a las nuevas ideas y, muy especialmente, abierta a escuchar las necesidades y expectativas de sus clientes, empleados, accionistas, proveedores, entes reguladores y la sociedad en general, a fin de dar oportuna y eficaz respuesta a tales requerimientos. Por esta razón, como parte de su diaria gestión y a través de diversas áreas del Banco, se cuenta con diferentes herramientas y canales para la consulta, análisis y diálogo con los grupos de interés.

Tales herramientas garantizan que todos estos grupos disponen de los canales adecuados para ser atendidos y que la Institución cuenta con suficientes fuentes de información para conocer las prioridades y expectativas de éstos en torno a su relación con el Banco, lo que le permite la gestión de los asuntos relevantes en forma proactiva, equilibrada y planificada.

En el marco de esta actividad, se encuentra la labor específica de cada área en su relación cotidiana con cada grupo de interés y la evaluación periódica de su desempeño, a través de encuestas de satisfacción.

Complementando lo anterior, se realizan análisis regulares sobre demandas, prioridades y percepciones de los grupos de interés, tales como las encuestas de reputación interna y externa, los tracking de marca, los estudios de opinión, entre otros. Asimismo, se cuenta con canales que permiten una comunicación permanente, transparente, bidireccional y fluida, tal es el caso de las redes sociales.

Los análisis de los resultados y hallazgos se realizan en forma sistemática, aplicando canales y modelos de investigación para la creación de indicadores y cuadros de mando que recogen de forma clara y precisa las expectativas de los grupos de interés y demuestran el retorno para la Institución de esta labor, el cual se traduce en una mayor capacidad del Banco para generar confianza y



fortalecer su reputación. Adicionalmente, esta importante actividad, facilita la identificación oportuna de temas y asuntos que podrían a futuro convertirse en riesgos o amenazas, permitiendo la puesta en marcha de planes y acciones de mitigación y que favorecen el proceso de mejora continua de la gestión.

En resumen, para BBVA Provincial es parte de su compromiso el etablar relaciones abiertas y de confianza con todos los colectivos con los cuales interactúa, en la medida que conozca sus expectativas y demandas más rápidamente podrá diseñar las mejores soluciones, ya que las necesidades de sus grupos de interés impulsan los esfuerzos de toda la organización.

## Análisis

Con el objetivo de mejorar continuamente la reputación corporativa, en 2013 se siguió trabajando en el análisis de lo que esperan los grupos de interés de la Institución, de cómo la perciben y de las distintas causas que contribuyen a esta percepción. Para ello, se aplicaron en el año diferentes estudios de opinión referentes a temas relevantes inherentes a la gestión del Banco, tales como: productos y servicios, calidad, imagen, apoyo a la sociedad, entre otros; a fin de identificar oportunidades de mejora y poner en marcha planes de acción en esta dirección.

## Reprtrak

Este estudio corporativo se utiliza para medir y gestionar la reputación de las organizaciones a través de los resultados de encuestas (tracking), el cual permite definir planes de acción concretos, desagregando el índice de reputación en atributos y dimensiones, a la vez que cuantifica la influencia que cada uno de estos factores tiene sobre la reputación y monitoriza la información de forma continua para permitir un seguimiento de la evolución de objetivos, además de un posible análisis causa-efecto.

Este modelo se aplica en BBVA Provincial desde el año 2010, midiendo la reputación emocional (como la agregación de estima, admiración, impresión y confianza) y un conjunto de

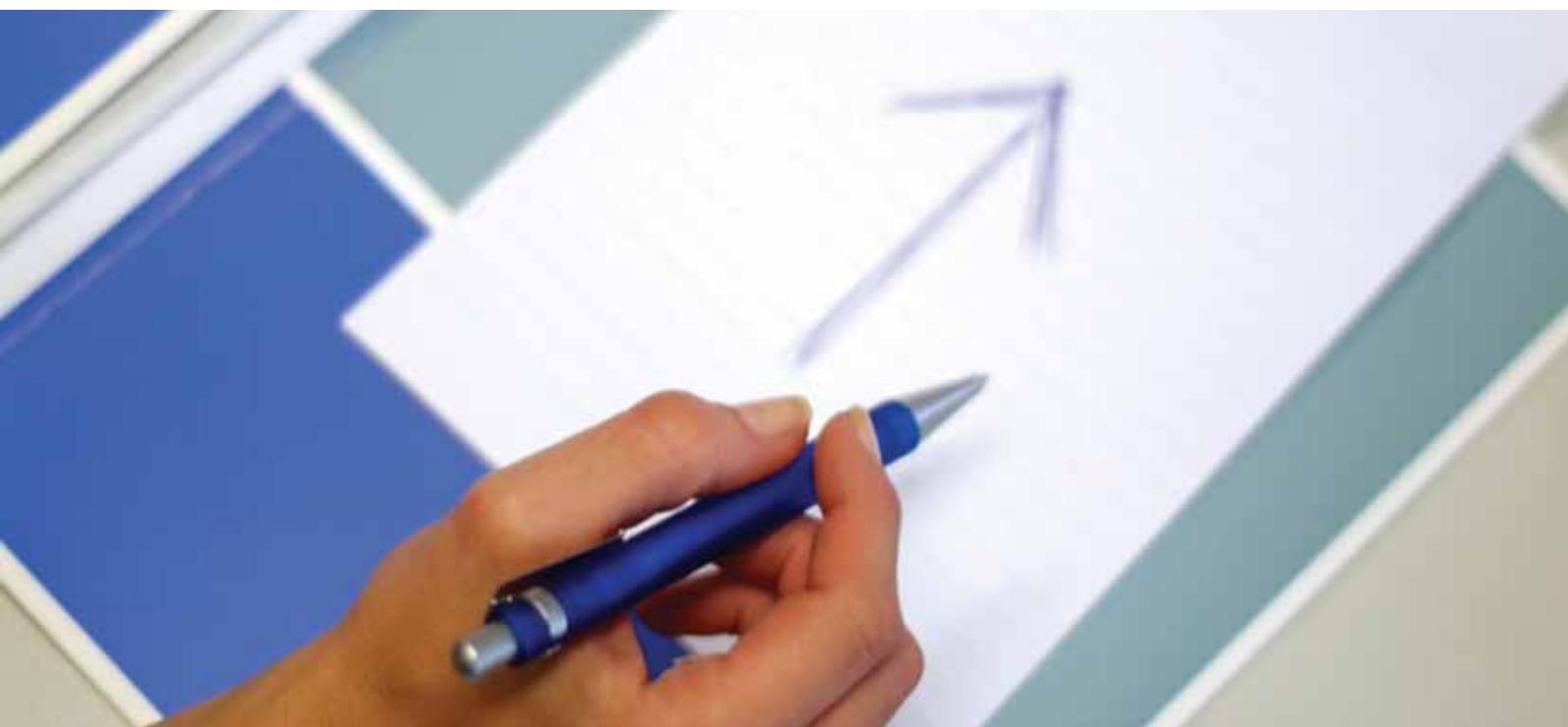
atributos racionales que explican dicha reputación emocional. Adicionalmente, analiza en qué medida la reputación y sus componentes impactan en el comportamiento de los grupos de interés (compraría, recomendaría, invertiría y trabajaría). El Reprtrak 2013 analizó la reputación del Banco y su notoriedad a través del posicionamiento de marca.

## Notoriedad

Fuente: ATP's, Millward Brown.

Se midió para la muestra total a través de dos indicadores:

- Total menciones: % de personas que mencionan la marca cuando se les pregunta por entidades financieras que conocen.
- Top of mind: % de personas que mencionan a la marca en primer lugar cuando se les pregunta por entidades financieras que conocen.



## Reputación

Fuente: RepTrak, Reputation Institute.

Se midió para clientes y no clientes, en base a los siguientes aspectos:

- Indicador de reputación emocional, preguntando por 4 atributos: estima, admiración, impresión y confianza.
- Atributos racionales que impactan en la reputación emocional y que sirven para gestionarla: orientación a cliente, trabajo, ética, liderazgo, innovación, finanzas y ciudadanía (este último con mayor desglose de atributos).
- Actitudes: son consecuencia de la reputación emocional y racional (compraría, recomendaría, invertiría y trabajaría).
- Confiable (¿Es una institución sólida, solvente y segura?).

## Ficha técnica Reptrak:

### Características del trabajo de campo

Universo	Población general mayor de 18 años.
Ámbito	Principales regiones.
Metodología de entrevista	Entrevista personal telefónica (CATI).
Target	Valoran a las empresas aquellos encuestados que conocen bastante a una entidad y que son capaces de responder a 3 de las 4 preguntas sobre la reputación general de una empresa.
Tamaño de muestra	2.000 valoraciones anuales por compañía.
Distribución muestral	Se aseguran cuotas por sexo y edad. Se vigila que las proporciones de todas las variables sociodemográficas se mantengan constantes a lo largo del tiempo.
Empresas analizadas	Las empresas más mencionadas por su reputación (buena o mala) en cada país.
Forma de valoración	Valoración por compañía de forma independiente en una escala de 1-100.
Trabajo de campo	Se realizaron 10 tomas mensuales, descansando en enero y agosto.

## Ficha técnica ATP, Millward Brown:

La ATP consiste en el control de todos los cambios que se producen en el funcionamiento de una marca como consecuencia de sus actividades de marketing. Se miden de forma continua diferentes variables, entre otras, la notoriedad espontánea "total menciones" y la notoriedad espontánea "top of mind", así como atributos relacionados con la imagen de las entidades. Ayuda a mejorar las decisiones y la gestión del valor de la misma.

## Características del trabajo de campo

Universo	Hombres y mujeres, de 18 y más años de edad que tengan algún tipo de producto bancario.
Ámbito	Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Barcelona / Puerto La Cruz, San Cristóbal y Puerto Ordaz.
Metodología de entrevista	Entrevista en el hogar del entrevistado con soporte papel (PAPI).
Tamaño de muestra	400 entrevistas por ola.
Distribución muestral	Se establecen cuotas por ciudades, sexo, edad y clase social.
Empresas analizadas	Las principales entidades financieras del país.
Forma de valoración	Se valora de forma relativa / comparativa dentro del sector financiero.
Trabajo de campo	Los datos de 2012 se recogieron entre el 13/02/12 y 01/07/12. Los datos de 2013 se recogieron entre el 13/02/13 y 16/12/13.

## Estudios clientes y no clientes

En este último ejercicio, se llevaron a cabo diferentes investigaciones de carácter cualitativo y cuantitativo que permitieron identificar las necesidades y expectativas de los clientes y no clientes, tanto de personas naturales como jurídicas. En este sentido, las fichas técnicas de los estudios de investigación de mercado aplicados en 2013, se presentan a continuación:

Ranking de clientes bancarizados	
Objetivo	Conocer la opinión de los clientes o usuarios del sistema bancario nacional para establecer un ranking de clientes bancarizados.
Técnica	Central location.
Metodología	Cuantitativa.
Universo	Hombres y mujeres bancarizados, mayores de 18 años de edad y de niveles socioeconómicos A/B, C y D.
Muestra	4 olas trimestrales, con un total de 3.770 entrevistas al año.
Tipo de cliente	Persona natural.
Alcance geográfico	Gran Caracas, Zulia, Central-Centro-Occidental, Oriental, Guayana y Andina.
Período de ejecución	Enero-diciembre 2013.

Tracking publicitario	
Objetivo	Evaluar el desempeño de las diferentes campañas comerciales que ofrecen los bancos del peer-group a sus clientes y no clientes.
Técnica	Entrevistas personales en hogares.
Metodología	Cuantitativa.
Universo	Hombres y mujeres bancarizados, mayores de 18 años de edad y de niveles socioeconómicos A/B, C y D.
Muestra	100 entrevistas semanales por 40 semanas, para un total de 4.000 entrevistas al año.
Tipo de cliente	Persona natural.
Alcance geográfico	Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Barcelona / Puerto La Cruz, San Cristóbal y Puerto Ordaz.
Período de ejecución	Febrero-diciembre 2013.

Pre-test publicitario	
Objetivo	Determinar si la comunicación publicitaria de la nueva campaña de Multicanalidad es relevante, diferenciadora y poderosa para apoyar la estrategia de la marca.
Técnica	Entrevistas personales cara a cara, en central location.
Metodología	Cuantitativa con cuestionario estructurado.
Universo	Hombres y mujeres de diferentes edades.
Muestra	199 personas naturales, distribuidas de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 69 ejecutivos.</li> <li>• 65 amas de casa.</li> <li>• 65 personas de la tercera edad, entre 60 a 70 años.</li> </ul>
Tipo de cliente	Persona natural.
Alcance geográfico	Caracas.
Período de ejecución	Junio 2013.

Línea de Crédito Instantánea a través de puntos de venta	
Objetivo	Identificar barreras para la evolución de la renta del servicio Línea de Crédito Instantánea por puntos de venta.
Técnica	Entrevistas en profundidad y encuestas.
Metodología	Cualitativa y cuantitativa.
Universo	Responsables e involucrados en la relación de la empresa o comercio con el Banco.
Muestra	Catorce entrevistas distribuidas de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 comercios grandes.</li> <li>• 2 comercios medianos.</li> <li>• 2 comercios pequeños.</li> <li>• 8 personas naturales: 2 clientes de BBVA Provincial y el resto distribuidos equitativamente entre otros tres bancos.</li> </ul> <p>Adicionalmente, focus group con la fuerza de venta de BBVA Provincial que ofrece este producto.</p>
Tipo de cliente	Personas jurídicas y naturales, así como gestores de la red de oficinas del Banco.
Alcance geográfico	Distrito Capital.
Período de ejecución	Junio - agosto 2013.

Comportamiento financiero de particulares	
Objetivo	Determinar el comportamiento financiero y posicionamiento entre los clientes particulares, considerando la evolución de los bancos del peer group en los segmentos persona natural mass affluent y mass, en cuanto a imagen, servicios y productos que se ofertan.
Técnica	Entrevistas personales y encuestas.
Metodología	Cuantitativa.
Universo	Personas naturales bancarizadas de los segmentos mass y mass affluent.
Muestra	1.250 entrevistas: 250 clientes del segmento mass affluent, realizadas en su lugar de trabajo para constatar el perfil del cliente, y 1.000 clientes del segmento mass, vía telefónica.
Tipo de cliente	Personas naturales.
Alcance geográfico	Caracas, Valencia y Maracaibo.
Período de ejecución	Septiembre - noviembre 2013.

Imagen	
Objetivo	Caracterizar la imagen de BBVA Provincial en comparación con la competencia, de acuerdo a los atributos de los ejes estratégicos y otros atributos de interés.
Técnica	Entrevistas personales en hogares.
Metodología	Cuantitativa.
Universo	Hombres y mujeres bancarizados, mayores de 18 años de edad y de niveles socioeconómicos A/B, C y D.
Muestra	100 entrevistas semanales por 40 semanas, para un total de 4.000 entrevistas al año.
Tipo de cliente	Persona natural.
Alcance geográfico	Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Barcelona / Puerto La Cruz, San Cristóbal y Puerto Ordaz / Guayana.
Período de ejecución	En campo.

Comportamiento financiero de jurídico	
Objetivo	Determinar el posicionamiento de los bancos del peer group en el segmento de empresas y Pymes, así como la imagen y calidad de servicio que prestan.
Técnica	Entrevistas en profundidad y encuestas.
Metodología	Cualitativa y cuantitativa.
Universo	Clientes pertenecientes a los segmentos empresa y Pymes Top.
Muestra	1.500 clientes.
Tipo de cliente	Personas jurídicas.
Alcance geográfico	Caracas, Maracaibo, Valencia y Barquisimeto.
Período de ejecución	Octubre - noviembre 2013.

## Estudios de calidad

En 2013 se trabajó en el proceso de transformación y evolución de las herramientas de medición de satisfacción relativas a los estudios de calidad que aplica la Institución de forma periódica, teniendo como directriz clave lograr una mayor interacción con los clientes y de esta manera favorecer la labor de detección de oportunidades de mejora. BBVA Provincial, reiterando su compromiso en ofrecer los mayores estándares de calidad de servicio, ha incorporado variantes a los estudios aplicados en esa materia, buscando profundizar en aquellas variables o factores que impactan sobre el cliente y de esta manera contribuir en la mejora continua de la gestión.

## Diálogo

Durante el año 2013, se potenció la gestión de aquellos canales con los que cuenta la Institución y que le permiten entablar una

comunicación permanente, transparente, bidireccional y fluida con sus diferentes grupos de interés. Asimismo, se continuaron llevando a cabo programas e iniciativas en materia de desarrollo social a través de alianzas y relaciones estratégicas emprendidas con instituciones públicas y privadas, colaboradores, socios, ejecutores y copatrocinadores.

## Programas educativos

Más adelante en este informe, específicamente en el capítulo Compromiso con la sociedad, se describe la gestión emprendida en torno a los diferentes programas educativos que impulsa BBVA Provincial y que son ejecutados directamente por su Fundación, tratándose de iniciativas que propician una mayor vinculación con diversas e importantes instituciones, organizaciones y universidades, alianzas que buscan potenciar la gestión y de esta manera tener un mayor impacto y alcance en las comunidades.

En este sentido, en el marco del Programa Papagayo y Becas de Integración, destaca la relación que la Fundación BBVA Provincial ha creado y fortalecido durante varios años con dos organizaciones de larga y consolidada trayectoria educativa en en el país, como son la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) y la red Fe y Alegría. La AVEC es una institución que desde 1945 brinda educación integral y de calidad a los sectores menos favorecidos. Fe y Alegría, es una red de escuelas de educación popular integral que desde el año 1960 dirige sus esfuerzos a la población de escasos recursos, para construir un proyecto educativo de transformación social.

Para la edición del Programa Papagayo, también se desarrollaron acciones con las Direcciones de Educación de las Gobernaciones de Estado y la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), quienes avalan y certifican la formación y el desempeño de los docentes que participan en este programa educativo. Asimismo se ejecutó una encuesta de satisfacción a los maestros que aplicaron la didáctica Papagayo, permitiendo determinar el cambio de los alumnos en el aula.

Adicionalmente, se renovaron y ampliaron las acciones de trabajo para el Programa Emprendedor Social, en alianza con la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y su Asociación de Egresados.

## Otras iniciativas

En este ámbito de actuación, también se establecen alianzas estratégicas con diferentes instituciones públicas y privadas, así como con organizaciones de desarrollo social, de destacada trayectoria en el país, a través de donativos y patrocinios que realiza la Fundación BBVA Provincial en apoyo a proyectos e iniciativas de alto impacto en las comunidades, tratándose de acciones en materia de educación, cultura, deporte y salud. Esta labor además de potenciar el compromiso de responsabilidad social corporativa, fortalece las relaciones institucionales. El detalle de estas iniciativas, puede consultarse en el capítulo Compromiso con la sociedad.

## Redes sociales

Durante todo el año 2013, BBVA Provincial celebró su 60 Aniversario junto a sus seguidores en las redes sociales. Es por ello que enfocó sus esfuerzos en aumentar y afianzar la vinculación de la Institución con sus clientes y seguidores, a través de la creación



de nuevas campañas y promociones de atención al cliente.

El Banco tiene presencia en las siguientes redes sociales:

- Twitter: @BBVAProvincial y @BBVAProvi\_ATC.
- Facebook: BBVAVenezuela y BBVAProvincial.adelante.
- YouTube: BBVAProvincial.
- Blogger: blogbbvaprovincial.blogspot.com.
- Instagram: BBVAProvincial (ocupando la primera posición en esta red social dentro del sistema financiero venezolano).

Las promociones desarrolladas en este ejercicio fueron en su mayoría de periodicidad mensual y siempre se adaptó su concepto a una fecha relevante del mes en curso, premiando a los seguidores con productos tecnológicos de última generación, artículos deportivos y un carro cero kilómetros para la promoción especial del 60 Aniversario.

En cuanto al manejo de la red social Twitter, se alcanzó una cifra de más de 287.000 seguidores. Igualmente, la página de Facebook del Banco aumentó su popularidad logrando más de 153.000 "Likes" o "Me gusta". Por su parte, en el canal de YouTube BBVAProvincial se realizaron 195.863 reproducciones y el Blog oficial cuenta con más de 1.700.000 páginas vistas.

Las campañas emprendidas siempre han estado enfocadas a promover un acercamiento con sus seguidores y a través de una constante interacción: escuchando, conversando e influyendo. Las promociones se han realizado de tal forma que involucre la mayor actividad en todas y cada una de las redes sociales donde la Institución está presente.

Es de destacar que el lugar ocupado por BBVA Provincial en redes sociales dentro del sector financiero, tanto a nivel nacional como mundial, se ha logrado gracias al acercamiento que ha tenido con sus seguidores, escuchándoles y brindándoles respuestas rápidas y oportunas a sus necesidades, aprovechando así una notoria característica del social media como lo es la inmediatez.

## Asuntos controvertidos

Durante el ejercicio 2013 no se registraron hechos relevantes por incumplimiento de leyes o normativas relacionadas con el desempeño de la Institución o en el suministro de productos y servicios en Venezuela, que pudiera tener incidencia significativa sobre la situación patrimonial, financiera y reputacional del Banco o del Grupo BBVA o sobre sus resultados respectivos. Adicionalmente, la información referida a litigios, compromisos contractuales y contingencias legales ha sido debidamente comunicada a la Dirección Financiera para su adecuado registro contable.

# Inclusión financiera

Fortalecer,  
impulsar  
y afianzar  
la gestión,  
promoviendo  
el desarrollo  
económico y  
social del país.

## Financiamiento a sectores prioritarios

Durante el año 2013 se orientaron esfuerzos al fortalecimiento y la ampliación del portafolio de productos y servicios de BBVA Provincial, ratificando el compromiso de la Institución con las iniciativas establecidas por el gobierno nacional en las distintas carteras crediticias y se afianzaron actividades productivas para promover el desarrollo económico y social en Venezuela.

### Agropecuaria

Reiterando el apoyo al sector agrícola venezolano se fortaleció el crecimiento de esta cartera crediticia, logrando a cierre del último ejercicio un aporte de Bs. 14.677.573 millones y logrando con ello un porcentaje de cumplimiento que ascendió a 140,69%, a fin de seguir contribuyendo con el desarrollo agroalimentario del país.

Con el objetivo de desarrollar las capacidades técnicas de organizaciones agropecuarias y fomentar la integración de las empresas de dicho sector, se concretaron convenios con asociaciones de ganaderos, federaciones de agricultores y del sector avícola, orientados a la adquisición de maquinarias, equipos y bienes semovientes, así como a la mejora de infraestructuras para la consolidación de unidades de producción y de galpones avícolas.

Asimismo, se dio continuidad a la inversión autorizada a este sector en Bonos Agrícolas, con un monto de Bs. 1.710.688 millones, dirigido al financiamiento de la Gran Misión Agro Venezuela a través del Fondo Especial Ezequiel Zamora, creado por el Gobierno Nacional.

### Hipotecaria

Con el compromiso de contribuir al bienestar social y económico de la nación, BBVA Provincial dio continuidad al apoyo brindado a la Gran Misión Vivienda Venezuela, concretando un aporte por Bs.5.809.614 millones a través de la adquisición de "Valores Bolivarianos para la

Vivienda", recursos dirigidos a la construcción de nuevos desarrollos habitacionales para los estratos de la población con mayores necesidades y de esta manera coadyuvar en la reducción del déficit habitacional.

Adicionalmente, favoreciendo a 1.979 familias en la importante meta de adquirir una vivienda propia, el Banco otorgó créditos por un monto total de Bs. 672.632 millones, ratificando de esta manera su compromiso en esta materia y cumpliendo con lo establecido en la Ley Especial de Protección al Deudor Hipotecario y la Ley de Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat.

### Turismo

Tratándose de un sector de suma relevancia para el desarrollo de la economía nacional, la Institución realizó un aporte de Bs. 94.842 millones para la adquisición de acciones de la nueva Sociedad de Garantías Recíprocas para el Sector Turismo (SOGATUR), instancia que suma esfuerzos e impulsa proyectos de los pequeños y medianos empresarios (Pymes), con la finalidad de apoyar a través de operaciones de financiamiento la concreción de nuevos emprendimientos turísticos.

La gestión global de la cartera crediticia de turismo de BBVA Provincial ascendió a cierre de diciembre de 2013 a Bs. 1.917.762 millones, monto dirigido principalmente al financiamiento de proyectos de construcción, equipamiento, remodelación, ampliación y adquisición de establecimientos turísticos para hoteles, posadas y agencias de viajes, entre otros; ofreciendo apoyo financiero y asesoría especializada a los distintos proveedores de servicios turísticos, contribuyendo así con el crecimiento de este importante sector.

Entre otras iniciativas, se participó en la Feria Internacional de Turismo (FITVEN) 2013, celebrada en el estado Mérida, teniendo la oportunidad de brindar asesoría a emprendedores y sostener diversas reuniones con clientes potenciales de la zona.

### Manufactura

Con la intención de impulsar la actividad manufacturera nacional, se orientaron esfuerzos

para el fortalecimiento y ampliación del portafolio de productos y servicios financieros ofrecidos a este sector, alineado con las políticas gubernamentales y que en el año 2013 establecieron un mayor apoyo a la pequeña y mediana industria, otorgando condiciones preferenciales y de esta manera ampliando el número de beneficiarios de esta cartera crediticia.

Durante esta gestión se establecieron diversos convenios con condiciones especiales de financiamiento, impulsando el crecimiento global de esta cartera en un 43% con respecto al año anterior y logrando para el cierre del último ejercicio una tasa de cumplimiento de objetivos de 125%.

## Microcrédito

Conscientes de la importancia del sector micro empresarial como generador de fuentes de empleo y su aporte en el crecimiento económico del país, se desarrolló un sólido portafolio de productos y servicios bancarios, lo que permitió incrementar el número de operaciones financieras en este segmento en un 27% al cierre de diciembre de 2013 y lograr un crecimiento de 139% en el monto de la cartera crediticia con respecto al ejercicio anterior. Con ello se ratificó el apoyo de la Institución para impulsar el emprendimiento de actividades productivas sostenibles.

## Comercio exterior

BBVA Provincial se posicionó como la primera institución dentro del sistema financiero venezolano en materia de liquidación de divisas ante el Banco Central de Venezuela, al incrementar su cuota de mercado en 262 puntos básicos con respecto al año anterior.

Entre las diversas acciones emprendidas a fin de fortalecer la presencia de la Institución en este ámbito de actuación, se incorporaron 252 nuevos clientes importadores a la cartera de comercio exterior, quienes tramitaron solicitudes por un monto total de USD 341 millones. Asimismo, se potenciaron las labores de atención y gestión de clientes con la incorporación del nuevo servicio móvil, además de impulsar la capacitación y adiestramiento de los equipos de las áreas de negocio con la finalidad de ampliar sus conocimientos en torno a los productos y

servicios de comercio exterior y gestión cambiaria, impactando en una mayor calidad y eficiencia en la atención ofrecida al cliente.

## Actividades fiduciarias

La Institución afianzó su liderazgo dentro de la banca fiduciaria privada al cierre del último ejercicio, una meta que se concretó dado el fortalecimiento del principal producto de su portafolio como es el Fideicomiso de Prestaciones Sociales, el cual ofrece a los clientes un manejo transparente y confiable de la garantía de prestación de antigüedad de sus trabajadores, brindando beneficios adicionales a este importante segmento de la población, como es el acceso a los canales tecnológicos del Banco y una mayor rapidez y eficiencia en la gestión de sus transacciones bancarias.

En el año 2013 se incorporaron 7.221 nuevos clientes fideicomitentes y se constituyeron 143 nuevos planes fiduciarios, lo que representó un incremento de 40% con respecto al ejercicio anterior.

## Otras iniciativas

### Bancarización

Bajo la premisa clave de ser el mejor banco del país, la Institución sigue orientando sus principales esfuerzos en ofrecer soluciones adaptadas a las diferentes necesidades de sus clientes, creando propuestas de valor innovadoras que incidan en una mayor calidad de servicio. En este sentido, el producto Nómina de BBVA Provincial brinda a las empresas, de cualquier sector y dimensión, la posibilidad de contratar un servicio adaptado a las necesidades financieras de sus trabajadores y que representa un primer acercamiento de este colectivo a productos de financiamiento como Crédito Nómina Instantáneo y tarjeta de crédito, así como al servicio de asistencia médica laboral, seguro de accidentes personales y urgencias en el hogar, entre otros beneficios.

Al cierre de diciembre de 2013, se logró la incorporación de más de 239 mil nuevos clientes nómina, así como la inclusión de este colectivo al sistema financiero, además de fortalecer el liderazgo de la Institución en el servicio nómina dentro del sector bancario.



# Banca responsable

Se integran variables sociales, ambientales, éticas y de gobierno corporativo en la diaria gestión.

## Finanzas responsables

BBVA Provincial ha seguido trabajando en la integración de una gestión responsable en toda su cadena de valor, desde el diseño de productos y servicios, su comercialización, hasta la gestión del riesgo. Bajo la denominación de finanzas responsables, refleja cómo incorpora variables ambientales, sociales, éticas y de gobierno corporativo en su negocio diario, así como en las actividades de financiación y gestión de activos, con un enfoque de sostenibilidad en cada una de sus actuaciones.

### Gestión del riesgo

Crecimiento con calidad, eficiencia y transparencia son las variables clave que delimitan la gestión integral del riesgo en la Institución. Al evaluar el desempeño en esta materia en el año 2013, se evidencia como la independencia de la función de riesgos, la aplicación de herramientas y tecnologías especializadas que permiten la gestión predictiva del riesgo, además de la capacitación y formación continua del equipo de profesionales responsables en este ámbito, son los factores que han hecho posible la mejora de los niveles de calidad del riesgo inherente a la actividad crediticia.

Una gestión que se ve avalada por los indicadores obtenidos a cierre de este último ejercicio, al registrarse un crecimiento de la cartera de crédito neta del Banco de 64,9% con respecto a diciembre de 2012, así como una mejora en la calidad del crédito al asentar un ratio de mora de 0,40% con una cobertura de provisiones sobre créditos dudosos de 774% y una prima de riesgo de 1,67% (con ajuste patrimonial).

Tales indicadores son reflejo de una gestión apalancada en el uso de las más eficientes herramientas, logrando de esta manera una labor destacada en 2013 y ratificando una gestión responsable del riesgo en la Institución.

### Riesgo operacional y control interno

En relación a la gestión del riesgo operacional, se dio continuidad a la evaluación de los procesos de mayor impacto operacional en cada una de las áreas del Banco, una labor permanente a fin de mantener un adecuado ambiente de control sustentado en el cumplimiento de las actividades que conforman el modelo de gestión.

En este sentido, en el año 2013 se profundizó en la aplicación del modelo de riesgo para el cálculo de capital, a través de la construcción y análisis de escenarios. Asimismo, alineado a la metodología corporativa de riesgo operacional, se concluyó la implantación de la herramienta STORM® (Suport Tool for Operational Risk Management), avanzando en la identificación, priorización y documentación de los riesgos operacionales.

Con ello, se incorporaron a la base de datos de pérdidas operacionales (SIRO) eventos de baja recurrencia y alto impacto que contribuyen a perfeccionar las estimaciones de consumo por riesgo operacional en la Institución, ratificando el compromiso de gestionar esta tipología de riesgo en un contexto de crecimiento de la actividad crediticia.

## Políticas de financiamiento para el sector defensa

La norma de actuación en materia de defensa es revisada con periodicidad con la finalidad de adaptarla a los criterios más exigentes. El proceso de revisión y actualización de este marco normativo se sustenta en los lineamientos recogidos en el Código de Conducta de BBVA Provincial, el cual se fundamenta en valores éticos, reconociendo el derecho que tienen los países en la defensa de su soberanía.

En esta norma en materia de defensa se describe el procedimiento de aplicación de dicha normativa, la responsabilidad de cada área implicada y todos los requisitos necesarios para su correcta ejecución.

Es importante destacar que en la más reciente actualización de este marco normativo se revisó y adecuó el ámbito de actuación en materia de riesgos, garantizando los principios y compromisos adquiridos en la defensa de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para organizaciones multinacionales.

## Prevención y control de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo

En este último ejercicio se siguió trabajando en el fortalecimiento de las actividades de prevención en la aplicación del Sistema integral de administración de riesgos de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo (SIAR LC/FT), con pleno apego al marco regulatorio vigente. Esta labor, se vio apalancada con la continuidad de los planes de formación en esta materia y la puesta en marcha de campañas comunicacionales dirigidas a clientes y empleados, reforzando los conocimientos y lineamientos de prevención vinculados a esta área.

Asimismo, la Institución se ha mantenido a la vanguardia en los procesos de adaptación y cumplimiento de las últimas regulaciones internacionales, corporativas y locales que rigen esta

materia, posicionándola como marco de referencia dentro del sistema bancario nacional.

En esta misma línea, se consolidó un modelo basado en la mitigación y reducción de los riesgos a través de la aplicación periódica de tres procesos clave: autoevaluación de los riesgos, testing de cumplimiento y estrategias comunicacionales; orientado en mayor medida a las áreas sensibles en materia de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo, permitiendo controlar la exposición al riesgo operacional, legal y reputacional.

En el año 2013 diferentes entes reguladores y auditores externos evaluaron y examinaron en detalle la gestión del modelo de cumplimiento de BBVA Provincial en la labor de prevención y control de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo, tanto en el contexto local como internacional, avalando su transparencia y apego a los mayores estándares éticos. Adicionalmente, en este ejercicio se mantuvo una comunicación efectiva y continua con los organismos reguladores, dando respuesta oportuna a todo requerimiento y potenciando una mayor sinergia en la gestión de cada solicitud vinculada con las actividades en dicho ámbito.

Como resultado de este ejercicio, se vio ratificado el compromiso de la Institución en materia de prevención y control, lo que constituye un requisito indispensable para preservar la integridad corporativa y con ello, uno de sus principales activos: la confianza de las personas e instituciones con las que diariamente se relaciona.

### Adiestramiento en administración integral de riesgos de legitimación de capitales y del financiamiento al terrorismo

	2013	2012	2011
<b>Participantes en actividades formativas</b>	2.871	2.369	2.604
<b>Personas especializadas en actividades de administración integral de riesgos de legitimación de capitales y del financiamiento al terrorismo</b>	18	19	18

Alcance: BBVA Provincial





## CrITERIOS ambientales en materia de financiamiento

Bajo la premisa de desarrollar productos y servicios alineados con criterios ambientales, sociales y de buen gobierno establecidos en el Pacto Mundial, aunado al compromiso de contribuir al progreso y crecimiento del país, la Institución ofrece productos y servicios adaptados a las necesidades de distintos segmentos y en diferentes sectores, ya se trate de una pequeña, mediana o gran empresa. Productos innovadores que aportan soluciones integrales, con bajo impacto en los costos, trámites administrativos más eficientes y apalancados en las más novedosas tecnologías, ofreciendo una amplia variedad de ventajas y beneficios.

En este sentido, se siguió potenciando la gestión del Crédito Líquido, innovador producto con características ecológicas, el cual minimiza el impacto económico y disminuye los gastos administrativos, además de reducir el uso de papel y la necesidad del cliente de acudir a las oficinas, al facilitar la autogestión a través de los canales electrónicos del Banco.

Siguiendo en esta misma línea, se ha impulsado el producto Línea de Crédito Instantánea, permitiendo la autogestión del cliente a través de canales electrónicos seguros y la optimización de los tiempos de respuesta, sumándose a la cartera de productos y servicios ecoeficientes. Con este tipo de iniciativas, BBVA Provincial sigue en la senda de la innovación, ofreciendo soluciones integrales que contribuyen en un futuro mejor para las personas.

## Financiamiento de proyectos

BBVA en colaboración con su filial venezolana BBVA Provincial y junto con el Ministerio del Poder Popular de Planificación y Finanzas de la República Bolivariana de Venezuela, firmaron en 2012 dos acuerdos de financiación por un total de 445 millones de euros (aproximadamente USD 566 millones), para la adquisición de los equipos medulares alemanes a ser producidos por la compañía SMS Siemag AG para la planta siderúrgica de la Empresa de Producción Social Siderúrgica Nacional, C.A. (EPSSN).

Esta empresa tendrá como principal objetivo la fabricación de insumos básicos destinados al plan ferroviario nacional, abastecer de aceros especiales al segundo puente sobre el río Orinoco, así como también constituirse en proveedor principal para los planes que el Gobierno Nacional ha previsto en sectores como: infraestructura, industria naval venezolana y los relacionados con los desarrollos en las áreas de gas y petróleo. La construcción de esta siderúrgica generará en su fase inicial 1.500 empleos directos y 4.500 indirectos. Si bien durante el año 2013 no se comenzó el cronograma de desembolsos, se estima que el mismo se llevará a cabo entre 2014 - 2017.

En relación a la participación activa de la Institución en el mercado de capitales, a través de su Banco Universal y de su Casa de Bolsa, en el último ejercicio actuó como estructurador, agente de colocación, agente de pago y custodio y/o representante común en diversas emisiones. Cabe destacar que el Banco fue el estructurador de una de las mayores emisiones aprobadas en este período, efectuada por una empresa líder en el área de telecomunicaciones. A través de Provincial Casa de Bolsa, fue el agente líder de colocación de esta emisión e igualmente destacó como uno de los principales colocadores, conjuntamente con la Bolsa Pública de Valores Bicentenario, en las emisiones efectuadas por una importante empresa trasnacional dedicada al otorgamiento de financiamiento para la adquisición de vehículos automotrices y por una empresa del sector energía y petróleo.

Asimismo, desempeñó el rol de representante común en la emisión de papeles comerciales efectuada por una importante institución del sector financiero, rol que adicionalmente le ha sido encomendado por los emisores de dos de las cinco emisiones de obligaciones quirografarias emitidas durante el año.

Para diciembre de 2013, se emitieron Bs. 152 millones en papeles comerciales al portador y Bs. 990 millones en obligaciones quirografarias, para un total de valores emitidos de Bs. 1.142 millones. Provincial Casa de Bolsa ha participado como agente colocador en un 14% del monto en circulación, colocando efectivamente 100% de los títulos adjudicados.

## Orientación al cliente

BBVA Provincial es un banco centrado en el cliente, por ello lo integra en su modelo de negocio, desarrollando estrategias globales para crecer, diferenciarse y ser reconocido por su orientación al cliente. Bajo esta directriz, en el año 2013 se ejecutaron diversas iniciativas, enmarcadas en el reforzamiento de programas dirigidos al asentamiento de los mayores estándares de calidad de atención, en la optimización de procesos y de herramientas a través de la implantación de tecnología de punta, en el fortalecimiento de sus canales alternos y de productos innovadores, entre una amplia variedad de acciones y proyectos que buscan estar cada día más cerca del cliente y mejorar su experiencia en todos los puntos de contacto con la entidad.

## Calidad, satisfacción y atención a clientes y usuarios

Con el propósito de seguir avanzando en la labor de maximizar y consolidar la calidad de servicio y atención ofrecida a sus clientes y usuarios, en 2013 la Institución trabajó en torno a un modelo integral de calidad diseñado para atender y satisfacer las necesidades de los clientes externos e internos, en base a la

identificación de las variables que influyen en la percepción que pudieran tener estos colectivos sobre el desempeño del Banco, permitiendo de esta manera establecer oportunidades de mejora y procesos críticos, insumos clave para impulsar el fortalecimiento de la excelencia en la atención al cliente.

Aunado a esta labor, conscientes que un personal altamente cualificado es un factor relevante en la tarea de reforzar la calidad de servicio y atención a clientes y usuarios, en este ejercicio también se concretó la puesta en marcha de un programa integral de formación y capacitación del personal de la red de oficinas a nivel nacional, tanto bajo la modalidad presencial como e-learning, con el objetivo de fortalecer conocimientos y brindar herramientas que permitan asentar los mayores estándares de calidad en el servicio.

## Atención preferencial a personas con discapacidad, tercera edad y mujeres embarazadas

Reiterando la importancia que se concede a la atención preferencial a personas con discapacidad, tercera edad y mujeres embarazadas, se dictaron diversos cursos de capacitación en esta materia dirigidos a todos los empleados de la Institución, entendiendo que el capital humano es un factor determinante en el fortalecimiento de los planes y acciones orientadas a optimizar la calidad de atención ofrecida a estos colectivos, quienes tienen la posibilidad de realizar dentro de las oficinas del Banco, de forma cómoda y segura, todas sus operaciones y contando para ello con una atención integral.

Adicionalmente, en 2013 se establecieron diferentes estrategias y planes de mejora orientados a satisfacer en mayor medida las necesidades de clientes y usuarios, teniendo como principales objetivos lograr una mayor efectividad en el funcionamiento de las Zonas Express, incidiendo de esta manera en la disminución de los tiempos de espera en las oficinas comerciales y la optimización de los procesos de reclamos.

## Gestión efectiva de reclamos

Entre los avances concretados en 2013 en la gestión efectiva de reclamos se ha puesto el foco en la "omnicanalidad", basado en la prestación de un servicio eficiente y eficaz que permita generar un nuevo modelo de autogestión y atención de reclamos, incidiendo en la disminución de la carga operativa en las oficinas y optimizando los tiempos de respuesta, transformando positivamente la experiencia del cliente.

Para ello, en el mes de septiembre se culminó la implantación del proyecto de migración y ampliación de reclamos a canales alternos, el cual busca que los clientes utilicen de manera confiable estos canales al momento de formular sus reclamos,

ofreciéndoles mayor comodidad, sencillez y una rápida respuesta. Los resultados y avances obtenidos en estos meses han sido significativos, logrando un 15% de migración de los reclamos, ya que su formulación en los canales Línea Provincial y en la web aumentó de un 30% a un 45% y disminuyó su canalización en la red de oficinas de un 70% a un 55%.

Con esta iniciativa los clientes pueden hacer sus reportes con mayor facilidad desde la comodidad de su hogar u oficina, ya que para ello sólo deben ingresar a [www.provincial.com](http://www.provincial.com) o llamar a la Línea Provincial (0500-508-74-32) y en la sección solicitudes en línea formular sus reclamos, disfrutando de las siguientes ventajas:

- Ampliación de los tipos y subtipos de reclamos, para que cliente pueda definir mejor su solicitud.
- Creación de un scoring automático para dar dictamen a los reclamos de forma inmediata: TDC y TDD Fraude "First Contact Resolution".
- Por cada tipología de reclamo que amerite documentación, el cliente podrá adjuntarla en la página web y automáticamente se enviará al aplicativo Workflow para su archivo e incorporación en el expediente.
- A través de la web se coloca a la disposición de los clientes las cartas de improcedencia de reclamos, para que no requieran acudir a la oficina.
- Se crea la opción para que el cliente realice la solicitud de reconsideración de reclamos no procedentes por la página web y Línea Provincial, asignándolo automáticamente al área responsable de la gestión de reclamos de segundo nivel.

Con este proyecto la Institución ratifica su compromiso en atender y satisfacer las necesidades de sus clientes y usuarios, procurando mejorar la calidad del servicio ofrecido, teniendo como meta a corto plazo una mayor concentración de reclamos formulados a través de los canales alternos, incidiendo en el descongestionamiento de las oficinas.

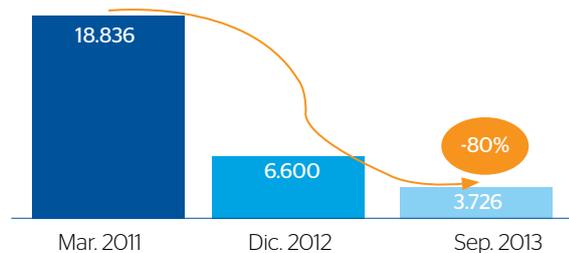
De igual forma, la Sub Unidad de Gestión de Reclamos continúa con el objetivo de profundizar las mejoras para disminuir sistemáticamente el alta de reclamos que se reciben a diario en las tipologías Fraude y No fraude por parte de los clientes. En este sentido, ha logrado un nuevo éxito al disminuir los picos más altos de reclamos durante los últimos tres años, pasando de 18.836 reclamos recibidos en el año 2011 a 6.600 en 2012, hasta alcanzar en el año 2013 la cantidad de 3.726 altas de reclamos, cifra más baja y récord obtenida en los últimos siete años.

Al evaluar la gestión global del último ejercicio, se alcanzó una disminución acumulada significativa de 13.772 altas de reclamos, pasando de 63.197 reclamos recibidos en el año 2012 a la cantidad de 49.425 altas de reclamos canalizadas en 2013, lo que representan una reducción de 22%. Para la concreción de estos

Avances del proyecto de Migración y ampliación de reclamos a canales alternos (sep.-dic.2013)								
Canal	Sept. 2013		Oct. 2013		Nov. 2013		Dic. 2013	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Oficinas	2.608	70%	2.379	58%	2.335	58%	2.773	55%
Línea Provincial	671	18%	883	25%	1.007	25%	1.411	28%
Provinet	447	12%	615	17%	684	17%	857	17%
<b>Total</b>	<b>3.726</b>	<b>100%</b>	<b>3.877</b>	<b>100%</b>	<b>4.026</b>	<b>100%</b>	<b>5.041</b>	<b>100%</b>

Alcance: BBVA Provincial

### Reclamos mes alto y mes bajo



Alcance: BBVA Provincial

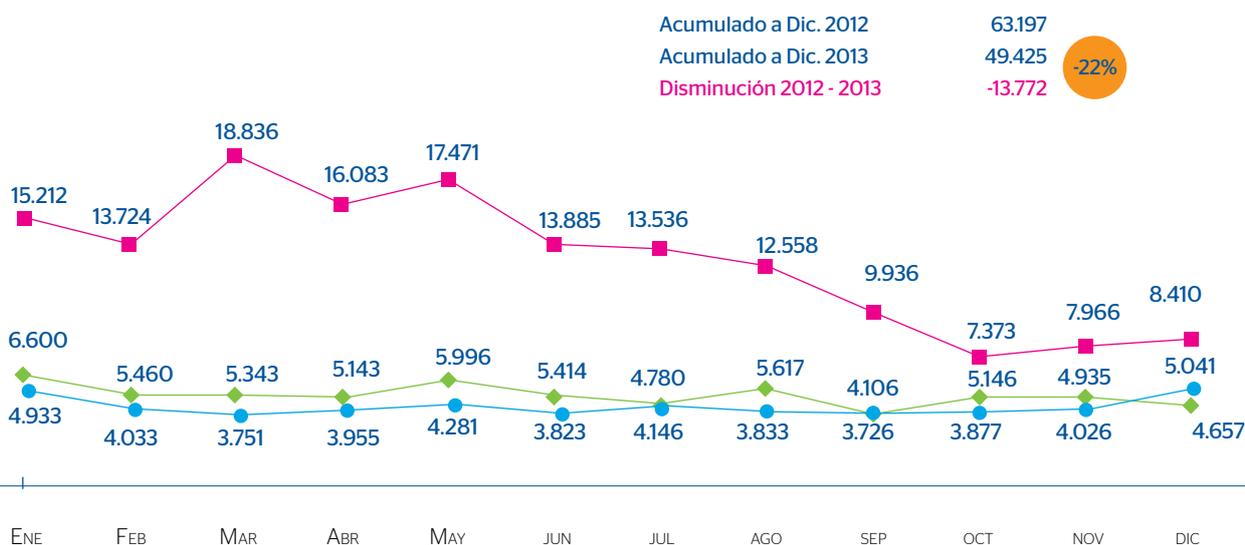
resultados, se llevaron a cabo mejoras en las tipologías de reclamos No fraude y Fraude que impactaron favorablemente en la volumetría de reclamos:

- Optimización del proceso de conciliación de los movimientos de transacción de clientes por dinero no dispensado en cajeros automáticos (ATM) de otros bancos a través de la red Suiche7B, identificando los códigos de errores presentados y reversando de forma automática en cuenta antes que el cliente formule el reclamo.

- Mejora en el proceso de conciliación de los movimientos de transacción fallida, efectuada por los clientes en puntos de venta (POS) de otros bancos a través de la red Cirrus, identificando los códigos de errores presentados y reversando de forma automática en cuenta antes que el cliente formule el reclamo.
- En los cajeros automáticos multiexpress se identificaron nuevos códigos de errores en transacciones por depósitos no reflejados en la cuenta de los clientes, incluyéndolos en el proceso de regularización a través de códigos de incidencias que permiten la regularización de manera automática, sin que el cliente formule el reclamo.
- Identificación a través de las reclamaciones de los clientes de los diferentes modus operandi, a fin de continuar dando los insumos necesarios al área de Prevención del Fraude Tecnológico para mejorar las alertas, reglas y parámetros en el aplicativo monitor plus que permitan la detención temprana de posibles fraudes.

Del total de 49.425 reclamos gestionados en el ejercicio se recibieron 1.076 reconsideraciones de reclamos, lo que representa un 2% del global, evidenciándose mejoras en la calidad de las respuestas ofrecidas a los clientes en un primer nivel.

### Evolución Alta de Reclamos



Alcance: BBVA Provincial

■ Año 2011 ◆ Año 2012 ● Año 2013

### Evolución Altas de Reclamos Fraude y no Fraude



Alcance: BBVA Provincial

● Fraude 2012 ■ No Fraude 2012 ◆ Fraude 2013 ◆ Fraude 2013

Igualmente durante 2013 se optimizaron los tiempos de respuesta en la gestión de reclamos, a través de los análisis y tiempos de contestación ejecutados en los scoring automáticos del sistema SIAR, Línea Provincial y página web, pasando de 20 días continuos estipulado por Ley (Sudeban e Indepabis) a un promedio 6 días.

## Migración de transacciones

Dando continuidad al proceso de transformación, BBVA Provincial sigue en la vanguardia al ofrecer novedosas soluciones tecnológicas que representan una nueva manera de entender la banca, estando cada día más cerca del cliente y mejorando su experiencia en todos los puntos de contacto con la entidad.

En 2013 se registró un promedio mensual de más de 88 millones de operaciones realizadas a través de canales electrónicos, 94,9% del total de transacciones que se realizan en el Banco, cifra que evidencia el éxito y la aceptación que ha tenido el plan de impulso a la migración de transacciones que se ha llevado adelante; todo esto bajo un concepto general de sencillez para que el cliente pueda realizar sus transacciones bancarias, desde cualquier lugar, con la mayor comodidad y seguridad, sin necesidad de trasladarse a una oficina.

## Zonas Express

En el transcurso de este ejercicio, se consolidaron importantes avances en torno a la creación de nuevas Zonas Express a nivel nacional, así como en la incorporación de innovadoras funcionalidades en los cajeros automáticos y Kioscos Express. De esta manera, se logró:

- Aumentar el número de Zonas Express a 221, con ello más de 83% del global de la red de oficinas ahora cuenta con estas áreas de autoservicios, colocando a disposición de clientes y usuarios más de 943 cajeros multiexpress, equivalente al 50% del parque de cajeros automáticos operativos de la Institución.
- Adicionar nuevas funcionalidades con la incorporación del servicio de pagos de convenios en efectivo a través de los cajeros multiexpress para clientes y no clientes, quienes pueden disponer de este canal alternativo para realizar sus pagos mediante una transacción rápida, sencilla y segura.

- Poner a disposición de los clientes naturales del Banco el servicio de actualización de datos a través de este canal, para quienes requieran renovar su información: teléfonos (habitación, trabajo y celular), correo electrónico, entre otros.

## Canales digitales (Web y Móvil)

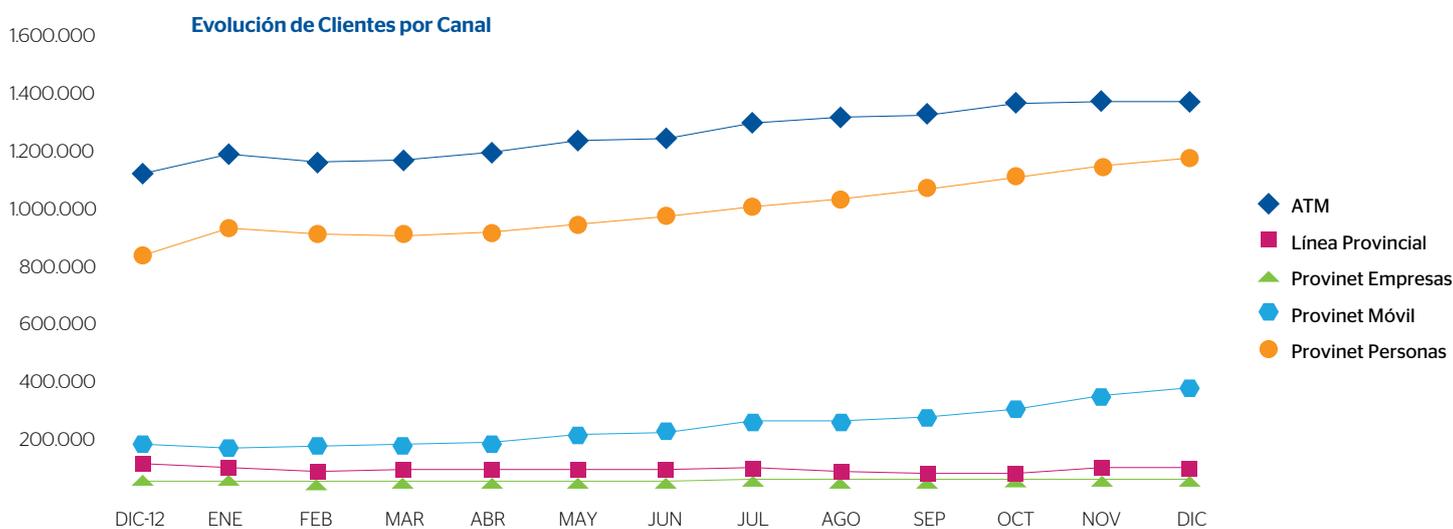
La estrategia de BBVA Provincial en los servicios de banca por Internet y móvil se ha centrado en un cliente multicanal, capaz de relacionarse desde su computador, celular (SmartPhone) y tabletas, con un compendio de funcionalidades que le permitan disponer en cada momento y en cualquier lugar de todo el potencial de los servicios de la banca en línea.

Con la puesta en marcha de diversas acciones e iniciativas, se logró impulsar la penetración de los canales digitales entre los clientes de la Institución, contando a cierre del ejercicio con un 43% para web y 14% para móvil. Con ello, el servicio de banca por Internet incrementó el número de clientes habituales a más de 1.171.065, aumentando en un 27% con respecto al cierre de diciembre de 2012; además de incentivar un mayor uso de este canal al elevar a un promedio de 43 millones de transacciones al mes, lo que representa un crecimiento de 32% en comparación al año anterior.

En relación a la oferta de servicio de Provinet Móvil, ésta ha generado un segmento de clientes asiduos al canal logrando en 2013 un crecimiento significativo, ya que más de 376 mil clientes usan habitualmente este canal para realizar un promedio de 5 millones de transacciones al mes, obteniendo un ascenso de 114% en número de clientes y de 181% en cantidad de transacciones con respecto a 2012.

A nivel de las mejoras y avances tecnológicos concretados en torno al canal móvil, destacan:

- Se incorporaron aplicaciones nativas de Provinet Móvil para los dispositivos Blackberry y Android, ofreciendo 50 funcionalidades de fácil uso y rápido acceso para que los clientes realicen sus operaciones financieras. Para el resto de los dispositivos móviles, se agregó un servicio web browsing que ofrece las mismas funcionalidades.



- Con la intención de asentar mayores estándares de seguridad en el resguardo de los datos del cliente, se establecieron nuevas medidas como es el uso de la tarjeta de coordenadas y la clave digital para nuevas operaciones.
- En relación a las tabletas Ipad, entre abril y noviembre de 2013, se implantó una aplicación nativa de Provinet Móvil que incluye funcionalidades para la consulta de saldos, movimientos, transferencias, pago de tarjetas y pagos de servicios, con el fin de satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes asiduos a este dispositivo.

## Portal [www.mispagosprovincial.com](http://www.mispagosprovincial.com)

Las empresas e instituciones se han visto favorecidas con el uso de [www.mispagosprovincial.com](http://www.mispagosprovincial.com), encontrando en este portal una solución más eficiente para impulsar sus procesos de recaudación y cobranzas, con costos mínimos de mantenimiento. Muestra de ello, para diciembre de 2013 un total de 320 empresas e instituciones estaban afiliadas a este portal, representativas de 22 sectores de la economía nacional. Asimismo, se logró un promedio mensual de 6.000 nuevos usuarios, entre clientes y no clientes del Banco, que se registran en el portal para realizar sus pagos.

## Seguridad

### Prevención del fraude

En 2013 se vio consolidada la labor emprendida por la Institución en materia de prevención del fraude, logrando resultados y cifras récord en la reducción de pérdidas por este concepto, al registrar la cantidad más baja en los últimos tres años, la cual se situó en Bs. 24.187.956 y que representa una disminución de 33% con respecto al ejercicio de 2012. Los objetivos alcanzados han permitido a BBVA Provincial obtener el menor índice de Fraude / Margen Financiero, al ubicarse en 0,18%.

Sin duda alguna, tales logros han sido resultado del trabajo en equipo y de la sinergia entre diferentes áreas del Banco, orientadas a un fin común como es fortalecer y maximizar los estándares de seguridad de sus productos y servicios, mitigando el riesgo de fraude a través de un sistema de detección temprana y con procesos de alertas más efectivos.

Al revisar en detalle cada uno de los productos y servicios, se evidencia que el rubro de tarjetas de crédito y débito muestran los mejores resultados. Las pérdidas por concepto de fraude en tarjetas pasaron de Bs. 7.240.195 en 2012 a Bs. 2.266.654 a cierre de diciembre de 2013, con una disminución récord de 69%.

Se evidencia que la falsificación de tarjetas desaparece como modalidad delictiva, como consecuencia de la concreción en 2012 del proyecto chip card, al evitar esta tipología de fraude. En este sentido, las cifras reportadas actualmente en este rubro obedecen a transacciones con tarjeta de crédito sin presencia del plástico y a la modalidad "cambiazos" en el caso de las tarjetas de débito, en donde el cliente es víctima de engaño y le es sustituida su tarjeta por otra.

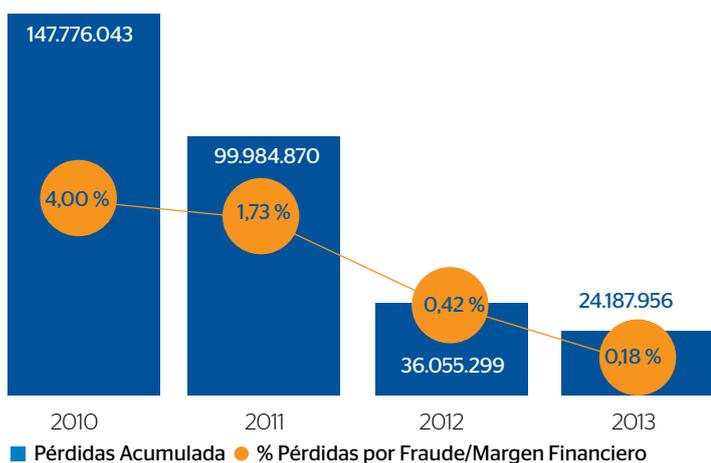
Entre las medidas implantadas para contrarrestar este flagelo, destaca el proceso de recuperación de operaciones sin presencia de plástico-adquiriente, donde conjuntamente con el comercio se logra impedir que la compra del bien o servicio con una transacción fraudulenta finalice. Igualmente, se han incorporado alertas para operaciones de pensionados; se amplió en plan defensa por rubros; y se procedió a la actualización de datos de correo electrónico y teléfono celular del cliente a través de los kioscos.

En relación a la banca por Internet, por segundo año consecutivo se obtuvo una reducción significativa de las pérdidas por fraude, reflejando en 2012 una cifra de Bs. 6.460.560 y a diciembre de 2013 la cantidad de Bs. 1.151.000, lo que se traduce en un descenso de 82%.

Entre las acciones emprendidas para la consecución de estos objetivos en la web, está la eliminación del envío de la clave digital por correo electrónico para los clientes que posean teléfonos con servicio Digitel y Movistar; uso de correos electrónicos con clave digital para clientes fuera del país; identificación de operaciones no frecuentes en Monitor Plus; incorporación de IP riesgosas en el análisis de reclamos; alertas para situaciones inusuales en la Línea de Crédito Instantánea; y notificaciones a clientes por ingreso en la Net.

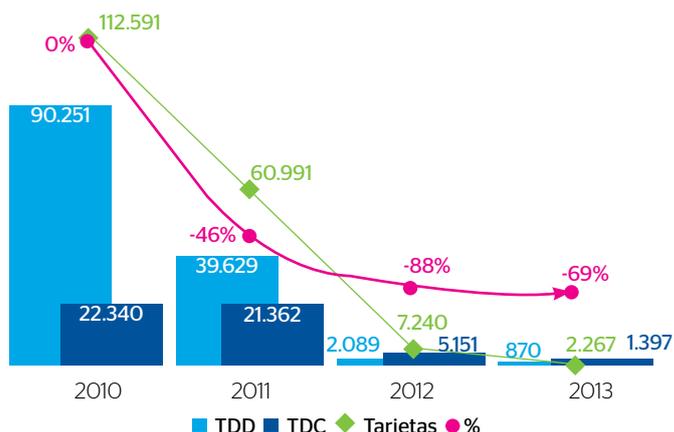
En el último ejercicio también se logró un mayor control y el reforzamiento de las medidas de prevención en el rubro de cheques por concepto de apropiación indebida y otras estafas, al trabajar en tres ejes clave. La primera iniciativa fue la incorporación de una alerta orientada a la detección de saltos en

**Índice de Pérdidas Fraude/Margen Financiero (MM Bs.)**



Alcance: BBVA Provincial

**Tarjetas Pérdidas por Fraude y Gasto por Provisión Comparación Anual (M Bs.)**



Alcance: BBVA Provincial

la numeración de los cheques, permitiendo la identificación oportuna y frustración de acciones de fraude. Otro factor fue la ampliación del criterio de riesgo, lo que facilitó la detección de un mayor número de fraudes.

Por último, en el cuarto trimestre de 2013 entró en producción la visualización de dos cheques muestras tanto en el visor de compensación como en el terminal financiero de la red de oficinas. De esta manera, las áreas responsables del pago de cheques pueden apreciar como el cliente acostumbra a emitir sus talones. Esta acción cuenta además con una alerta creada para el visor de cheques de compensación, en el que se resalta el cheque que rompe con la habitualidad de uso del cliente.

## Formación en seguridad

Otra estrategia clave en la labor de reforzar y potenciar la prevención del fraude ha sido la ejecución de campañas comunicacionales, dirigidas a clientes y empleados. A nivel interno, desde 2011 se da continuidad a la campaña Únete a la lucha contra el fraude, la cual se profundizó en el año 2013 al enmarcarse en la campaña corporativa del Grupo BBVA ¡Si, seguro!, a través de la cual se informa acerca de los tipos de fraude más comunes en la banca y las medidas preventivas a aplicar en cada caso, creando una mayor consciencia entre los empleados acerca de esta problemática y convirtiéndolos en promotores de buenas prácticas de prevención entre sus familiares, amigos y relacionados.

Entre los tópicos reforzados en este último ejercicio, destaca la prevención en Internet, dispositivos móviles, oficina segura y clasificación y confidencialidad de la información. Para motivar en mayor medida a los empleados y reforzar sus objetivos, se organizaron concursos en torno a esta campaña en donde se pusieron a prueba los conocimientos obtenidos en esta materia.

En cuanto a las acciones de comunicación dirigidas a clientes, se publicaron en la web del Banco diversas piezas informativas con recomendaciones en el ámbito de prevención del fraude, en especial para las tarjetas y evitar que sean víctimas de fraude por cambio o sustitución de su plástico. En esta misma línea, se transmiten audios con nota preventivas en los recintos de los cajeros automáticos a nivel nacional.

También se llevó a cabo el Plan de Director de Seguridad de la Información (PDSI), en el cual se contemplan diversas iniciativas y

acciones dirigidas a empleados que inciden en una mayor protección en el negocio:

- Clasificación de la información: se dio inicio a un programa de formación con la finalidad de que los empleados refuercen habilidades en la identificación y protección de la información.
- Seguridad en la Nube: a los nuevos usuarios de la red de oficinas se les informó sobre el uso seguro de HPD - Globe Drive y login único - Intranet local, fortaleciendo el resguardo de sus claves personales.
- Estrategia de gestión integrada de desarrollo antifraude (EGIDA): en el marco de este proyecto, se pasó a producción cuatro nuevas acciones que minimizan la posibilidad de fraude y de fuga de información.

## Seguridad física

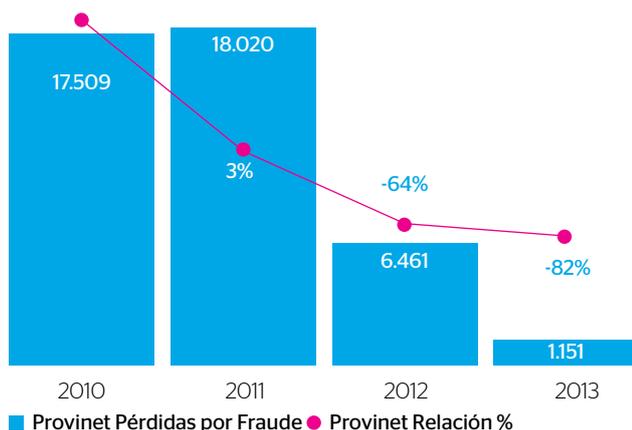
La Unidad de Seguridad Corporativa, dando continuidad a su principal objetivo de resguardar los recursos humanos y físicos de usuarios, clientes y empleados, en 2013 invirtió en tecnología de punta para fortalecer los sistemas de seguridad existentes; labor que impactó favorablemente, al lograr una disminución de 66% en eventos delictivos en las distintas instalaciones. De igual forma, se reforzó el sistema de vigilancia en las Zonas Express para garantizar la seguridad de clientes y usuarios en los cajeros automáticos.

## Workflow

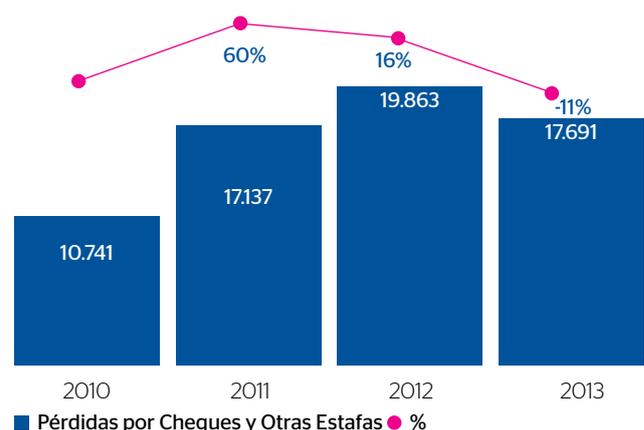
Se ha seguido trabajando en la mejora continua de la plataforma tecnológica de Workflow, la cual incide en la optimización de procesos operativos y una mayor eficiencia en la gestión. Bajo esta directriz, en el año 2013 se concretó la remodelación de la planta física del Centro de Digitalización, lo que permitió atender la volumetría de expedientes de contratación de cuentas corrientes, cuentas de ahorro, tarjetas de crédito y servicios recibidos de la red de oficinas, con el objeto de ser registrados en el expediente único del cliente en formato digital.

A cierre de este ejercicio, se recibieron y digitalizaron 1.667.000 expedientes de clientes, alcanzando en el último trimestre una producción promedio sostenida de 6.940 expedientes digitalizados por día, lo que representa un aumento de 319% en comparación a la gestión del año 2012.

**Provinet**  
Pérdidas por Fraude y Gasto por Provisión  
Comparación Anual (M Bs.)



**Cheques**  
Pérdidas por Fraude y Gasto por Provisión  
Comparación Anual (M Bs.)



Entre los beneficios asociados al uso del expediente único del cliente en formato digital, es importante destacar que en la Institución los procesos de bastateo de poderes y gestión de reclamos se realizan utilizando exclusivamente documentos digitalizados, eliminando el uso de papel en estas actividades, agilizando la operativa y reduciendo los tiempos de respuesta al cliente.

## Continuidad de negocio

Con el plan de continuidad de negocio se tiene como objetivo garantizar la atención de los servicios críticos de BBVA Provincial ante situaciones excepcionales en que se materialicen contingencias relevantes de baja probabilidad de ocurrencia pero de muy alto impacto. Para dar seguimiento a esta importante actividad, de forma periódica se realizan los Comités de Continuidad, contando con la participación activa de áreas clave de la Institución y dando seguimiento a los 9 planes constituidos y aprobados en este ámbito de actuación.

Entre las principales acciones emprendidas en 2013, se realizó seguimiento al Centro de Operaciones Alterno (COA), el cual cuenta con el equipamiento tecnológico necesario para dar continuidad a los servicios críticos en caso de contingencias. Adicionalmente, se ejecutaron pruebas de simulación de crisis en torno a los 9 planes constituidos.

Conscientes de que el capital humano es un factor relevante en la consecución de este plan, se llevó a cabo un programa de formación a través de la plataforma e-learning con el objeto de reforzar la cultura de continuidad entre los empleados, el cual contó con más de 1.300 participantes entre personal de la red de oficinas y servicios centrales.

## Publicidad

Una de las principales campañas publicitarias emprendidas en el último ejercicio fue la referente al 60 Aniversario de BBVA Provincial, la cual tuvo como objetivo transmitir el valor que tiene para las personas el contar con alguien que los apoye en cada etapa de su vida, haciendo de esta manera referencia al compromiso que ha asumido la Institución con sus diferentes grupos de interés durante toda su trayectoria en Venezuela.

Asimismo, dando continuidad a su estrategia publicitaria se siguió trabajando en el reforzamiento de su posicionamiento como un banco innovador en tecnología y como el banco del deporte en Venezuela, además de reiterar su compromiso de responsabilidad social con el país.

En esta línea, la Institución siguió apoyando los deportes que más disfrutaban los venezolanos: el béisbol y el fútbol, dándole la oportunidad a sus clientes de contar con productos únicos en el mercado y de participar en promociones especiales. Entre las iniciativas más importantes que se llevaron adelante en este ejercicio, destacan:

- Promociones asociadas a la alianza con la Major League Baseball, en sus eventos: Spring Training, All Star Game y World Series.
- Impulso a las tarjetas de crédito con el logo de los equipos favoritos de las Grandes Ligas y de la Liga Venezolana de Béisbol Profesional.
- Se mantuvo la alianza con la Federación Venezolana de Fútbol, la

cual permitió ofrecer varias promociones asociadas a las eliminatorias para el Mundial de Fútbol Brasil 2014.

- Se realizó una promoción para los tarjetahabientes para asistir al Clásico de la Liga BBVA: Real Madrid C.F. y el FC Barcelona.
- Buscando tener una mayor conexión con los clientes y proyectar una imagen de banco digital, se lanzó una campaña innovadora y única en su estilo: Fan Test BBVA; siendo la primera entidad financiera en el mercado venezolano en tener una promoción de Social TV, donde se combinó el uso de la televisión con la inmediatez de las redes sociales y plataformas móviles.

En materia de innovación tecnológica, se emprendieron diversas campañas para impulsar la multicanalidad, entre ellas:

- Se realizó una campaña publicitaria conformada por tres comerciales sobre los diferentes canales del Banco: Zona Express, Provinet Personas y Provinet Móvil.
- Para impulsar el uso de los canales web y móvil, se realizaron dos promociones donde se invitaba a los clientes a ahorrar tiempo y a disfrutar de los beneficios asociados a la banca por Internet y en donde participaron por premios de última tecnología.

## Productos y servicios responsables

Para BBVA Provincial uno de sus principales compromisos es lograr la integración progresiva de criterios de máxima responsabilidad en toda la cadena de valor desde el desarrollo de productos y servicios hasta su publicidad. Este proceso de integración comprende no sólo productos y servicios destinados a colectivos con necesidades específicas, sino también colectivos masivos.

Bajo esta directriz, en 2013 se siguió reforzando el producto Nómina, beneficiando a más de 96 mil nuevos clientes en el año, permitiendo su vinculación con operaciones de crédito como el Crédito Nómina, asistencia médica laboral, seguro de accidentes personales, entre otros. A cierre de diciembre se alcanzó la cantidad de más de 823.537 mil cuentas beneficiarias. Como parte de esta iniciativa, se otorgaron productos de préstamo preaprobados, permitiendo la inclusión de un mayor número de clientes a través de canales alternos como telemarketing, ampliando la oferta de productos y servicios ofrecidos por el Banco.

Con el objetivo de seguir innovando con soluciones ecoambientales sustentadas en el uso de la tecnología, se concretó el lanzamiento de dos portales web: uno dirigido al segmento Pymes y el otro a Empresas, los cuales ofrecen información de interés y actualizada tanto para clientes como para la fuerza de venta del Banco, convirtiéndose en una herramienta de suma utilidad en el desarrollo de la relación bancaria y en la gestión diaria de las operaciones vinculadas a los productos y servicios dirigidos a estos segmentos.

Estos sites sustituyen a los catálogos impresos utilizados para estos segmentos, logrando mayor dinamismo en la actualización de contenidos relevantes, y lo más importante, se elimina el uso de papel y de esta manera se logra un impacto positivo en la preservación del medio ambiente, potenciando la oferta de productos y servicios verdes del Banco.

Con este tipo de iniciativas BBVA Provincial ratifica su liderazgo dentro del sistema financiero venezolano, innovando cada día para poner a disposición de las personas herramientas sencillas, eficientes



y de gran utilidad, además de reforzar su compromiso y principio de responsabilidad social, pilar clave en la gestión del negocio.

## Recursos humanos

Para BBVA Provincial su capital humano es uno de los recursos más valiosos, por ello, está comprometido en crear un entorno en donde se fomenta la iniciativa y la manifestación del talento, ya que sus ideas, compromiso y trabajo en equipo son fuente de generación de valor. De forma permanente, tal y como se evidencia en las diferentes acciones emprendidas en 2013, se busca potenciar el desarrollo y crecimiento personal y profesional de sus empleados, proporcionándoles todo el apoyo necesario y facilitando el aprendizaje continuo, convirtiéndose en su mayor aliado en la labor de conseguir un óptimo equilibrio y una mejor calidad de vida.

### Diversidad

Uno de los objetivos del Banco es atraer, retener y desarrollar el mejor talento, siempre desde el respeto a la diferencia y la inclusión, buscando en todo momento promover y garantizar la igualdad de oportunidades.

En este sentido, el principal proyecto que se lleva adelante en materia de igualdad de género está dirigido a promover y priorizar la posición de la mujer dentro de la Institución, buscando su crecimiento tanto en el ámbito profesional como personal y familiar. En esta línea de actuación, en este ejercicio se ejecutaron diversas acciones e iniciativas, destacando una completa programación de talleres y cursos de formación orientados a este colectivo, brindándoles las herramientas necesarias para potenciar su desarrollo y logrando establecer un equilibrio óptimo entre su vida profesional y familiar; promoviendo entre ellas una mejor calidad de vida y reiterando el importante rol que ocupan como miembros del equipo de BBVA Provincial.

### Empleo y selección

Como parte del programa corporativo de desarrollo de nuevos profesionales, en 2013 se concretó el ingreso de 60 jóvenes recién graduados, quienes participan en este programa continuo de formación y capacitación diseñado para favorecer su incorporación y una gestión exitosa dentro de las diferentes áreas del Banco, principalmente en aquellas vinculadas al negocio. Una premisa de este programa es garantizar el ingreso del mejor talento joven a puestos estratégicos de la red comercial, contando para ello con un proceso de selección con filtros y pruebas de alto rigor que miden las habilidades tanto individuales como grupales.

Otras de las estrategias a la que se dio seguimiento, fue la participación activa de la Institución en los más relevantes eventos y ferias de empleo a nivel nacional, logrando de esta manera afianzar su posicionamiento como una de las más importantes empresas oferentes de empleo y que brinda las mejores oportunidades de desarrollo profesional del mercado; una labor que se vio apalancada con el nuevo reconocimiento de Great Place to Work® 2013, al ocupar el 2º lugar en el ranking de las compañías que brindan el mejor lugar para trabajar en Venezuela. Entre los eventos en que se tuvo presencia, destacan: la Expo Zona Job 2013 y la Feria de empleo de la Escuela de Administración y Contaduría de la Universidad Central de Venezuela.

### Valoración, desarrollo profesional y compensación

Entre los proyectos de mayor envergadura ejecutados en materia de gestión del talento, en el primer semestre de este ejercicio se emprendió un proceso de transformación y reestructuración del modelo de Canal de Venta Directa (CVD) del Banco, el cual contempló la creación de 16 CVD's a nivel nacional, estructuras que asumían las funciones y puestos de diversas áreas de negocio (Centro de Marketing Directo, Pymes y Comercios y directores de cuenta BEI desplazados, actualmente denominados ejecutivos de

Empleados			
AÑO	2013	2012	2011
TOTAL	5,326	5,316	5,398

Alcance: BBVA Provincial

Dimisiones Voluntarias de Plantilla (turn over)(%)			
AÑO	2013	2012	2011
%	2,57	1,89	4,32

Alcance: BBVA Provincial

Altas Empleados			
AÑO	2013	2012	2011
TOTAL	337	401	471

Alcance: BBVA Provincial

Bajas Empleados			
AÑO	2013	2012	2011
TOTAL	327	483	582

Alcance: BBVA Provincial

Plantilla por Edad											
2013				2012				2011			
Edad Media	< 25	25-45	>45	Edad Media	< 25	25-45	>45	Edad Media	< 25	25-45	>45
38	5,3	73,7	21,0	37,6	5,4	75,4	19,2	37	8,1	75,1	16,8

Alcance: BBVA Provincial

Contratos por género (%)	2013			2012			2011		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
Fijos o indefinidos tiempo completo	34,90	65,10	99,63	35,70	64,12	99,82	35,56	64,44	98,67
Temporales	40,00	60,00	0,40	40,00	60,00	0,18	45,31	54,69	1,19

Alcance: BBVA Provincial

Leyenda: H= hombres y M=mujeres.

Distribución funcional por género y categoría profesional (%)	2013		2012		2011	
	H	M	H	M	H	M
Total BBVA Provincial	34,96	65,04	35,7	64,3	35,74	64,26
Comité de dirección y directores corporativos	77,78	22,22	77,78	22,22	77,78	22,22
Directivos	57,78	42,22	57,1	43	59,09	40,91
Mandos medios	44,96	55,04	47,1	53	45,34	54,66
Especialistas	44,99	55,01	40	60	40,18	59,82
Fuerza de ventas	22,65	77,35	28,8	71	28,14	71,86
Puestos base	36,47	63,53	36,5	63	37,49	62,51

Alcance: BBVA Provincial

Leyenda: H= hombres y M=mujeres.

empresas). Este proceso de transformación contempló la gestión de más de 260 puestos en esta nueva estructura, lo que involucró más de 500 movimientos a nivel nacional, a fin de garantizar la ubicación de personal especializado en estas nuevas funciones.

En cuanto al desarrollo y crecimiento profesional dentro de la organización, se incorporaron una serie de cambios a la política corporativa de movilidad aportando mayor transparencia en los procesos y potenciando la igualdad de oportunidades entre todos los trabajadores del Grupo BBVA. En este sentido, se estableció la publicación de cargos vacantes a nivel global, a través de la herramienta job posting: Apúntate. Con este cambio, los empleados pueden ver las posiciones vacantes en otros países donde BBVA tiene presencia y postularse como candidatos en aquellas que sean de su interés.

Siendo su capital humano uno de sus recursos más valiosos, una premisa constante del Banco es garantizar a sus empleados las mejores condiciones salariales, por lo que en 2013 se trabajó en el fortalecimiento de la compensación total, principalmente en lo

relativo a la retribución fija del trabajador y el beneficio de alimentación. Para estas revisiones se toman en consideración variables como los índices de inflación suministrados por los órganos competentes y se aplica el modelo de diferenciación por competencias; además de tener como referencia los movimientos salariales dentro del sector financiero, con la finalidad de mantener la competitividad.

## Formación

Facilitar el aprendizaje continuo y promover el desarrollo profesional, contando de esta manera con el equipo más cualificado, son premisas clave que impulsan la gestión de la Institución en el área de formación, llevando adelante diversas acciones e iniciativas para la concreción de tales metas, sustentadas en canales y herramientas innovadoras que imprimen mayores estándares de eficiencia y eficacia en dicha labor, y cuyos resultados año tras año marcan la diferencia. Entre los avances más relevantes obtenidos al cierre de 2013, destacan:

- Incremento de las actividades de autodesarrollo y de los programas de especialización, con más de 124.044 horas de formación on-line, y más de 131.689 horas de formación presencial, contando con programas adaptados a las necesidades del personal.
- Continuación y expansión del plan de itinerarios formativos, dirigidos al personal de la red comercial minorista, con el objetivo de generar planes de carrera por cargos específicos y de esta manera impulsar la política de movilidad corporativa. Adicionalmente, se puso en marcha el plan de itinerarios de habilidades profesionales, dirigido a los empleados que forman parte del pool de talento del Banco.
- Se potenció la oferta para todos los empleados en materia de idiomas, así como en el reforzamiento de habilidades y conocimientos financieros, apalancada en la plataforma de aprendizaje on line.

El plan integral de formación se estructura a partir de tres factores clave: las habilidades y conocimientos técnicos resultado del informe de competencias y del plan de desarrollo individual (PDI), las actividades corporativas definidas por el Grupo BBVA y las necesidades locales propias de un área o grupo determinado, buscando en todo momento ofrecer soluciones de capacitación que apoyen el desarrollo profesional de los empleados. Adicionalmente, través de la implementación intensiva de la tecnología y el uso eficiente de los recursos, en el año 2013 la actividad formativa estuvo alineada plenamente a los planes estratégicos de la Institución, concentrándose en las siguientes áreas de conocimiento: management, RRHH y cultura, finanzas, innovación & tecnología, negocio - cliente, idiomas, habilidades y requerimientos legales.

En relación a la modalidad de formación en línea, en este último ejercicio se aumentó el número de cursos disponibles en la plataforma de formación e-campus, pasando de 415 a 492 actividades, tanto locales como globales. Para incentivar la activa participación de los empleados, se aplicó una potente estrategia comunicacional a fin de impulsar cada curso y programa de interés para el negocio, dando especial énfasis al curso Calidad de servicio.

Entre los programas e iniciativas de formación más relevantes y de mayor impacto emprendidas en este último ejercicio, destacan:

**Programa de desarrollo directivo.** Contando con la participación de 35 empleados (entre gerentes de oficina, responsables de área,

Formación	2013	2012	2011
<b>Inversión total en formación (en miles de Bs.)</b>	15.800.000	13.107.323	9.864.000
<b>Inversión en formación por empleados (en Bs)</b>	2.711,52	2.411,21	1.735,09
<b>Horas de formación impartidas</b>	255.733	259.507	212.740
<b>Horas de formación por empleados</b>	20,8	21,7	19,80
<b>Actividad formativa mediante e-learning (%)</b>	91,60%	98,65%	86,70%
<b>Empleados que han recibido formación en el año (%)</b>	97,09%	100,00%	93,44%

Alcance: BBVA Provincial

gerente CVD y directores de cuentas BEI), se realizó la 15ª edición del programa de desarrollo directivo, el cual tiene como objetivo desarrollar entre los participantes una visión global de la organización y un entendimiento profundo del contexto competitivo en el que se enmarca la actividad, así como potenciar las habilidades para dirigir personas y enfocar la gestión hacia la excelencia en la atención al cliente. Por séptimo año consecutivo, se contó con el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) para la ejecución de los módulos formativos.

**Programa de liderazgo corporativo.** Este programa se inició en 2009, alineado a la Escuela de Management del Grupo BBVA. En esta oportunidad, se celebró la décima edición de este programa de formación, dirigido al colectivo pre directivo a fin de ofrecerles nuevas herramientas y potenciar sus conocimientos en materia de liderazgo y conducción de equipos de trabajo. En esta edición participaron 29 empleados, quienes recibieron 44 horas de capacitación, labor centrada en el autoconocimiento y en el desarrollo del liderazgo individual. Esta iniciativa es complemento del programa de desarrollo directivo (PDD) y a la fecha han participado 443 empleados.

**Programa de supervisión y liderazgo.** En el marco de las acciones de gestión diferenciada, dirigida a los cargos supervisorios o futuros jefe de grupo, se llevaron a cabo dos nuevas ediciones del programa de supervisión y liderazgo, contando con la participación de 25 empleados. Esta iniciativa busca desarrollar habilidades de supervisión haciendo énfasis en la seguridad y el éxito de los colaboradores, equipos de trabajo y unidades organizativas. Este programa se estructura en 2 módulos, de 16 horas cada uno y con un intervalo de un mes entre ellos, permitiendo al participante presentar un proyecto final relativo a las herramientas y habilidades desarrolladas y contando con la asesoría y el seguimiento de un coach.

**Programa de formación integral Banca de Empresas e Instituciones (BEI).** Alineado al plan estratégico del Banco, esta actividad formativa centra la atención en la diferenciación de la calidad de servicio, así como en la personalización y la exclusividad, incentivando la captación de clientes de alto valor. Su principal objetivo es formar profesionales reconocidos por sus valores y ética, sólida formación integral, capacidad emprendedora, liderazgo y trabajo en equipo, comprometidos con el desarrollo del sector productivo y de la sociedad en general. En este programa participaron 127 profesionales (directores de cuentas BEI y ejecutivos de empresas).

**Programa de formación directores CVD y gerente BEI.** Se realizó el programa de formación y certificación en riesgo, dirigido a 32 empleados (16 nuevos directores de Canales de Venta Directa y 16 gerente BEI), quienes reforzaron conocimientos y potenciaron el uso de herramientas de gestión, fortaleciendo las buenas prácticas y la excelencia en la atención al cliente.

**Programa de formación ejecutivos VIP.** En su primera edición, este programa se impartió a 56 profesionales de la red de oficinas, proporcionándoles conocimientos de las diferentes áreas, productos, servicios, canales y herramientas que les permiten la

Canales de Formación (%)	2013	2012	2011
<b>Formación Presencial</b>	51%	49,17%	55,99%
<b>Formación a través de e-learning</b>	49%	50,83%	44,01%

Alcance: BBVA Provincial



identificación, comprensión y determinación de las variables inherentes a la actividad de los clientes de este segmento, brindándoles una visión integral para lograr asentar mayores estándares en la calidad de servicio.

**Programa de fuerza de venta integral líder BBVA.** Es un programa corporativo on line que está orientado al personal supervisorio, buscando mejorar la eficiencia y los rendimientos de los equipos de la fuerza de ventas. Este programa lo finalizaron exitosamente 73 empleados, quienes recibieron un certificado internacional de la Universidad Tecnológica de Monterrey.

**Campañas motivacionales.** Durante todo 2013 se fortalecieron las campañas motivacionales para incentivar la participación de los empleados en las diversas propuestas on line. Entre ellas, destacan las campañas para calidad de servicio, producto turismo, diversidad de género, Net Cash, escenarios comerciales, plan de continuidad del negocio, Twitter, entre otros del catálogo global.

**Programa ¡depende de ti!** Por séptimo año consecutivo se realizó a nivel nacional esta iniciativa que se enmarca en un proceso de auto postulación, en donde el empleado tiene la oportunidad de participar en actividades de esparcimiento intelectual y físico, ofreciéndoles herramientas para lograr un mejor equilibrio entre lo personal y profesional, incidiendo en su calidad de vida, además de fortalecer valores familiares. Con una duración promedio de 3 horas, se llevaron adelante las siguientes actividades: Pintura sobre madera; La actitud es todo; Hablamos, hablamos y no nos entendemos; Cómo ejercer la autoridad con los hijos; Cómo me vinculo con la rabia; El secreto para ser delgado; Muchas razones para ejercitarse; entre otras. Se desarrollaron más de 21 cursos a nivel nacional, participando más de 679 empleados.

En cuanto a los programas continuos de formación que potenciaron su gestión en el año 2013, destacan:

**- Carrera al éxito:** se formaron 357 nuevos administrativos multifuncionales de la red comercial, apoyándolos en el desarrollo de destrezas para garantizar un desempeño eficaz en sus puestos de trabajo.

**- Liderazgo de servicios:** 142 empleados a nivel nacional participaron en las actividades Excelencia en el servicio y

Manejo de conflictos, con el fin de reforzar las habilidades en la atención del cliente, impactando de forma positiva en la calidad de servicio.

**- Programa de Inglés:** se llevaron a cabo 3 ediciones del programa mixto de inglés (presencial y on line), dirigido a 433 empleados que según su perfil funcional requieren dominar este idioma. Dentro de esta línea, se incorporó el programa Inglés para todos vía e-campus, con la finalidad de apoyar a los empleados interesados en aprender este idioma, incentivando el autodesarrollo.

## Pasión por las personas

Este programa corporativo es un elemento fundamental de la propuesta de valor ofrecida a los empleados, buscando potenciar la satisfacción personal y el orgullo derivado de trabajar y ser parte de BBVA Provincial. En este sentido, se gestionan acuerdos con distintas compañías en beneficio de los colaboradores quienes disfrutan de importantes descuentos en la compra de una amplia gama de productos y servicios; además de ejecutar iniciativas para promover, tanto entre los empleados como entre sus familiares, el deporte, la cultura y el sano esparcimiento.

Las acciones llevadas a cabo en este período en el marco de este importante programa, fueron las siguientes:

**Alianzas estratégicas.** Se dio continuidad a esta línea de acción, incorporando un mayor número de empresas con las que la Institución establece convenios en beneficio de sus empleados, logrando de esta manera ampliar la oferta de productos y servicios con descuentos especiales para este colectivo. Estas promociones especiales se organizan en temporadas específicas o a lo largo de todo el año. Entre las alianzas más relevantes que se establecieron en este ejercicio, están las tiendas Beco, la empresa hotelera Casa del Sol en la Isla de Margarita, la estética Vellísimo y las agencias de viajes Quo Vadis, Regional Marketing y Molina Viajes.

**Ferias especiales.** Se organizaron dos ferias este año, una dirigida a celebrar el Día Internacional de la Mujer y la otra se trató de una Feria Navideña, contando en ambos casos con la participación de una amplia variedad de proveedores que ofrecieron sus productos y servicios a los empleados a precios competitivos.

### 7ma. Carrera - caminata siembra valores y aprecia la vida.

Evento deportivo desarrollado por BBVA Provincial y el Fondo Nacional Antidrogas (FONA), con la intención de promover el sano esparcimiento y la práctica de actividades deportivas entre empleados, familiares, clientes y la comunidad en general, incluyendo la activa y ejemplar participación de personas con discapacidades. La Institución organiza esta carrera-caminata todos los años y se celebra de forma simultánea en España y en la mayoría de los países de Latinoamérica en donde el Grupo BBVA tiene presencia. En esta última edición, se amplió el número de participantes de 2.800 (año 2012) a 4.000 personas.

**4ta. edición Marea azul.** Como parte de la agenda de actividades recreativas y de sano esparcimiento que ofrece el Banco a sus empleados y familiares, orientadas a reforzar vínculos y el sentido de pertenencia, entre los meses de julio y septiembre se realizaron una serie de recorridos en Parques Nacionales de diferentes regiones del país, de entre 3 y 6 kilómetros de distancia. Se llevaron a cabo un total de 12 actividades, contando con la activa participación de aproximadamente 1.843 personas. Como una innovación, este año la actividad organizada en la ciudad de Caracas se denominó Marea azul sobre ruedas, ya que los participantes realizaron la ruta en bicicletas.

Asimismo, es importante destacar que esta iniciativa forma parte del Proyecto de Prevención Integral Social de BBVA Provincial que coordina la Institución junto con el Fondo Nacional Antidrogas (FONA), orientada al fortalecimiento de valores.

## Beneficios sociales y otras iniciativas

En el último ejercicio, se fortaleció y dio continuidad a la gestión de una serie de beneficios sociales que reciben los empleados en retribución de su esfuerzo y dedicación, tratándose de iniciativas que buscan favorecer su calidad de vida, correspondiente a obligaciones legales, acuerdos contractuales y beneficios no contractuales.

**Obsequio especial de Navidad.** Por séptimo año consecutivo se festejó la época decembrina con todos los colaboradores de la



Institución, otorgándoles un obsequio especial, tratándose de bienes perdurables, funcionales y que incentiven la realización de actividades de esparcimiento familiar. Adicionalmente, este año se sortearon 33 paquetes turísticos para dos personas a la Isla de Margarita y Los Roques.

**Beneficio de útiles escolares.** Reafirmando su compromiso con la educación, por cuarto año se brindó a los empleados con hijos en edad escolar una ayuda económica para la adquisición de los útiles escolares. Esta iniciativa benefició a 2.585 niños y jóvenes, quienes cursan estudios de educación básica y media, con edades entre 6 y 15 años.

**Revisiones salariales.** Reiterando su compromiso y la competitividad BBVA Provincial dentro del sector bancario en cuanto a la remuneración de sus profesionales, el eje clave de cada revisión salarial es fortalecer las condiciones económicas y calidad de vida de todos y cada uno de los empleados. Como es habitual, en 2013 se realizaron dos revisiones salariales (abril y

Histórico de incrementos	2013	2012	2011
	32%	27%	32%



octubre), logrando aplicar un incremento salarial extraordinario para toda la plantilla en la segunda revisión del año.

**Aumento beneficio de alimentación.** A partir del mes de octubre se logró incrementar este beneficio de forma significativa, contemplando el siguiente esquema: colaboradores con ingresos mensuales de hasta 3 salarios mínimos, reciben Bs. 1.365 mensuales aproximadamente; y aquellos con ingresos mensuales de más de 3 salarios mínimos, se les otorga aproximadamente Bs. 1.177 al mes.

**Incentivación variable.** Esta retribución, denominada dentro de la organización como bonificación DOR/AOR, es otorgada a los empleados que por su desempeño, cumplimiento de objetivos y ética profesional se hacen merecedores de esta compensación económica. La incentivación variable beneficia al 100% de la plantilla elegible, siendo un claro elemento de diferenciación con respecto del mercado de referencia, al tiempo que es un factor que refuerza el vínculo del talento humano con la Institución.

**Jornada en familia sembramos valores.** Por cuarto año consecutivo se llevó a cabo esta iniciativa, enmarcada en el proyecto de prevención integral social de BBVA Provincial, coordinado junto al Fondo Nacional Antidrogas (FONA). En estas jornadas se promueve la prevención en el consumo de drogas, a través de acciones preventivas y deportivas que fomentan la integración y el trabajo en equipo, fortaleciendo valores individuales, familiares y laborales, así como los lazos afectivos y compromiso de los empleados con el Banco. Estas actividades se llevaron a cabo en las ciudades de Barquisimeto, Puerto La Cruz, Mérida, Maracaibo, Porlamar, Valencia y Caracas, contando con la entusiasta participación de 1.315 personas, entre empleados y familiares.

**Planes vacacionales 2013:** Sembrando valores para la vida. Como es tradición en la Institución, cada año se celebra una nueva edición de los planes vacacionales, beneficio dirigido a los hijos de los trabajadores, quienes participan en actividades de sano esparcimiento y que fortalecen valores familiares y ciudadanos. En esta ocasión se realizaron dos tipos de planes, campamentos de día y de pernocta, contando con la participación de 560 niños y adolescentes. Los campamentos se organizaron en las ciudades de Caracas, Valencia, Barquisimeto, Maracaibo, San Cristóbal, Puerto Ordaz y Maracay.

**Beneficio tickets juguetes.** En el mes de diciembre fue otorgado nuevamente este beneficio, el cual favoreció a 3.578 hijos de empleados (hasta 12 años de edad), quienes recibieron tickets juguetes por un valor de Bs. 625.

**Gestión social:** Con el fin de facilitar a los empleados los trámites para el pago de impuestos, en esta oportunidad del Municipio Libertador, se organizó un operativo especial en las instalaciones del Centro Financiero Provincial para la actualización de la ficha catastral, la solvencia del derecho de frente y el pago de trimestres del vehículo. Adicionalmente, se llevó a cabo un operativo en coordinación con el Servicio Administrativo de Identificación, Migración y Extranjería (SAIME) que permitió a 607 colaboradores renovar sus cédulas de identidad.

**Servicio de Atención al Empleado (SAE) continúa evolucionando.** El SAE potencia su gestión y continúa incentivando el uso de sus canales entre los empleados, garantizando respuesta oportuna y eficaz a los requerimientos de los colaboradores, ofreciendo toda la información relativa a los procesos de RRHH, así como la referente a las políticas y

modelos de gestión del personal. Su canal AutoSAE demostró una evolución significativa en este último ejercicio, al obtener 16.790 accesos en este período, lo que representa un aumento de 443% con respecto al año anterior. En cuanto a la gestión del global de canales, se lograron los siguientes resultados:

- Llamadas recibidas al 31/12/2013: 46.916.
- Correos recibidos al 31/12/2013: 15.155.
- Consultas Autogestionadas en el SAE: 2.508.

## Club Social y Deportivo Provincial

Desde su creación y como una iniciativa única en el sector bancario nacional, el Club Social y Deportivo Provincial promueve actividades de recreación y deportivas, incidiendo de forma favorable en una mejor calidad de vida del personal y su núcleo familiar directo, quienes cuentan con estas instalaciones para su disfrute y esparcimiento, además de tener una unidad de transporte desde el Centro Financiero Provincial hasta la sede del club en Mampote.

Fomentando la práctica de actividades deportivas y el espíritu de trabajo en equipo, se llevaron a cabo las siguientes iniciativas:

**Torneos multiempresarial 2013: Copa 60 Aniversario.** Los encuentros se realizaron a lo largo del año, en las disciplinas: softbol (participaron 12 equipos internos, con un total de 216 atletas), baloncesto (contó con 1 equipo interno y 11 equipos de otras empresas, agrupando a 168 atletas) y fútbol sala (compitieron 2 equipos internos y 16 externos, con un total de 252 atletas).

**Torneo interno: Copa 25 Aniversario Club Provincial.** Este torneo se celebró en el último trimestre del año, con el objeto de propiciar una mayor integración entre los empleados del Banco, contando con la participación de 5 equipos de fútbol sala y 5 equipos de baloncesto, involucrando a 140 atletas.

**Torneo multiempresarial: Copa Navidad 2013.** Celebrado entre los meses de noviembre y diciembre, en esta actividad participaron 140 deportistas, quienes conformaban 10 equipos de baloncesto y 10 de fútbol sala.

Con la intención de promocionar y reforzar sus actividades culturales- recreativas para el disfrute de empleados y familiares, durante este ejercicio se organizaron diversos eventos y celebraciones en el marco de diferentes festividades:

- Carnavales.
- Semana Santa.
- Día de la Madre.
- Día del Niño.
- Día del Padre.
- Programa vacacional (dirigido a hijos y otros familiares de los socios).
- Celebración de los cumpleaños del mes (nueva iniciativa).
- Celebración del 25 Aniversario del Club.
- Fiesta navideña.

Adicionalmente, se concretó la inauguración de un salón de recreación, en donde los niños y jóvenes que asisten al club pueden practicar de forma gratuita ping-pong, hockey, fútbol de mesa, ver películas y disfrutar de una gran variedad de juegos de mesa. En este espacio también se presentan obras de teatro infantil.

## Gestión de Beneficios para el Personal

Obligaciones legales		
Beneficio	Población beneficiada	Inversión ejecutada en Bs.
Ticket Alimentación (Sodexo Pass)	Empleados	51.336.704,4
Guardería	Hijos de empleados de 0 a 6 años de edad	6.162.740,1
Bono Vacacional	Empleados	73.699.130,3
Servicio de Salud y Riesgo Laboral	Empleados	7.937.371
Seguridad Social (1)	Empleados	331.165.626,8
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>470.301.572,6</b>

(1) Incluye las contribuciones del SSO, nuevo régimen de prestaciones sociales sencillas, nueva LOTT, INCES, paro forzoso y política habitacional.  
Alcance: BBVA Provincial

Acuerdos contractuales		
Beneficio	Población beneficiada	Inversión ejecutada en Bs.
Créditos hipotecarios	Empleados	162.887.934,4
Créditos de vehículos	Empleados	20.966.602,4
Becas para estudios (1)	Empleados	42.458,2
Contribución funeraria	Empleados	261.200
Póliza HCM	Titular, cónyuge, hijos, padres y hermanos	77.273.964,7
Seguros accidentales laborales (2)	Empleados	23.620,7
Aporte caja de ahorros	Empleados	10.936.937,1
Dotación de uniforme	Empleados	6.732.390,6
Prima por bonificación de matrimonio	Empleados	11.100
Subsidio familiar	Empleados	123.584,4
Nacimientos (3)	Empleados	42.000
Juguete navideño	Hijos de empleados de 0 a 12 años	2.505.411
Plan vacacional	Hijos de empleados de 4 a 15 años	3.469.340
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>285.276.543,5</b>

(1) Para el financiamiento de estudios de pregrado y postgrado.

(2) Cubre los casos de accidentes, incapacidad y fallecimiento laborales.

(3) Beneficio que se otorga a los empleados activos por cada hijo nacido durante la vigencia del contrato colectivo.

Alcance: BBVA Provincial

Beneficios no contractuales		
Beneficio	Población beneficiada	Inversión ejecutada en Bs.
Ayuda social	Empleados, cónyuge, hijos, padres y hermanos	51.000
Subsidio comedor	Empleados	12.014.290
Subsidio estacionamiento	Empleados	250.000
Chequeo médico tutorial	Alta dirección	376.870,5
Obsequio navideño	Empleados	9.000.000
Libro infantil	Hijos de empleados de 0 a 12 años	331.025,09
Útiles escolares	Hijos de empleados de 6 a 12 años	2.758.049,6
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>24.781.235,3</b>

Alcance: BBVA Provincial

## Condiciones laborales

### Convención colectiva de trabajo

A finales del año 2012 el Ministerio del Trabajo ordenó la continuación de la tramitación del proyecto de convención colectiva con el sindicato preexistente y procedió a notificar y convocar a BBVA Provincial para dar inicio al acto de instalación de la negociación del contrato colectivo. Después siete meses y de una serie de subsanaciones de forma ordenadas por el Ministerio del Trabajo, en el mes de octubre de 2013 la Institución fue notificada de la homologación del contrato colectivo.

Dentro de las cláusulas más novedosas incluidas en el nuevo texto homologado, destaca el reconocimiento del Código de Conducta y Reglamento de Disciplina como instrumentos normativos que rigen los comportamientos éticos dentro de la Institución, así como la inclusión de los valores referidos a la honestidad, respeto, cooperación, responsabilidad, tolerancia, sencillez y humildad como pilares clave. Asimismo, avala la administración de la política salarial en función a la meritocracia, esfuerzo y resultado del aporte de cada trabajador y reconoce los sistemas electrónicos del Banco como plena prueba para la solicitud de los anticipos de fideicomiso, así como el establecimiento de la Intranet como principal canal para la notificación de los recibos de pago a todos los trabajadores, ya que actualmente según la Ley Orgánica del Trabajo de los Trabajadores y Trabajadoras debe entregarse mensualmente y de forma detallada con cada aporte o deducción realizada.

### Comité de disciplina laboral

El Comité de Disciplina Laboral de BBVA Provincial ha consolidado y fortalecido su función y actividad dentro de la Institución, logrando contar con el compromiso y apoyo de los empleados como garantes del cumplimiento de los más estrictos estándares de comportamientos éticos, factor clave en la generación de valor y requisito indispensable para preservar la confianza en la Institución.

Expedientes disciplinarios	2013	2012	2011
Sobreseimientos	6	21	15
Sanciones	64	197	133
Despidos a causa de sanciones	33	38	68
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>256</b>	<b>216</b>

Alcance: BBVA Provincial

Asuntos contenciosos	2013	2012	2011
Actuaciones de los órganos de la administración de expedientes disciplinarios cerrados	17	32	19
Reclamaciones individuales	62	56	55
Conflictos colectivos	0	0	0
Actuaciones de los órganos de la administración	97	95	105
<b>Total de reclamaciones individuales más actuaciones de los organismos de la administración</b>	<b>159</b>	<b>151</b>	<b>160</b>

Alcance: BBVA Provincial

### Seguridad y salud laboral

La iniciativa más relevante ejecutada en esta materia, fue la inauguración en abril de 2013 del Centro de Salud Integral de BBVA Provincial, enmarcado en el compromiso de la Institución con su capital humano. Este centro cuenta con un gimnasio y un servicio médico, estando inscritos a cierre de diciembre más de 780 colaboradores, superando la meta inicialmente prevista.



Adicionalmente, como todos los años, se realizaron diversos operativos y jornadas de atención al empleado y su núcleo familiar directo, entre estas acciones destacan:

- Jornada de ecografía integral en el Centro Financiero Provincial (atendió a 273 trabajadores).
- Jornadas odontológicas gratuitas para los empleados y sus hijos (participaron 138 adultos y 112 niños, entre 3 y 13 años de edad).
- Jornada oftalmológica en la red de oficina y beneficio de financiamiento en la adquisición de cristales y monturas (se atendió 83% del personal de la red).
- Jornada oftalmológica en el CFP (participaron 304 empleados).
- Jornada ginecológica en el CFP (atendió a 72 trabajadoras).
- Jornada de vacunación antigripal AH1N1 gratuita para los empleados y sus hijos.
- También se realizaron jornadas de despistaje de glicemia, osteoporosis, várices y dermatológica.

En esta misma línea de actuación, se concretó una alianza estratégica con la unidad odontológica Dentalana, ofreciendo el servicio de blanqueamiento dental en las instalaciones del Centro Financiero Provincial, con un porcentaje de descuento.

Con el fin de ofrecer una atención integral a todos los empleados, la Institución brinda atención psicológica y un servicio de pausa activa y terapia ocupacional, en donde se atiende un promedio de 139 colaboradores al mes. También se cuenta con un servicio de laboratorio permanente, en donde los empleados pueden realizarse más de 300 tipos de exámenes a precios especiales y recibir los resultados en sus puestos de trabajo.

## Bienestar y salud

Conscientes que la mejor manera de garantizar una buena salud física y mental es a través de la prevención, a lo largo de 2013 los empleados recibieron 55 artículos informativos en materia de seguridad y salud laboral, desarrollando temas como: Comienza el año 2013 sin dolores, Muchas razones para ejercitarse, Formación de brigadistas, Día Mundial de No Fumar, Aprendamos a comunicarnos, entre otros. Apoyando esta labor, se dictaron 12 charlas de seguridad y salud laboral a nivel nacional, formando aproximadamente a 212 colaboradores.

Ya en el ámbito de seguridad laboral, en el segundo semestre del año se realizaron simulacros de desalojos parciales (por pisos) en el Centro Financiero Provincial, con el fin de entrenar y preparar a los empleados en la correcta aplicación de los procedimientos en casos de emergencias. Asimismo, se gestionaron 62 inspecciones por parte del Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laboral (Inpsasel), atendiendo los requerimientos establecidos por los órganos competentes.

## Evaluaciones periódicas

Adicional a las jornadas de salud, la Institución también realiza evaluaciones médicas (físicas y bioquímicas) periódicas a su personal, ejecutadas en este último ejercicio y que se dirigieron a los siguientes colectivos:

- Equipo del Centro Financiero Provincial (1.193 empleados).



- Personal de la red de oficina en Gran Caracas (1.148 empleados).
- Personal de la red de oficina en el interior del país (2.301 empleados).
- Evaluaciones de pre-empleos (776 nuevos ingresos).
- Evaluaciones tutoriales (45 miembros del colectivo directivo).

Tasa de Absentismo	2013	2012	2011
	2,78%	2,80%	2,02%

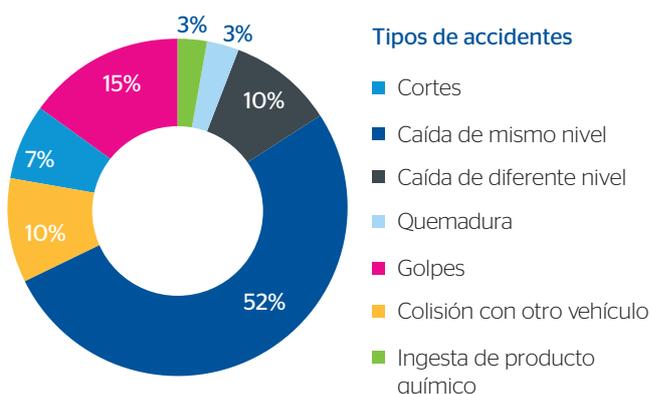
Alcance: BBVA Provincial

## Consultas curativas

Se prestó asistencia médica por enfermedades comunes a un total de 2.444 empleados del Centro Financiero Provincial y de las oficinas aledañas. En materia de consultas ocupacionales, los profesionales en medicina ocupacional atendieron a 118 trabajadores con posibles patologías relacionadas con las actividades laborales.

## Accidentalidad

En cuanto al seguimiento y control de accidentes, se mantuvo la actualización de las estadísticas inherente a esta materia, arrojando a cierre del ejercicio los siguientes resultados: ocurrieron 40 accidentes laborales, de los cuales 17 fueron en el Centro Financiero Provincial y 23 en la red de oficinas; siendo todos declarados ante el Inpsasel en los lapsos previstos en la Ley.



## Comunicación interna

Durante el último ejercicio, se siguió fortaleciendo el uso de los canales internos como medio principal para mantener informado a todo el equipo de BBVA Provincial sobre los diferentes programas e iniciativas que lleva adelante la Institución en beneficio de sus grupos de interés, bajo criterios de transparencia, accesibilidad y dinamismo. La gestión de comunicación interna está alineada a la realidad del Banco, a su cultura corporativa, valores, principios y a su plan estratégico, impulsando la consecución de las metas propuestas y un mejor clima laboral.

Los canales internos están a disposición de todas las áreas de la organización para difundir sus proyectos y actividades, labor apalancada en una amplia variedad de canales, en su mayoría canales digitales a fin de reducir el uso de papel e impactando de forma positiva en la preservación del medio ambiente, además de imprimir mayor agilidad y eficiencia a la gestión, garantizando su acceso a todos los empleados.

## Gestión de canales internos

- Revista entorno digital: 3 ediciones regulares y 1 edición especial "60 Aniversario".
- Carteleras: 22 ediciones (periodicidad quincenal).
- Dossier de comunicaciones internas: 48 ediciones (periodicidad semanal).
- Intranet (local y corporativa): se gestionaron y publicaron 263 noticias en el año.
- Videos para Embajadores BBVA: Se produjo el video con María Fátima Da Silva (gerente de la oficina Valencia Zona Industrial) como parte del programa corporativo Embajadores BBVA, el cual está orientado a contar historias de personas destacadas a fin de transmitir la diversidad existente en el Grupo, con protagonistas de las distintas áreas de negocio y servicios centrales, de diferentes géneros y lugares de procedencia que a través de sus experiencias proyectan la filosofía, la manera de trabajar y de acercarse a los clientes que tiene BBVA.
- Videos para noticieros audiovisuales corporativos (BBVA América del Sur Noticias): se coordinó la grabación de 12 entrevistas a diversos voceros del Banco sobre temas relacionados con estrategias, campañas y promociones para clientes, nuevos productos y servicios, premios y reconocimientos, inversión en tecnología y proyectos impulsados por la Fundación BBVA Provincial para este informativo mensual.
- Videos para canales internos locales: en las ediciones de la revista entorno digital se incorporaron 6 videos sobre las diversas iniciativas desarrolladas por la Institución. Además, se realizó un video especial con el presidente ejecutivo del Banco, Pedro Rodríguez Serrano, con motivo de la celebración del 60 Aniversario.

## Iniciativas desarrolladas

- **Concurso de Dibujo 2013:** en esta última edición se contó con la participación de 60 niños, hijos de empleados de entre 6 y 12 años de edad. La propuesta ganadora fue de Brayant Bande, con 9 años de edad, hijo de la empleada Isabel Trujillo; su dibujo se

BBVA Provincial

60 años



Que esta Navidad sea una ocasión especial para compartir con alegría y optimismo junto a tus seres queridos.  
**Deseamos que el 2014 sea un año de muchos éxitos y metas alcanzadas.**

  
Pedro Rodríguez Serrano  
Presidente Ejecutivo

convirtió en la Tarjeta de Navidad de BBVA Provincial para empleados y relacionados.

- **Convocatoria interna Ruta BBVA:** en el concurso interno que realizó el Grupo BBVA a nivel mundial para seleccionar a los participantes de la Ruta Quetzal BBVA 2013: "De la Selva del Darién a la Europa de Carlos V", tres hijos de empleados de BBVA Provincial resultaron ganadores: Gorbi Quintana, Paola Barito y Jairo González, quienes formaron parte de esta gran expedición. Asimismo, en el mes de noviembre se inició la convocatoria para hijos de empleados del Banco, nacidos en 1997 y 1998, para participar en la Ruta BBVA 2014.
- **Campaña para la prevención del fraude:** bajo el lema "Si seguro", se continuó reforzando la labor iniciada en el año 2011 a través de la campaña comunicacional interna orientada a la prevención del fraude. En este sentido, se difundieron a toda la plantilla piezas relacionadas con tips de seguridad y medidas a poner práctica para evitar el fraude, resguardo de la información, protección en el uso de dispositivos móviles, recomendaciones para tener una oficina segura. De igual forma, como culminación de cada una de las series temáticas, se realizaron trivias internas para medir el conocimiento obtenido por los empleados acerca de los puntos tratados.
- **Campaña Valores:** En el último trimestre del año se desarrolló una campaña comunicacional orientada a motivar y reforzar en los empleados valores fundamentales para una mejor convivencia, tales como: tolerancia, comprensión, colaboración, entre otros.

## Compras responsables

Ratificando la premisa de que BBVA Provincial integra una gestión responsable en todas sus actividades, la gestión de aprovisionamiento de bienes y servicios también refleja este principio, estableciendo en ella variables ambientales, sociales, éticas y de gobierno corporativo, claramente enmarcadas en su política de compras responsables.

## Política de compras

La relación del Banco con los proveedores se rige por su Código de Conducta y se basa en el respeto a la legalidad, integridad, concurrencia, objetividad, transparencia, creación de valor, confidencialidad y en la igualdad de oportunidades. Asimismo,

reiterando su compromiso con los valores impulsados por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, aspira a que sus proveedores compartan tales principios en materia social y medio ambiental.

La función y actividad de compras se encuentra enmarcada en la política corporativa de compras responsables, en la cual se integran aspectos sociales y medio ambientales en el proceso de aprovisionamiento que se lleva adelante en la organización, estableciendo de esta manera el marco de actuación de sus profesionales en este ámbito. Esta política tiene entre sus objetivos:

- Asegurar la mejora continua del proceso de aprovisionamiento, basado en los principios de responsabilidad corporativa.
- Estimular la demanda de productos, servicios y/o proyectos socialmente responsables.
- Establecer las medidas adecuadas para optimizar los impactos derivados de sus decisiones de compra y contratación en la sociedad.
- Proporcionar información completa, precisa y transparente en su gestión.
- Velar por el cumplimiento de los requisitos legales aplicables en materia de derechos humanos, laborales y de medio ambiente por parte de todos los involucrados en estos procesos.
- Asegurar que la selección de proveedores se ajusta a la normativa interna y, en especial, a los valores del Código de Conducta.
- Fomentar la colaboración con proveedores para garantizar el cumplimiento de esta política.

## Sistema de homologación de proveedores

Con la intención de asentar mayores estándares de eficiencia en la gestión y garantizar la concurrencia en torno a sus valores y principios en materia de responsabilidad corporativa, en 2013 la Institución siguió avanzando en el proceso de homologación a fin de contar con un registro de proveedores confiables, ya

que a través de una evaluación exhaustiva se busca acreditar su adecuación a los niveles de calidad requeridos y validar que compartan sus principios sociales y medio ambientales.

Tales avances se evidencian con la homologación de 90 proveedores en este ejercicio, proceso que se efectuó en base a las exigencias establecidas para asegurar que éstos cuenten con la capacidad productiva, técnica, financiera y calidad comercial necesarias. A cierre de diciembre de 2013, se contaba con un registro de 228 proveedores debidamente homologados, brindando al proceso de adjudicación una mayor alternabilidad, objetividad y transparencia.

## Gestión de outsourcing

La Institución cuenta con procedimientos y normativas debidamente documentadas que definen el marco y la política de actuación para realizar el pago responsable a los proveedores. Los pagos se realizan en base a las contrataciones de bienes y servicios necesarios para el desenvolvimiento operativo y tecnológico del Banco, tomando en consideración criterios como calidad del bien o servicio, oportunidad y relación costo-beneficio.

Se dispone de herramientas tecnológicas (sistema Ceprobank) que permiten mantener un adecuado control sistemático sobre los pagos realizados, ya sea por proveedor, tipo de servicio, naturaleza, importe, entre otros. Adicionalmente, permiten definir y gestionar factores de control interno para mitigar riesgos operacionales de:

- Integridad.
- Exactitud.
- Propiedad.
- Veracidad.
- Oportunidad.

Previo ejecución del proceso de pagos, ya sea a proveedores nacionales o internacionales, el Banco se asegura que esta

Uso de la Herramienta de Gestión			
	2013	2012	2011
Número de negociaciones electrónicas	952	1.175	917
Número de pedidos electrónicos	742	966	698
Número de referencias solicitadas contra catálogo electrónico	210	209	219

Alcance: BBVA Provincial

Homologación de proveedores			
	2013	2012	2011
Número de proveedores homologados	228	143	137
Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación	47	51	52
Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación	41	41	41

Alcance: BBVA Provincial

Principales proveedores														
N° de proveedores clasificados por volumen de facturas														
Menos de Bs. 275 Miles			Bs. 275 miles			Bs. 825 miles			Mas de Bs. 2.750 miles			TOTAL Proveedores		
			Bs. 825 miles			Bs. 2.750 miles								
2013	2012	2011	2013	2012	2011	2013	2012	2011	2013	2012	2011	2013	2012	2011
609	959	982	164	205	185	121	116	96	133	113	112	1.027	1.393	1.375

Alcance: BBVA Provincial

operativa esté apegada a la legislación que aplica en cada caso y contar con la debida documentación que soporte dicha gestión, bajo los principios de transparencia y formalidad. En este sentido, se revisa en detalle la formalidad de las facturas, adecuado cumplimiento en los deberes impositivos, formalización de los acuerdos de servicios mediante contratos debidamente registrados, entre otros.

Adicionalmente, se realizan evaluaciones a los proveedores que prestan servicio al Banco, estableciendo un perfil cualitativo y cuantitativo, dando relevancia a los valores éticos. Alineado a su principio de responsabilidad, la Institución se asegura de cumplir y que se cumplan todas y cada una de las cláusulas contractuales acordadas y documentadas entre ambas partes, garantizando la adecuada prestación del servicio, en contraprestación de los pagos acordados, en cuanto a calidad y oportunidad respectivamente.

## Herramientas de gestión y aprovisionamiento

Como parte integral del proceso de aprovisionamiento, la Institución cuenta con la plataforma electrónica Adquira que facilita las relaciones comerciales y favorece los niveles de servicios ofrecidos por el área de Compras al resto de unidades del Banco, reduciendo los tiempos de negociación e integrando la información en un único sistema. Esta herramienta establece los criterios y características necesarios para generar adjudicaciones de forma eficiente y transparente, garantizando el cumplimiento de las condiciones negociadas por los intervinientes y alcanzando los estándares de calidad requeridos con un costo diferenciado.

En 2013 el proceso de aprovisionamiento de las solicitudes de bienes y servicios efectuadas por las diferentes unidades, generó 742 adjudicaciones como resultado de las negociaciones establecidas, gestionadas de forma eficiente y resaltando 271 adjudicaciones electrónicas realizadas mediante eventos de múltiples etapas que son finalizados por medio de una subasta a través de Adquira, generando la concurrencia y pluralidad entre los proveedores.

Adicionalmente, con el propósito de generar mayor eficiencia en la actividad de aprovisionamiento de bienes y servicios, considerando motivos operativos o de especialización, desde el área de Compras se delegó en varias unidades del Banco la facultad de efectuar compras bajo un modelo de delegación supervisado, en el cual se encuentran definidas y delimitadas las funciones, con mecanismos de control que aseguran la ejecución de los procesos según los criterios establecidos.

Bajo esta modalidad que se ha iniciado como una delegación menor, se concretaron 127 adjudicaciones a diversos proveedores, por un monto de Bs. 1.292.320,41, optimizando los tiempos de respuesta y garantizando en todo momento la transparencia del proceso de aprovisionamiento.

## Medio ambiente

En materia medio ambiental y comprometida con el desarrollo sostenible, la Institución sigue trabajando en la concreción de importantes objetivos, entre ellos, la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> y el consumo de papel, agua y energía, a través de la puesta en marcha de diversas acciones que reduzcan su huella ambiental, tales como la digitalización de la documentación para

conseguir el ahorro de papel, la instalación de sistemas de climatización e iluminación inteligentes, la gestión energética de edificios y oficinas, además de continuar con sus programas de reciclaje y sensibilización, entre otras iniciativas.

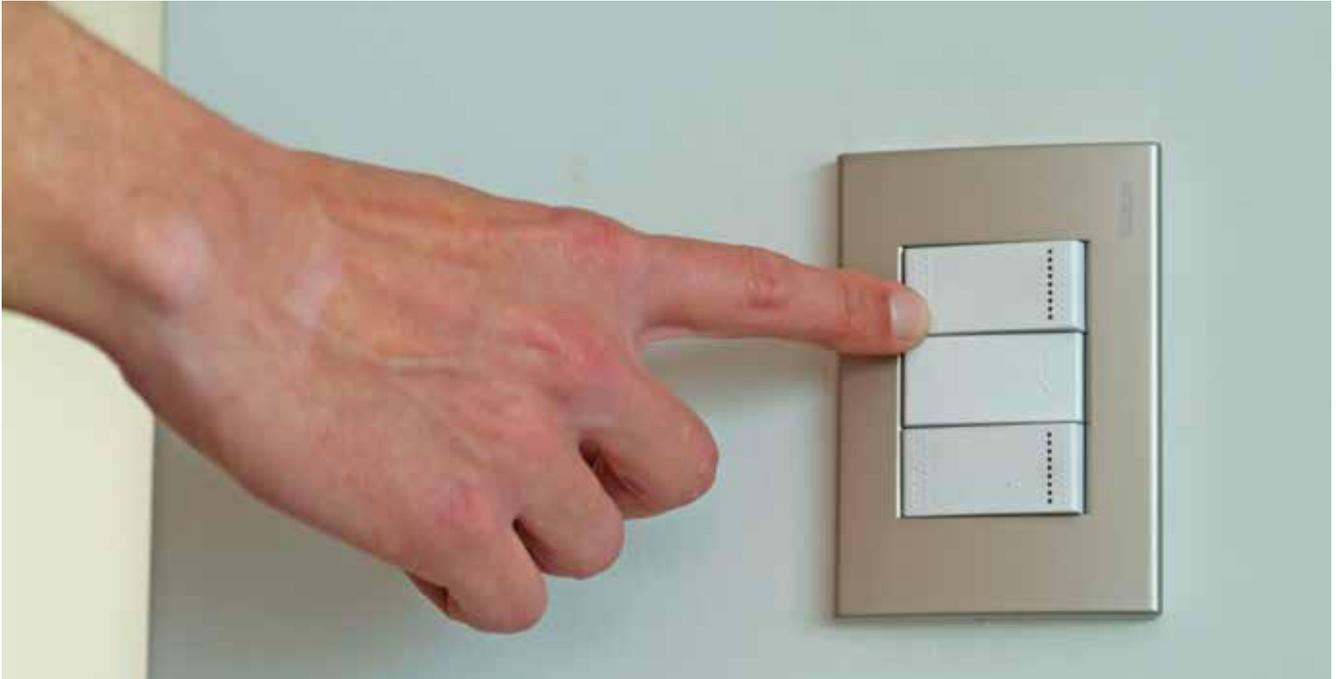
## Política corporativa medio ambiental

Teniendo como fundamentos una gestión ambiental sostenible y contribuir a la preservación del medio ambiente, el Grupo BBVA cuenta con una política medioambiental en donde se recogen los compromisos y objetivos que se ha planteado la organización en este importante ámbito de actuación, siendo aplicada en cada uno de los países en donde está presente. En este sentido, BBVA Provincial desarrolla su actividad en base a los lineamientos contemplados en esta política medio ambiental, consciente que como entidad financiera tiene un impacto en el entorno, ya sea de forma directa a través del consumo de recursos (electricidad, agua, papel, etc.) inherentes a la gestión de sus inmuebles o de manera indirecta a través de los productos y servicios que ofrece a sus clientes, por lo que se ha planteado como meta ser cada día más ecoeficiente.

En cuanto a los objetivos más relevantes planteados en la política corporativa medio ambiental, tenemos:

1. Cumplir la normativa medio ambiental vigente donde el Grupo BBVA opera.
2. Mejorar continuamente la identificación y gestión de los riesgos





medioambientales de las operaciones financieras y de inversión del Grupo.

3. Integrar las variables ambientales en el desarrollo de productos y servicios financieros.
4. Ecoeficiencia en el uso de recursos naturales, fijación y cumplimiento de objetivos de mejora establecidos en el plan global de ecoeficiencia.
5. Gestionar los impactos directos a través de un sistema de gestión ambiental basado en la ISO 14.001 y otras certificaciones ambientales reconocidas.
6. Influir positivamente en el comportamiento ambiental de los grupos de interés a través de la comunicación, concienciación y sensibilización sobre la importancia del medio ambiente como variable adicional de gestión empresarial y personal.
7. Informar, concienciar, sensibilizar y formar a sus empleados en materia ambiental.
8. Apoyar el mecenazgo, el voluntariado y la investigación medioambiental.
9. Apoyar a las principales iniciativas de lucha y prevención del cambio climático.

Esta política corporativa medio ambiental es coordinada por el Comité de ecoeficiencia y compras responsables de BBVA, teniendo entre sus funciones la revisión y actualización periódica de este marco normativo, así como garantizar su cumplimiento en toda la organización.

## Plan global de ecoeficiencia (PGE)

La política medio ambiental corporativa está alineada a los compromisos suscritos por el Grupo BBVA con algunas de las más importantes iniciativas internacionales que promueven una gestión ambiental sostenible. Como respuesta integral a este compromiso, se diseñó un plan global de ecoeficiencia para el período 2008 - 2012, el cual contempló inicialmente entre sus

objetivos reducir el consumo de energía eléctrica en un -2%; dada la extensión de este plan hasta el año 2015, la reducción de consumo de energía en la organización debe alcanzar un -3%

Así como este objetivo, el plan global de ecoeficiencia está orientado al uso eficiente de los recursos, reducción de la huella ambiental y, de forma integral, a contribuir a la preservación del medio ambiente, por esta razón, en 2013 el Banco emprendió diversos proyectos y acciones en torno a este ámbito de actuación:

- Sustitución de lámparas con bombillos fluorescentes tipo T-12 (4 x 40 watt) por lámparas con bombillos tipo T-8 (3 x 32 watt), en 95% de la red de oficinas y en todo el Centro Financiero Provincial.
- Sustitución de aires acondicionados por equipos con nueva tecnología con mayor ratio de eficiencia energética, esta actividad se concretó en 30% de las oficinas y en la sala de cómputos ubicada en el Centro Financiero Provincial.
- Implementación y actualización de sistema de telegestión de los equipos de aire acondicionado y alumbrado en el Centro Financiero Provincial, así como en 50 oficinas de la red comercial.
- En el Centro Financiero Provincial se instalaron variadores de velocidad y controladores del encendido y apagado de los motores del sistema de bombeo de aguas blancas, disminuyendo el consumo de energía por parte de este sistema en aproximadamente 50%.
- Instalación de un sistema de mitigación de armónicos y corrección del factor de potencia para los 12 ascensores del Centro Financiero Provincial.
- Sustitución de cuatro anuncios corpóreos en las fachadas del Centro Financiero Provincial con el texto BBVA Provincial, incluyendo el sistema de alumbrado con módulos LED.

También en esta línea, se impulsó la campaña "Soy consciente, consumo eficiente", desarrollada por el Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica, la cual promueve las políticas de uso racional y eficiente de este recurso. Adicionalmente, como una iniciativa interna, la Institución emprendió una

campana comunicacional, dirigida a todos sus empleados a nivel nacional, a fin de promover buenos hábitos que incidan en la reducción del consumo eléctrico y papel.

## Sensibilización ambiental

Con el objetivo de fomentar la conciencia ecológica entre los empleados y sus familiares, reforzando la práctica de hábitos ecoeficientes e impactando de manera positiva en la conservación del medio ambiente, la Institución dio continuidad a su Programa Interno de Reciclaje, coordinado desde el área de Servicios Generales y la Fundación BBVA Provincial. Este proyecto cuenta con el apoyo de la Recuperadora Fino Fino como aliado estratégico, empresa responsable de la recolección y traslado de los desechos para su reciclaje, que a su vez incorpora la participación de jóvenes y adultos que actualmente se encuentran en período de rehabilitación social en la Fundación Renacer.

Además de los contenedores para reciclaje ubicados permanentemente en el Centro Financiero Provincial, la desincorporación semestral de cajas con documentos no vigentes y la campana comunicacional interna de sensibilización medio ambiental, el Programa Interno de Reciclaje amplió su alcance a la Carrera Caminata de BBVA

Provincial 2013, ofreciendo a los participantes de este evento puntos de recolección para los residuos de plástico.

En este último ejercicio, también se dio continuidad a las iniciativas relativas a la donación de cartuchos de tóner, papel, aluminio y plástico, procedentes de la gestión de residuos que lleva adelante la Institución, a diferentes fundaciones y organizaciones de acción social. Se mantiene la donación de los cartuchos de tóner a la Fundación Amigos del Niño que Amerita Protección (Fundana), en apoyo a su programa "Hasta el último cartucho" y que contempla su venta a empresas de reciclaje, generando un ingreso fijo que favorece la gestión de esta organización y la ayuda que brinda a niños que han sido víctimas de maltrato, abandono o negligencia. El papel, aluminio y plástico son donados a la Fundación Renacer.

Entre otras acciones llevadas a cabo para impulsar la gestión medioambiental, dos empleados de la Institución, de las áreas de Riesgo y Servicios Generales, asistieron al Programa de capacitación virtual sobre análisis de riesgos ambientales y sociales (ARAS), con una duración de 30 horas, organizado por The United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP FI), una iniciativa de Naciones Unidas para entidades financieras.

## Gestión Indicadores Medio Ambientales

Consumo de electricidad			
	2013	2012	2011
Electricidad consumida (Kwh)	61.557.673,25	56.411.818,31	89.116.886,52
Electricidad consumida por empleado (Kwh)	11.557,96	10.611,70	16.509,24

Nota: Para el año 2012 BBVA Provincial realizó un cambio en el cálculo para el consumo de electricidad.

Consumo de papel			
	2013	2012	2011
Total papel consumido (Kg.)	286.989,78	266.213,89	239.615,64
Papel consumido por empleado (Kg.)	53,88	50,07	44,38

Gestión de residuos			
	2013	2012	2011
Toners (Kg)	374,4	335,6	388,4
Papel reciclado (Kg)*	84.349	50.180**	3.951*
Aluminio / latas (Kg)*	171	192	83
Plástico (Kg)*	934	6.289	296

\* Nota: Data registrada de julio - diciembre de 2011. Alcance solo Centro Financiero Provincial (Programa interno de reciclaje).

\*\*Nota: Data registrada de julio-diciembre 2012, alcance a nivel nacional.

Consumo de agua			
	2013	2012	2011
Total agua consumida (m3)	155.659,85	243.431,69	661.991,41
Agua consumida por empleado (m3)	29,23	45,79	122,63

Nota: Para el año 2012 BBVA Provincial realizó un cambio en el cálculo para el consumo de agua.

Consumo de combustible			
	2013	2012	2011
Total gasoil consumido (Lt)	111.306	184.059,00	146.483

Videoconferencias			
	2013	2012	2011
Videoconferencias	570	482	357
Salas equipadas con videoconferencias	18	9	9
Audioconferencias	0	0	0
Telepresencias	67	76	58

Nota: Desde 2011 las audioconferencias no son gestionadas por el área que consolida esta data, sino directamente por cada dependencia.

Viajes en Auto			
	2013	2012	2011
<b>Kilómetros automóviles de directivos</b>	331.277	324.450	298.513
<b>Kilómetros automóviles de empleados</b>	420.824,94	290.077,81	381.210,38

Nota: Todos los indicadores medio ambientales están contruidos con alcance BBVA Provincial.

Viajes en Avión			
	2013	2012	2011
<b>Tramos menores a 500 Km.</b>	16.346	172.497	158.927
<b>Tramos entre 500 y 1.600 Km.</b>	269.986	1.539.538	1.401.597
<b>Tramos mayores a 1.600 Km.</b>	7.282.227	3.338.653	4.381.582

# Compromiso con la sociedad

Impulsando programas e iniciativas con un alto impacto social y con una visión a largo plazo.

Durante el año 2013, se dio continuidad a los diferentes programas e iniciativas de acción social que lleva adelante la Institución a través de su Fundación BBVA Provincial, además de emprender nuevos proyectos de relevancia, logrando de esta manera consolidar su compromiso de responsabilidad corporativa y afianzar su labor en beneficio del conjunto de la sociedad.

La Fundación BBVA Provincial es una organización sin fines de lucro responsable de gestionar la inversión social del Banco, inversión que representa el aporte voluntario del 1% del beneficio neto obtenido por la entidad en cada ejercicio y que está principalmente dirigida a los programas ejecutados directamente por la Fundación, teniendo como ejes clave la educación y la cultura, además de apoyar diversas iniciativas de acción social. La inversión ejecutada en 2013 ascendió Bs. 51.133.124,65, recursos administrados con los más sólidos criterios de transparencia, excelencia y racionalidad.

El incremento de la inversión social en este último ejercicio también representó la incorporación de nuevos proyectos al portafolio de programas e iniciativas sociales que lleva adelante la Fundación, desarrollando innovadoras acciones educativas en materia de emprendimiento y educación financiera, además de fortalecer sus programas permanentes y de fecunda trayectoria en las áreas de educación y cultura, aportando de esta manera el máximo valor posible y equilibrado a sus grupos de interés.

Entre los principales objetivos y premisas que incentivan la labor del equipo de trabajo de la Fundación BBVA Provincial, destacan:

- Aportar una mayor utilidad social a través de su gestión.
- Contribuir a un mayor acercamiento entre BBVA Provincial y la sociedad en su conjunto.
- Fortalecer las actividades orientadas a evitar la deserción escolar y la promoción de valores relacionados con el trabajo en equipo y el bien común entre niños y jóvenes venezolanos.
- Incentivar un mayor conocimiento de la población en materia de educación financiera y emprendimiento, factores clave para potenciar el desarrollo social.
- Propiciar el acercamiento a la lectura por parte de niños y jóvenes, así como del resto de integrantes de su núcleo familiar.
- Divulgar el trabajo de diversas tendencias artísticas, a fin de aportar diálogos en relación a la promoción cultural del país.
- Apoyar proyectos de alto impacto a través de alianzas estratégicas con organizaciones de desarrollo social de reconocida trayectoria.

Estas premisas se vieron materializadas en la gestión de 2013, una gestión que además fue avalada por diferentes entes y organizaciones a través del otorgamiento de una serie de premios

Inversión Social en 2013 de BBVA Provincial	
Área de actuación	Aportación monetaria (Bs.)
Educación	30.679.874,79
Cultura y acción social	10.226.624,93
Comunicación	10.226.624,93
<b>Inversión Social 2013</b>	<b>51.133.124,65</b>

Alcance: BBVA Provincial

y reconocimientos realizados a los programas e iniciativas sociales de la Fundación BBVA Provincial.

## Compromiso con la educación

### Programa Becas de Integración

Este programa educativo cada año beneficia a 4.500 estudiantes a nivel nacional, provenientes de zonas humildes, que cursan sus estudios de secundaria en 100 colegios subsidiados por la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) y de la red Fe y Alegría. Con esta iniciativa se busca incentivar la inserción social y la permanencia de jóvenes de escasos recursos en el sistema educativo, a través del otorgamiento de becas destinadas al pago de sus matrículas de inscripción, mensualidades, textos escolares y uniformes.

En la búsqueda de beneficiar a aquellos alumnos que más lo necesiten y reconocer a quienes demuestren mayor constancia y empeño en sus estudios, para la selección de los becados se toman en consideración variables como la situación socio-económica de cada joven y su rendimiento académico.

Con la intención de brindarles mucho más que un apoyo económico, acompañándoles de forma integral en su desarrollo personal, en junio de 2013 la Fundación BBVA Provincial entregó a todos los beneficiarios del programa un kit de obsequio con material informativo extensivo a sus familias, como una manera de contribuir a la sensibilización, formación de valores y habilidades para la vida. Asimismo, propiciando una mayor vinculación entre los estudiantes que forman parte de esta iniciativa, se creó el blog [www.becasdeintegracion.blogspot.com](http://www.becasdeintegracion.blogspot.com) para mantener una comunicación más cercana y directa, y en donde los becados pueden tener acceso a la agenda de actividades que emprende la Fundación, generando una comunidad de beneficiarios con intereses comunes.

En sus cinco años de gestión el mayor logro de este programa son los jóvenes beneficiarios que han culminado exitosamente sus estudios de bachillerato, cifra que a la fecha asciende a 3.576 jóvenes que cuentan con las herramientas necesarias para

favorecer su integración en la sociedad. En el año 2013, con el apoyo de esta iniciativa se graduaron 946 estudiantes. Estos logros reiteran la relevancia de esta labor, siendo uno de los pilares de la política de responsabilidad social en la Institución, conscientes de la importancia que tiene la educación en el desarrollo social y económico del país, impulsando programas educativos con una visión a largo plazo.

### Programa Papagayo: 15 años de trayectoria

Con la misión de educar en valores, a través de la promoción de la lectura y la escritura creativa en niños de 6to. grado de Educación Primaria de escuelas públicas adscritas a las gobernaciones de estado y subsidiadas por la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) en todo el país, en 2013 este programa pedagógico de la Fundación BBVA Provincial celebró 15 años de trayectoria. A lo largo de estos años y entre sus principales logros, ha beneficiado a más de 57 mil niños y a 2.068 docentes e igual número de escuelas a nivel nacional; calculando que más de 290 mil personas, entre la comunidad educativa y grupos familiares, también han resultado favorecidas indirectamente por su efecto multiplicador.

En torno a la ejecución de su décima quinta edición, la cual contó con la participación de 4.797 estudiantes y 196 profesores y escuelas, durante el primer semestre se trabajó en la fase de formación de los docentes en la didáctica Papagayo, dando continuidad a la aplicación del programa en sus dos modalidades: la presencial, desarrollada en los estados Anzoátegui, Carabobo, Falcón, Lara, Miranda, Nueva Esparta, Portuguesa, Táchira, Zulia y Distrito Capital; y la modalidad en línea (segundo año de su prueba piloto), con la participación de escuelas de todo el país, ampliando el alcance de esta iniciativa. Los participantes que culminaron con éxito esta fase, recibieron un diploma acreditado por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), institución educativa que avala la formación docente de este programa.

Es de destacar que a lo largo de estos 15 años la didáctica Papagayo se ha visto fortalecida y consolidada, orientada a promover la comunicación de ideas, estrategias y reflexiones pedagógicas, para favorecer la formación en valores y propiciar la lectura y la escritura creativa, y de esta manera:



- Contribuir al desarrollo educativo del país, mediante la promoción de valores relacionados con el trabajo en equipo y el bien común.
- Promover la lectura y la escritura en los docentes y niños participantes.
- Fortalecer una cultura del mérito en los escolares y docentes a través de un sistema de premiación que les brinde oportunidades y nuevos aprendizajes.
- Contribuir al avance del conocimiento en el campo educativo, mediante publicaciones que registran la experiencia del programa.

Como parte de las estrategias del Programa Papagayo, también se llevó a cabo el Concurso de Creación Literaria 2013, incentivo para lograr los objetivos relativos a la lectura, la escritura creativa y la promoción de valores. El jurado encargado de realizar la selección del mejor libro y la mejor creación literaria, estuvo integrado por profesionales de trayectoria vinculados al mundo de la literatura, tales como: Sonia González, poetisa, fundadora y directora de un reconocido grupo de teatro; Javier Sánchez, facilitador de talleres para niños y promotor del plan de lectura del Ministerio del Poder Popular para la Cultura; y Cybele Peña, profesora de teoría de la Literatura Infantil.

Este jurado dictaminó como docente ganadora de esta última edición a María Inés Olano, de la Unidad Educativa Pedro Torres Rojas del estado Zulia, quien guió a sus alumnos en el proceso de construcción del libro "Los cuenteros de La Cañada". Y como niño ganador a Wilker José Aguilar Brito, por su creación literaria "Un viaje sideral", la cual forma parte del libro "Sensaciones de un mundo de letras" de la U.E. Anatilde Salcedo del estado Monagas.

En este período, también se realizó una jornada de evaluación del Programa Papagayo durante sus 15 años de trayectoria, contemplando la formación docente tanto en la modalidad presencial como los resultados de las pruebas piloto de la versión en línea, analizando el comportamiento de los beneficiarios, el interés de docentes, alumnos y escuelas, las ventajas que ofrece la tecnología y la aspiración de incrementar el número participantes. Como resultado de esta actividad, se concluyó que a partir de la próxima convocatoria esta iniciativa se transforma en el Concurso Programa Papagayo, desarrollado a través de la página web de la Fundación BBVA Provincial ([www.fundacionbbvaprovincial.com](http://www.fundacionbbvaprovincial.com)).

El Concurso Programa Papagayo para el período escolar 2013-2014, se inició en el mes de octubre de 2013, convocando a docentes y escuelas de 5to. y 6to. grado de todo el país, quienes participan en esta iniciativa a partir de enero de 2014. Para ello, contarán con un aula abierta en donde estarán disponibles los contenidos de la guía de actividades, materiales y recursos audiovisuales, elementos de apoyo para llevar a cabo la didáctica Papagayo, conservando los lineamientos y principios del programa, garantizándoles a los participantes asesoría en línea durante todo el proceso de creación.

En este último año, además de concretarse la transformación y evolución del Programa Papagayo, también se vio avalada la gestión de este programa educativo y su fecunda trayectoria a través de una serie de reconocimientos y premios que recibió la Fundación BBVA Provincial, entre ellos:

**- Premio Cívico por la Caracas Posible 2013:** esta distinción se recibió en la Categoría Experiencia de Responsabilidad Social Empresarial,

otorgado por la Asociación Civil por la Caracas Posible que busca promover el trabajo de diversos actores en la promoción de un modelo de ciudad más humana, digna y participativa.

**- Mejor Programa de Responsabilidad Social Empresarial, Premios ANDA 2013:** en la edición 55 de los Premios de la Asociación Nacional de Anunciantes, Programa Papagayo fue reconocido como mejor programa de responsabilidad empresarial, dado el impacto de esta iniciativa en el desarrollo educativo del país.

**- Postulación al Premio Ibby Asahi de Promoción de la Lectura:** Programa Papagayo fue postulado por el Banco del Libro, con la recomendación de la Cámara Venezolana del Libro (Cavelibro), al premio Ibby Asahi de Promoción de la Lectura, creado por la Organización Internacional del Libro Juvenil y patrocinado por la compañía periodística Asahi Shimbun. Este premio está dirigido a proyectos desarrollados por grupos o instituciones cuyas actividades se consideren un aporte perdurable a la promoción de la lectura para niños y jóvenes. Los resultados se darán a conocer en 2014, mediante acto público en la Feria del Libro de Bolonia y la premiación se realizará en México.

## Programa Emprendimiento Social

Conscientes que a través de la innovación y el emprendimiento se logra la transformación y el progreso social, y que los jóvenes son los principales generadores de este proceso de cambios, desde el año 2011 la Fundación BBVA Provincial lleva adelante un programa de emprendimiento social, buscando fortalecer la capacitación de la población venezolana en este importante ámbito de actuación, además de promover e incentivar la generación de nuevas ideas y emprendimientos. Premisas clave que en 2013 se materializaron en la puesta en marcha de las siguientes iniciativas:

### Cátedra de Emprendimiento Fundación BBVA Provincial:

En alianza con la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y con el propósito de estimular y fomentar el emprendimiento en la sociedad venezolana, desde 2012 se desarrolla la Cátedra de Emprendimiento Fundación BBVA Provincial, con miras a entregar un futuro ciudadano dispuesto a crear microempresas y/o negocios organizados y sistematizados, desde una perspectiva de un negocio o de emprendimientos sociales que aporten al crecimiento y desarrollo del país, mediante la formación y capacitación en temas que potencien las habilidades emprendedoras entre sus participantes.

Esta cátedra contempla tres modalidades:

- Una formación para estudiantes de pregrado de todas las carreras de la UCAB (electiva de emprendimiento), en la que participaron en su más reciente edición 85 estudiantes, la cual contempló un concurso al mejor plan de negocio presentado por los alumnos como producto final, cuyo premio para el ganador consistió en la extensión de su formación con un curso de emprendimiento en el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA).
- El programa de formación profesional en emprendimiento que también forma parte de esta iniciativa, está dirigido a personas interesadas en formarse en temas de emprendimiento social sostenible o llevar a cabo su idea de negocio, brindándoles las

herramientas necesarias para desarrollar eficazmente sus proyectos. Bajo esta modalidad se formó a 40 emprendedores.

- Otro eje clave de este programa es la formación comunitaria, dirigida a miembros de las comunidades vecinas a la universidad y de otros sectores con necesidad de apoyo en esta materia, con ideas emprendedoras o negocios en marcha que deseen potenciarlos. Este taller contempla 8 sesiones presenciales con módulos relacionados a las empresas, finanzas y modelos de negocio, además de incluir un módulo especial enfocado en el emprendimiento como un proyecto de vida, el cual permite a los participantes desarrollar habilidades y herramientas para afrontar distintas situaciones y garantizar en mayor medida el éxito de su emprendimiento. En 2013 se dictaron 48 cursos bajo esta modalidad, beneficiando a 877 emprendedores comunitarios.

La Fundación también apoyó diversas iniciativas enmarcadas en este ámbito, entre ellas, la Feria de Emprendedores Comunitarios de la UCAB que se celebró en el marco del 60 Aniversario de la Universidad Católica Andrés Bello y de BBVA Provincial, contando con la participación de 40 emprendedores formados en el programa; la Jornada de Asesoría Económica Itinerante, en la cual los beneficiarios del programa recibieron asesoramiento adicional para la culminación de su plan de negocio; el Foro Perfil del Emprendedor, jornada de formación especial que contó con la asistencia de 200 participantes del programa para potenciar sus habilidades emprendedoras; y en el marco de la celebración de la Semana Mundial del Emprendimiento, en el mes de noviembre se patrocinó la Expo-Servicios Emprendedores y Microempresarios, actividad que incluyó una agenda de charlas en esta materia.

Adicionalmente, la Fundación BBVA Provincial transmitió a través del canal de televisión ValeTv un micro informativo para dar a conocer su programa de emprendimiento social, con la intención de sensibilizar al público acerca de la relevancia del emprendimiento para el progreso del país y que a través de la

educación y capacitación de los emprendedores venezolanos se garantiza el éxito de los proyectos y se contribuye al crecimiento nacional.

## Concurso Actívate y Emprende:

Con la finalidad de promover entre los jóvenes la generación de ideas y de nuevos emprendimientos que potencien el desarrollo social, ambiental y económico, entre junio y noviembre de 2013 se llevó adelante el Concurso Actívate y Emprende, iniciativa impulsada por la Fundación BBVA Provincial y coordinada a través de Ashoka Venezuela, la cual busca convertir a los jóvenes en líderes de un cambio social positivo, ofreciéndoles la asesoría, herramientas y un capital semilla para la ejecución y puesta en marcha de sus emprendimientos.

En este concurso participaron emprendedores de entre 18 y 25 años de edad, quienes presentaron sus proyectos con objetivos claros y que pretenden mejorar o solucionar de modo sostenible un problema de su entorno, así como propuestas innovadoras relacionadas con los sectores de educación, salud, turismo, tecnología, redes sociales y web 2.0. En total se recibieron 54 proyectos de diferentes grupos, cuyos equipos de trabajo estuvieron integrados por 270 jóvenes, entre los cuales se preseleccionaron las 12 mejores ideas en base a los siguientes criterios: impacto social, ambiental y económico del emprendimiento en la comunidad; creatividad e innovación; alcance y capacidad para ser replicada; así como viabilidad y potencial de sostenibilidad.

Entre septiembre y octubre, los equipos de los proyectos finalistas recibieron asesoría por parte de expertos para que completarán su plan de acción, proceso requerido para llegar a la fase final. Para seleccionar a los ganadores, los finalistas también presentaron sus propuestas en un programa radial y posteriormente el público pudo votar a través del web site del concurso por la mejor idea, tratándose de 1 de los 10 puntos que el jurado valoró para la selección final.





Los proyectos Corazones sin Frontera (Edo.Bolívar) y EcoWiFi (Edo. Carabobo) fueron seleccionados como los mejores, los cuales recibieron como premio un capital semilla de Bs. 60.000 cada uno, monto entregado por etapas y de acuerdo a la naturaleza del proyecto, además de recibir asesoría y seguimiento por parte de Ashoka Venezuela durante seis meses. Asimismo, se concedió un aporte de Bs. 20.000 a los 10 emprendimientos que quedaron entre los finalistas, como un reconocimiento a las propuestas presentadas.

## Programa Educación Financiera

La educación financiera es una de las prioridades estratégicas en materia de responsabilidad corporativa para el Grupo BBVA, conscientes que una decisión informada contribuye a una mejor situación financiera personal, facilita la gestión del riesgo a las entidades y fortalece el sistema financiero. Bajo esta premisa, BBVA Provincial a través de su Fundación concretó en 2013 el lanzamiento del web site "Adelante con tu Futuro", un espacio interactivo que brinda al público en general acceso a información de interés relacionada con conocimientos básicos financieros.

Con este portal, disponible en [www.fundacionbbvaprovincial.com](http://www.fundacionbbvaprovincial.com), la Institución reafirma su compromiso en promover la educación financiera, como vía para impulsar una mayor calidad de vida en la sociedad venezolana, ofreciendo un contenido formativo e informativo adaptado a cada colectivo: niños y adolescentes, jóvenes y adultos, familia y tercera edad.

La sección de niños y adolescentes, contiene aspectos básicos para fomentar la valoración y la importancia del dinero y del ahorro, para ello, los pequeños cuentan con un juego interactivo denominado "La gran aventura del ahorro"; además, en esta sección se ofrece a los padres orientación para incentivar entre sus hijos un mejor uso del dinero. Para los jóvenes y adultos, la familia y las personas de la tercera edad, el portal cuenta con un contenido más amplio, en un lenguaje sencillo y manejable para todo público, acerca de cómo manejar correctamente sus finanzas y qué premisas clave deben considerar a la hora de contratar un producto financiero, además de acceder a un simulador de presupuesto para calcular sus ingresos y gastos mensuales.

Los usuarios también disponen de una sección de protección de datos y prevención del fraude, con recomendaciones para garantizar la seguridad en el uso de sus claves y en sus operaciones en cajeros automáticos, Internet y cheques.

## Programa Voluntariado Corporativo

Durante este año, la Unidad de Recursos Humanos del Banco en sinergia con la Caja de Ahorros de los Trabajadores de la Organización Provincial (CAEMPRO), y con el apoyo de la Fundación BBVA Provincial, impulsaron el programa de voluntariado corporativo dando oportunidad a un mayor número de empleados de participar en diferentes acciones de voluntariado, entre ellas:

- Celebración del Día del Niño en la Villa de los Chiquiticos de la Fundación de Amigos del Niño que Amerita Protección (Fundana). Un grupo de 111 empleados de la Institución participó en esta actividad, con la intención de compartir un día de esparcimiento y brindar compañía y cariño a los niños que son acogidos en esta organización. Asimismo, realizaron un donativo de alimentos y artículos de higiene personal entregado a Fundana, para potenciar su gestión y en beneficio de los 90 niños que hacen vida en la Villa de los Chiquiticos.
- Donativo de juegos educativos y material didáctico a niños del Hospital Clínico Universitario. En la temporada navideña, un grupo de 500 empleados participó en la donación y entrega de juegos educativos y material didáctico (cuentos, colores, plastilina, etc.) en el Hospital Clínico Universitario, donativo dirigido a más de 500 niños en estado de hospitalización permanente en dicha institución de salud.

Adicionalmente se mantuvieron las iniciativas de voluntariado que emprende la Fundación BBVA Provincial a través de sus programas educativos y que buscan vincular en mayor medida a los empleados con dicha labor, convirtiéndoles en protagonistas del proceso de cambio y transformación que impulsan estos programas. Como todos los años, los empleados voluntarios potenciaron la gestión de Programa Papagayo, participando de forma activa en la realización de los talleres presenciales de formación docente y en los actos de premiación estatales y nacional del Concurso de Creación Literaria.

Con estas iniciativas se busca sensibilizar y fortalecer la conciencia social de los empleados de la Institución en torno a las necesidades de las comunidades, brindándoles la oportunidad de apoyar de forma activa y potenciar la labor que en materia de responsabilidad social emprende BBVA Provincial.

## Compromiso con la cultura

### Programa Expositivo

Como todos los años, la Fundación BBVA Provincial presentó en sus espacios culturales dos muestras expositivas, potenciando la misión de promover la cultura y el arte en el país, una labor que ha impulsado desde 1998 de forma continua, logrando a la fecha ostentar un amplio y nutrido listado de exposiciones que han apoyado en la divulgación del trabajo y obras de diversas tendencias artísticas, grupos e individualidades.

En reconocimiento a la gestión de la Fundación en esta materia, en mayo de 2013 recibió el **Premio de la Asociación Internacional de Críticos de Arte (AICA)**, capítulo Venezuela y en la categoría Mejor Exposición Colectiva, por la muestra "Orígenes", una visión artística cuya temática fue el río Orinoco, presentada en abril de 2012. El jurado calificador, conformado por los destacados críticos Susana Benko, Katherine Chacón y

Roldán Esteva-Grillet, decidieron otorgar el galardón a esta muestra que reunió el trabajo de Ismael Mundaray, Carlos Medina y Carlos Mendoza, talentosos artistas venezolanos que a través de sus propuestas plásticas ofrecieron un enfoque artístico del reservorio natural más grande de Venezuela: el río Orinoco.

## Exposición “Cruz-Diez en blanco y negro”, del 03 de mayo al 21 de julio.

Apoyando las diversas corrientes contemporáneas del arte y divulgando imágenes del pasado que exaltan el valor patrimonial de escenarios de gran importancia en el mundo actual, se presentó la exposición “Cruz-Diez en blanco y negro”. Un trabajo inédito del gran artista venezolano y universal Carlos Cruz-Diez, que reunió por primera vez la obra fotográfica del maestro, realizada en plena mitad del siglo XX, descubriendo una faceta poco conocida y no divulgada de este insigne artista. Esta muestra recibió 1.671 visitas.

En alianza con el Hotel Tamanaco Inter-Continental, del 01 de agosto al 07 de noviembre, el concepto de esta exposición se trasladó a los espacios del hotel, muestra itinerante que pudieron disfrutar huéspedes y visitantes nacionales e internacionales.

En el marco de esta exposición, la Fundación BBVA Provincial también patrocinó una edición limitada de un libro que lleva el mismo título de la muestra, en la que se recoge la obra fotográfica del maestro Cruz-Diez y con textos del curador Edgar Cherubini.

## Exposición “Ciudad Universitaria de Caracas. Síntesis de las Artes Mayores. Seis décadas 1953-2013.” del 18 de octubre al 6 de diciembre.

Para celebrar el 60 Aniversario BBVA Provincial y los 60 años del inicio del proyecto “Síntesis de las Artes Mayores” que pone en

relieve el patrimonio artístico de la Ciudad Universitaria de Caracas, se organizó esta muestra expositiva con la intención de valorar el alcance de este conjunto de obras decretado Patrimonio Mundial por la UNESCO. Esta iniciativa se concretó gracias a un acuerdo entre el Rectorado de la Universidad Central de Venezuela, la Fundación Fondo Andrés Bello, el Consejo de Preservación y Desarrollo de la Universidad Central de Venezuela y la Fundación Villanueva, con la finalidad de realizar un merecido homenaje a la máxima casa de estudios del país: la Universidad Central de Venezuela.

Esta muestra, que recibió más de 1.300 visitas, contempló obras representativas de los artistas invitados por el maestro Villanueva, realizadas en los años cincuenta, la misma época del proyecto y acompañadas de una referencia documental de los murales y esculturas integrados a la arquitectura de la universidad, como un reconocimiento de esa importante década en la historia del arte en Venezuela. Estas obras representativas fueron creaciones de virtuosos como Jean Arp, Sophie Taeuber-Arp, Miguel Arroyo, Armando Barrios, André Bloc, Alexander Calder, Omar Carreño, Carlos González Bogen, Wilfredo Lam, Henri Laurens, Fernand Léger, Pedro León Castro, Baltasar Lobo, Mateo Manaure, Francisco Narváez, Pascual Navarro, Alirio Oramas, Alejandro Otero, Antoine Pevsner, Héctor Poleo, Braulio Salazar, Jesús Soto, Víctor Valera, Víctor Vasarely y Oswaldo Vigas, así como del propio Carlos Raúl Villanueva.

La exposición “Ciudad Universitaria de Caracas. Síntesis de las Artes Mayores. Seis décadas 1953-2013.” se itineró en los espacios del Hotel Tamanaco-Intercontinental a partir del mes de diciembre y estará expuesta hasta marzo de 2014, para posteriormente ser donada a la Universidad Central de Venezuela.

Como es habitual, ambas exposiciones contaron con una programación complementaria, con actividades y talleres para niños, teatro infantil, conciertos musicales y charlas, tratándose de actividades gratuitas para el disfrute del público en general. Asimismo, para ampliar el alcance de estas iniciativas y ofrecerla a



un mayor colectivo, en la Planta Baja del Centro Financiera Provincial se exhibieron parte de las fotografías y piezas de estas dos muestras.

## Programa Editorial

La Fundación BBVA Provincial desarrolla un programa editorial con el objetivo de promover e incentivar la lectura entre los niños, para ello, cada año edita una publicación infantil original de autores venezolanos, ya sea relativa a temas históricos, ecológicos, tradicionales y literarios, pero siempre buscando aportar un legado de la identidad y diversidad cultural del país.

En el marco de la celebración de los 60 años de BBVA Provincial, la Fundación aumentó el número de publicaciones editadas, ya que publicó el tradicional libro infantil que cada año obsequia a sus diferentes colectivos, y adicionalmente coordinó la edición de una obra que presenta una investigación exhaustiva de la historia de la literatura infantil en el país, además de editar el libro "BBVA Provincial: 60 años haciendo historia con Venezuela".

### Libro infantil 2013: "Cara y Cruz. Primeras monedas venezolanas".

Esta publicación pretende iniciar a los nuevos lectores, de una manera amena, en el conocimiento de las primeras monedas acuñadas en territorio venezolano, en un período determinante de la historia del país, como es la etapa de principios del siglo XIX y que abarca: finales de la Colonia, Guerra de Independencia, conformación y disolución de la República de Colombia (Gran Colombia); además de proporcionarles algunas nociones de numismática, la ciencia que estudia las monedas y que está estrechamente relacionada con la economía, el comercio, la historia y la cultura de los pueblos.

En este libro el lector puede conocer las monedas emblemáticas de la época, 4 acuñadas por los españoles y 5 por los patriotas, que revelan los intentos de unos y otros por concebir una moneda propia. En sus ilustraciones se pueden apreciar los detalles, dibujos y leyendas de su cara (anverso) y cruz (reverso), acompañadas de detalles históricos que dan testimonio del tipo de transacciones económicas de la época.

Con esta publicación, del escritor Pavel Sidorenko e ilustraciones de Oswaldo Dumont, se desea estimular en los niños la capacidad de observar y apreciar estas hermosas piezas numismáticas, así como despertar su curiosidad, interés y entusiasmo por el estudio de las monedas venezolanas y de la historia de Venezuela.

### Panorama Breve de la Literatura Infantil en Venezuela.

En el marco de los 15 años del Programa Papagayo y reforzando el legado de la Fundación en la promoción de la literatura infantil, además de contribuir con el avance del conocimiento en el campo educativo, se editó esta invaluable obra. Esta publicación representa un esfuerzo inédito por recuperar una memoria histórica alrededor de los libros que acompañaron a generaciones de niños desde la Colonia hasta nuestros días, ofreciendo una revisión historiográfica donde se hilvana paralelamente la

construcción de un discurso para la infancia y los principales hitos en el escenario editorial.

En las páginas de este libro, confiadas al escritor venezolano Fanuel Hanán Díaz, se logra recuperar parte de una memoria fragmentada que repasa momentos fundamentales del desarrollo sociopolítico del país, contando con un contenido gráfico que exhibe un patrimonio editorial de gran valor histórico.

Conscientes que la literatura infantil es la columna vertebral de su Programa Papagayo, la Fundación respalda con esta publicación su importancia como discurso vital para recorrer nuestra historia, esperando que este aporte contribuya como legado a las nuevas generaciones. Asimismo, con esta obra se busca enaltecer la calidad de la literatura infantil hoy en día en Venezuela, la cual en cuantiosas ocasiones ha logrado el reconocimiento internacional.

### BBVA Provincial: 60 años haciendo historia con Venezuela.

Esta obra presenta un recuento de lo que han sido los sesenta años de trayectoria del Banco, así como de los acontecimientos más importantes que marcaron la historia del país en estas décadas. Se trata de un merecido reconocimiento a todas las personas que han contribuido al crecimiento y desarrollo de la Institución (empleados, accionistas y clientes), sin cuyo decidido interés y entusiasta participación no hubiera sido posible contar su historia.

Para la edición de esta publicación se contó con la magistral narrativa de la historiadora venezolana Inés Quintero, quien en cada capítulo presenta los hechos históricos y sociales más relevantes que tuvieron lugar en las últimas seis décadas. Hechos enlazados con los detalles de la trayectoria del Banco desde su fundación en 1953 hasta nuestros días, contemplando más de medio siglo de actividades y de continuo crecimiento en el mercado de servicios financieros en Venezuela, contribuyendo con su gestión en el desarrollo económico y bienestar social del país.

### Ruta Quetzal BBVA

Se trata de una iniciativa del Grupo BBVA que refleja su compromiso social, ya que Ruta Quetzal es un viaje que combina la educación en valores, el intercambio cultural y la aventura. En esta oportunidad se celebró su vigésimo octava edición, que conmemoró el V Centenario del Descubrimiento del Océano Pacífico realizado por Vasco Núñez de Balboa en 1513, denominada: "De la Selva del Darién a la Europa de Carlos V".

Como todos los años, para seleccionar a los jóvenes expedicionarios que integrarían la delegación venezolana, la Fundación BBVA Provincial organizó un concurso dirigido a jóvenes nacidos entre los años 1996 y 1997, quienes debían presentar trabajos de creación literaria, musical y plástica, además de un proyecto o idea de emprendimiento para solucionar de modo sostenible un problema detectado en sus comunidades. Como jurado calificador de los trabajos presentados, se contó con la participación de Moisés Morera, consejero cultural de la Embajada de España; Hasdiris Quintana, asesora cultural de la Dirección General para Europa de la Cancillería de Venezuela; y Felisa González, directora de Comunicación e Imagen de BBVA Provincial.



Entre los 21 trabajos recibidos se seleccionaron las mejores cinco propuestas, resultando ganadores los jóvenes: Valentina Castillo, Eduardo Leises, Liliam Rojas, Gorka Sobrevila y Jesús Abreu. Adicionalmente, se desarrolló un concurso interno entre los hijos de los empleados del Banco, seleccionando a otros tres expedicionarios: Gorbi Quintana, Paola Barito y Jairo González.

La delegación venezolana integrada por 8 jóvenes expedicionarios, junto al resto de delegaciones procedentes de 53 países, viajaron a Panamá, atravesaron la Selva del Darién hasta llegar al Mar del Sur, cruzaron el Atlántico hacia España y finalmente se trasladaron a Bélgica para descubrir los lugares en los que vivió y ejerció su poder Carlos de Austria, Carlos V.

En diciembre de 2013 se emprendió la convocatoria para Ruta BBVA 2014, dirigida a jóvenes nacidos en los años 1997 y 1998. Los ganadores vivirán una aventura inolvidable durante los meses de junio y julio de 2014, teniendo la oportunidad de viajar a Perú y España y de descubrir otras culturas, de conocer a jóvenes de otros países iberoamericanos y de vivir experiencias únicas en un viaje que mezcla el estudio y la aventura.

## Otras iniciativas de acción social

Adicional a los programas educativos y culturales de ejecución directa de la Fundación BBVA Provincial, como parte de su gestión y con la finalidad de impulsar proyectos cercanos a las inquietudes sociales, a través de alianzas estratégicas brinda su apoyo a iniciativas de alto impacto que llevan adelante organizaciones de desarrollo social; tales como:

**Niños en la Cumbre. II Temporada:** Se trata de un proyecto social, cultural, deportivo y ambiental, promovido por la Fundación Sagarmatha y Explorart Films, co-patrocinado por la Fundación BBVA Provincial. En 2013 se mantuvo el apoyo a la expedición Niños en la Cumbre, la cual contó con la participación de 21 niños, 14 venezolanos

y 7 nepalíes, quienes vivieron una experiencia de trabajo en equipo, cooperación e intercambio cultural, derribando las barreras geográficas, culturales, materiales, físicas y mentales para alcanzar la cima de las emblemáticas montañas del Himalaya. Durante el segundo semestre de año, a través de Meridiano Tv se transmitieron seis capítulos de una serie televisiva que mostró parte de esta expedición.

**Comité de Alianza Social de Venamcham:** Convencidos de la importancia de fomentar la gestión y el impacto de la responsabilidad social corporativa en Venezuela, la Fundación apoyó diferentes acciones y proyectos organizados por este Comité, tales como: el Foro Perspectivas Sociales 2013 "Promover la cohesión social y el fortalecimiento de la gestión de la responsabilidad social empresarial"; y el XIII Simposio de Responsabilidad Social "Educar y conciliar para la paz", en el cual se presentó la experiencia de 15 años del Programa Papagayo como propuesta didáctica exitosa en Venezuela. Además de patrocinar el Estudio bienestar y diversidad del venezolano: una mirada desde lo psicológico, lo antropológico y lo social; y el VII Directorio de inversión social y empresas.

**Festival de la Lectura de Chacao:** Como todos los años la Fundación BBVA Provincial concretó su patrocinio a este importante evento, tratándose en esta oportunidad de su quinta edición. Organizado por la Cámara Venezolana del Libro (Cavelibro), la Alcaldía de Chacao, la Embajada de España y el Grupo SOB, este festival impulsa el encuentro para el diálogo entre sus miles de visitantes, habilitando un espacio urbano y plural para las letras nacionales e internacionales, fomentando de esta manera la lectura como valor ciudadano.

**Catálogo FIA 2013:** La Feria Iberoamericana del Arte (FIA) es el evento donde comparten un grupo significativo de galerías de la geografía iberoamericana y de gran importancia internacional, mostrando el trabajo que en las artes plásticas domina el mundo artístico contemporáneo. En cada una de sus ediciones se participa a través del patrocinio del catálogo de la feria, diseñado como legado de tan relevante actividad.



**Momentos Vinotinto, por Edo Sanabria:** En la última edición de la Feria Iberoamericana de Arte se incorporó una muestra con una serie de caricaturas del artista y caricaturista Eduardo Sanabria, en donde se mostraba su impresión de jugadas destacadas del fútbol nacional. Esta nueva propuesta de la FIA, la cual acercó a los aficionados del deporte al arte, contó con el patrocinio de la Fundación.

**Carrera 7K y caminata 5K de UNICEF:** Dando continuidad al apoyo que brinda la Fundación BBVA Provincial a la realización de este evento deportivo, se concretó el patrocinio de la V edición esta carrera de UNICEF, la cual tiene como fin la recolección de fondos para potenciar la gestión de su programa social "Más protección, menos violencia" que promueve el buen trato hacia y entre niños, niñas y adolescentes.

**Concierto Los Sabandeiros Sinfónicos y Serenata Guayanesa:** Este concierto se realizó en el marco de la celebración de los 30 años del Teatro Teresa Carreño y fue organizado junto a la Embajada de España en Venezuela, contando con el patrocinio de la Fundación. Fue un evento cultural de gran repercusión dada la larga trayectoria de ambos grupos musicales, además de contar con la participación de la Orquesta Sinfónica Venezuela, Patrimonio Artístico de la Nación. Se ofreció un repertorio de música tradicional iberoamericana, reforzando a través de la música los estrechos vínculos entre Venezuela y España.

**Sistema Nacional de Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela:** Se apoyó su gestión con la dotación de instrumentos musicales para la creación de 24 orquestas regionales de manos de la Fundación Musical Simón Bolívar, órgano rector de Orquestas y Coros Juveniles.

**Instituto María Auxiliadora de la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC):** Se realizó un aporte para la

recuperación de la nueva sede de la Escuela Técnica Popular María Auxiliadora en Güiría, estado Sucre, instalaciones con capacidad para atender a 1.800 alumnos.

#### **Donaciones en apoyo a la gestión de diversas organizaciones:**

En 2013 se brindó aportes a las siguientes instituciones: Asociación Civil Ayúdanos a Ayudar (Asoayud), Asociación Civil Buena Voluntad, Asociación Civil Unamos al Mundo por la Vida (Umplavi), Asociación Provida - Proville, Asociación Venezolana de Padres y Amigos de Niños Excepcionales (Avepane), Banco de Sillas de Ruedas (Bandesir), Dr. Yaso - Payasos de Hospital, Fundación Amigos del Niño con Cáncer, Fundación Cardioamigos, Fundación Center para niños discapacitados con capacidad de sobra, Fundación CIMI, Fundación de Amigos del Hospital San Juan de Dios, Fundación de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Fundación La Salle de Ciencias Naturales, Fundación Nacional Niño Simón, Fundación Operación Sonrisa Venezuela, Fundación Patronato del Hospital de Niños J.M. de los Ríos, Fundación Venezolana Pro-cura de la Parálisis, Fundahígado, Instituto Venezolano para el Desarrollo Integral del Niño (Invedin), Senos Ayuda, Sociedad Anticancerosa de Venezuela, entre otras.

### **Acciones emprendidas por el Club Provincial**

Como parte de su política de responsabilidad social, el Club Social y Deportivo Provincial ofrece sus instalaciones a diversas organizaciones sin fines de lucro, para el desarrollo de actividades deportivas y recreativas que permitan promover el sano esparcimiento de sectores de escasos recursos. Bajo esta directriz, en el año 2013 se apoyaron las siguientes iniciativas:

**Proyecto Socio Educativo Victoria Diez:** Un grupo de 48 niños, provenientes de los sectores más desfavorecidos de la parroquia

San Bernardino, disfrutaron de las instalaciones deportivas del Club durante un día.

**Fundación Voces de Milagros:** Se otorgó un día de esparcimiento a 24 niños de la Orquesta y Coral Voces de Belén de Guaremas.

**Escuela de Béisbol Menor “Luis Camaleón García”:** Con el objetivo de incentivar la realización de actividades deportivas entre los hijos de los empleados de BBVA Provincial y otros niños y jóvenes procedentes de comunidades cercanas al Club, durante todo 2013, el campo de Softbol se prestó para las prácticas y los juegos semanales de esta Escuela de Béisbol Menor. La población beneficiada se estima en 75 niños aproximadamente. Asimismo, el club ofreció sus salones para el fichaje de peloteros y concedió un aporte monetario para la adquisición de los uniformes de los jugadores y entrenadores.

## Acciones emprendidas por CAEMPRO

Desde el año 2007, la Caja de Ahorro de los Trabajadores de la Organización Provincial (CAEMPRO) lleva adelante la Campaña quiero una sonrisa en esta Navidad, en donde la solidaridad y la cooperación de los empleados hace posible la recolección de juguetes a ser donados a niños de comunidades menos favorecidas en la época navideña.

En esta ocasión se realizaron donaciones de juguetes en cuatro comunidades de los estados Miranda, Vargas y Distrito Capital, a través de las siguientes organizaciones sin fines de lucro:

**Fundación Embrión:** Esta organización está ubicada en el sector Carayaca del estado Vargas y está dedicada al desarrollo de actividades de recreación, atención médica y orientación a familias y niños de escasos recursos, con especial énfasis en niños

que presenten deficiencias educativas. Con este donativo se beneficiaron 120 niños.

**Fundación Corazón Azul:** La labor de esta fundación, ubicada en Caricuao, está dirigida a brindar apoyo a víctimas de la trata de personas, trabajo infantil, explotación sexual y tráfico de drogas, además de promover una mayor concientización entre los padres y representantes en torno a estas problemáticas. En esta actividad se beneficiaron 125 niños.

**Centro de Educación Inicial “Dr. Luis Morquío”:** Ubicada en la localidad de Catia, parroquia Sucre del Distrito Capital, este centro ofrece la oportunidad de educación en la etapa inicial a niños de escasos recursos. Este aporte benefició a 165 niños.

**Fundación la Casa de Ana:** Esta organización funciona en San Antonio de los Altos, estado Miranda, y en ella se asiste a niños y adultos que legalmente han sido separados de sus familias a fin de salvaguardar su integridad física, además de apoyar a personas con condiciones especiales (Síndrome de Down, parálisis cerebral, deficiencia visual y dificultades de aprendizaje). Se atendieron a 46 personas entre niños y adultos.

Adicionalmente, en el marco de esta campaña y en sinergia con la Unidad de Recursos Humanos del Banco, se desarrolló un operativo especial para apoyar a la Fundación Congenera, la cual atiende a los niños del Hospital Universitario de Caracas, actividad detallada anteriormente en este capítulo, específicamente en el apartado Programa voluntariado corporativo. En el área de voluntariado, también se organizó una visita de empleados a la Villa de los Chiquiticos de la Fundación de Amigos del Niño que Amerita Protección (Fundana), para celebrar junto a sus beneficiarios el Día del Niño.



# Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio

El Pacto Mundial es la mayor iniciativa multisectorial orientada a promover la responsabilidad corporativa, fomentando el compromiso social de las empresas a través de diez principios fundamentados en derechos humanos, laborales, medio ambientales y la lucha contra la corrupción. Principios con los que el Grupo BBVA se encuentra plenamente comprometido, por lo que desde el año 2002 está adherido a este Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Con la elaboración de un Informe Anual de Progresos, el Grupo BBVA recoge y detalla los avances concretados y alineados a los Principios del Pacto Mundial, brindando a sus grupo de interés y a la sociedad en general información clara, precisa y transparente acerca de los diferentes programas y acciones emprendidas por la organización en este marco de actuación. Bajo esta directriz, BBVA Provincial publica su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, siendo un compendio de los progresos realizados por la Institución y que se estructura en base al siguiente contenido:

- La expresa declaración de su Presidente Ejecutivo manifestando el apoyo al Pacto Mundial y renovando, con acciones concretas, esta iniciativa y sus principios.
- Detalle de las acciones prácticas que BBVA Provincial adelanta en la implantación de los principios en cada una de las cuatro áreas contenidas en el Pacto Mundial, como son derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anti-corrupción.
- La medición de resultados, con indicación de las metas y definición de indicadores.

Igualmente, BBVA Provincial apoya y fomenta los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la Organización de Naciones Unidas, iniciativa centrada en áreas de suma relevancia, tales como la erradicación de la pobreza extrema y el hambre, educación universal, igualdad entre géneros, reducción de la mortalidad entre niños, mejora de la salud materna, combate del VIH/Sida, sostenibilidad del medio ambiente y fomento de una alianza mundial.

La Institución también está comprometida con la aplicación del contenido de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y con el de otros convenios y tratados de organismos internacionales, tales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y la Organización Internacional del Trabajo.

En esta misma línea, cabe destacar que el Código de Conducta de BBVA Provincial expresa el respeto a la dignidad de las personas y a los derechos que les son inherentes, factores que constituyen un requisito indispensable en la actuación del Banco, asociada a su objetivo de favorecer y preservar el bienestar del entorno social en el que desarrolla su actividad.

BBVA Provincial en el año 2013 avanzó en torno a su compromiso con los principios del Pacto Mundial, incorporados en su estrategia corporativa y que se reflejan en las diversas acciones ejecutadas de forma voluntaria y en el fortalecimiento de programas y acciones en beneficio de la sociedad.



## Informe de Revisión Independiente

### Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2013 de Banco Provincial, S.A. Banco Universal

#### Alcance de nuestro trabajo

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

- La adaptación de los contenidos del IARC a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3), así como los indicadores centrales propuestos en dicha guía.
- La información proporcionada sobre los progresos en las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2013.

#### Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la *International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (ISAE 3000) 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 Dirección, así como a las diversas unidades del Banco Provincial, S.A. Banco Universal que han participado en la elaboración del IARC, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Banco Provincial, S.A. Banco Universal para conocer los principios, sistemas y enfoque de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IARC 2013.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2013 del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IARC en función del entendimiento del Banco Provincial, S.A. Banco Universal de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales descritos en los apartados Criterios del Informe y Participación de los Grupos de Interés del IARC.
- Contraste de que el contenido del IARC no contradice ninguna información relevante suministrada por Banco Provincial, S.A. Banco Universal.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales incluidos en el IARC se corresponden con los recomendados por dicho estándar y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IARC 2013 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Banco Provincial, S.A. Banco Universal.

Responsabilidades de la Dirección del Banco Provincial, S.A. Banco Universal y de Deloitte:

- La preparación del IARC 2013, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Sub Unidad de Responsabilidad Corporativa del Banco Provincial, S.A. Banco Universal, el cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados a nuestra revisión.
- El alcance de una revisión limitada es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada también es menor por lo que el presente informe no puede entenderse como un informe de auditoría.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Banco Provincial, S.A. Banco Universal de acuerdo con los términos de nuestra Propuesta. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos de la Dirección de Banco Provincial, S.A Banco Universal.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

### Conclusiones

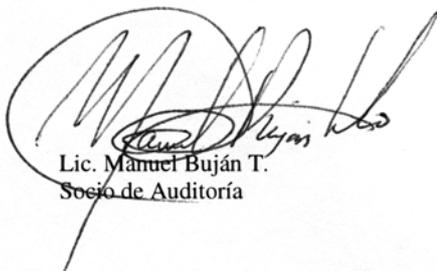
En la tabla de indicadores GRI se detallan los indicadores revisados y el alcance de la revisión. Como consecuencia de nuestra revisión:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IARC 2013 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada sobre los progresos de las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2013 contenga errores significativos.
- De acuerdo a nuestra revisión de indicadores y contenidos consideramos que el reporte cumple con los requisitos del nivel de calificación B + según los estándares del GRI (G3).

### Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Sub Unidad de Responsabilidad Corporativa del Banco Provincial, S.A. Banco Universal nuestras recomendaciones relativas a los aspectos de mejora en la gestión de la Responsabilidad Corporativa. A continuación se resumen las recomendaciones más significativas, las cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe.

- Mejorar el sistema de reporte de los datos de Responsabilidad Corporativa, ampliando el alcance de la información que actualmente no está disponible en algunas áreas y progresar en la implementación de los controles internos.



Lic. Manuel Buján T.  
Socio de Auditoría

Caracas, 28 de febrero de 2014

# Crterios del Informe

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

Enmarcado en su la política de comunicación eficaz, oportuna, y transparente, BBVA Provincial publica desde 2006 su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC), en donde se recogen los asuntos relevantes que desarrolla en esta materia. En el IARC 2013 se detallan las políticas, programas y principales acciones emprendidas por la Institución en dicho ejercicio, en torno a su compromiso con el desarrollo económico y bienestar social en el país, prevaleciendo en su elaboración las siguientes directrices:

- Se continuó con la organización de capítulos por temas relevantes, a fin de presentar una visión integral de la gestión realizada en beneficio de sus grupos de interés.
- Se mantuvo el diseño con un estilo más directo, con un adecuado equilibrio de información.
- Se incluyen referencias orientadas a explicar posibles modificaciones en la data suministrada el año anterior, cambios originados a raíz de alguna mejora o de la adopción de nuevos métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas.

En cuanto a la relevancia y materialidad de los contenidos, se sigue concediendo especial atención a los grupos de interés más significativos, en base a las recomendaciones de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) (versión 3.0).

Por cuarto año consecutivo, atendiendo a criterios de impacto ambiental y de acuerdo a las mejores prácticas en materia de reporting, este informe se imprime en tiraje reducido, en papel proveniente de un molino certificado por la Forest Stewardship Council (FSC), que garantiza la explotación y administración responsable de los bosques, el respeto al ecosistema y a los derechos de las comunidades. De igual forma se cuenta con una versión digital, disponible en CD y en las páginas web: [www.fundacionbbvaprovincial.com](http://www.fundacionbbvaprovincial.com) y [www.provincial.com](http://www.provincial.com).

## Referencias básicas y estándares internacionales

Para la elaboración de este Informe Anual, se contemplan los principios y requisitos establecidos en Global Reporting Initiative (GRI). Asimismo, demostrando el compromiso de BBVA Provincial con los principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio de la Organización de las Naciones Unidas, se incluye en esta publicación el reporte de Progresos 2013 y Objetivos 2014 de la Institución.

## Rigor y verificación

BBVA Provincial cuenta con instrumentos para garantizar la calidad y veracidad de la información proporcionada en el IARC. En su elaboración, se involucran diferentes áreas que proporcionan información y data relativa a su gestión, la cual es verificada y auditada a nivel interno y externo.

La Dirección de Comunicación e Imagen, a través de la SubUnidad de Responsabilidad Corporativa, es la responsable de la compilación, revisión y edición de la información que reportan las áreas del Banco, de acuerdo a un modelo corporativo que busca asegurar la calidad, la veracidad y el alcance de la información aquí reflejada.

# Indicadores GRI

## PERFIL

### 1. Estrategia y análisis

	Páginas
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	2
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	8-13

### 2. Perfil de la organización

2.1 Nombre de la organización.	4
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	24-30
2.3 Estructura operativa de la organización.	5
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	72
2.5 Número de estados en los que opera la organización.	5
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	4-5
2.7 Mercados servidos.	5
2.8 Dimensiones de la organización informante.	4-5
2.9 Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	4-5
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	12

### 3. Parámetros de la memoria

#### PERFIL DE LA MEMORIA

3.1 Período cubierto por la información contenida en la memoria.	2, 59
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	64
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	59
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	72

#### ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA

3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	59
3.6 Cobertura de la memoria.	2, 59
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura.	2, 4, 59
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	59

3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	59
3.10 Descripción del efecto que pueda tener volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	59
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	2, 59

#### ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI

3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	1, 60-62
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar a relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	57-58

### 4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés

#### GOBIERNO

4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	4-5, 9-11
4.2 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	14-19
4.3 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	9, 32
4.4 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	8-13
4.5 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas,	

así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	10-11, 19	EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	44-45
<b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>		<b>AGUA</b>	
4.6 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	11	EN8. Captación total de agua por fuentes.	44-45
4.7 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	18-19, 42-55	<b>Biodiversidad</b>	
4.8 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	53-55	EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No material *
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a la áreas protegidas	No material *
4.9 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	2, 14-21	<b>Emisiones, vertidos y residuos</b>	
4.10 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	14-21	EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	No material *
4.11 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	14-21	EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	No material *
4.12 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	14-21	EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No material *
<b>ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES</b>		EN 20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No material *
<b>Dimensión Económica</b>	<b>Páginas</b>	EN 21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No material *
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>		EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	44
<b>Desempeño económico</b>		EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No material *
EC1. Valor económico generado y distribuido.	12-13	<b>Productos y servicios</b>	
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	42-45	EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	42-45
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	35-37	EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil categorías de productos.	No material *
<b>Presencia en el mercado</b>		<b>Cumplimiento normativo</b>	
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	40-42	EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	19
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	31-32	<b>Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (2)</b>	
<b>Impacto económico indirecto</b>		<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN</b>	
EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	22-45	<b>Empleo</b>	
<b>Dimensión Ambiental (1)</b>		LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo y por contrato.	32
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>		LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados desglosados por grupos de edad y sexo.	32
<b>Materiales</b>		<b>Relaciones Empresa/Trabajadores</b>	
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	44-45	LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo	38
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	44-45	LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	38-39
<b>Energía</b>		<b>Salud y Seguridad en el trabajo</b>	
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	44-45	LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	39
		LA8. Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen	

a los trabajadores a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	38-39
<b>Formación y Educación</b>	
LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado.	33
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>	
LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	32
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	31-32
<b>Dimensión Social: Derechos Humanos: (3)</b>	
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN</b>	
<b>Prácticas de inversión y aprovisionamientos</b>	
HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	22-24
HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	40-42
<b>No discriminación</b>	
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas no adoptadas.	19
<b>Libertad de Asociación y convenios colectivos</b>	
HR5. Actividades de la empresa en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	19, 38
<b>Abolición de la explotación infantil</b>	
HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	56
<b>Prevención del trabajo forzoso y obligatorio</b>	
HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	56
<b>Dimensión Social: Sociedad (4)</b>	
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>	
<b>Comunidad</b>	
SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	8-10, 46
<b>Corrupción</b>	
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	22-23
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización.	23,32-33
SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.	25-26,28-29

## Política Pública

SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	19
--	----

## Cumplimiento normativo

SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	19
---	----

## Dimensión Social: Responsabilidad de producto (5)

### INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

#### Salud y seguridad del cliente

PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categoría de productos y servicios significativos sujetos.	22-31
--	-------

#### Etiquetado de productos y servicios

PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	30-31
---	-------

#### Comunicaciones de marketing

PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	30-31
--	-------

#### Cumplimiento normativo

PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de productos y servicios de la organización.	19
--	----

## LEYENDA

IA Informe Anual 2013

Principales áreas y unidades responsables

- (1) Riesgos, Inmuebles y Servicios, Comunicaciones Externas y Responsabilidad Corporativas y las áreas de negocio.
- (2) Recursos Humanos.
- (3) Recursos Humanos y Cumplimiento
- (4) Comunicaciones Externas y Responsabilidad Corporativas y Cumplimiento.
- (5) Comunicación e Imagen, Cumplimiento y las áreas de negocio.

\* Justificación de la no inclusión de los siguientes indicadores principales de GRI en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2013

EN11: Indicador no material. Banco Provincial tiene sus oficinas en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.

EN12: Indicador no material Banco Provincial tiene sus oficinas en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.

EN16, EN17 y EN19: Indicador no material. Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, ninguna instalación de los edificios de Banco Provincial contiene CFCs.

EN20: Indicador no material. Debido a que la entidad pertenece a un sector de servicios, las emisiones de SO y NO no son relevantes pues derivan únicamente de los viajes de los empleados.

EN21: Indicador no material. Banco Provincial tiene sus oficinas en terrenos urbanos, los vertidos se hacen a través de la red urbana.

EN23: Indicador no material. La entidad tiene sus oficinas en terrenos urbanos, por tanto, la captación de agua, y su vertido se hacen a través de la red urbana.

EN27: Indicador no material. Banco Provincial se limita a la comercialización de estos productos sin responsabilidad directa sobre la gestión de los envases de los mismos

# Progresos 2013 y Objetivos 2014

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2013	OBJETIVOS 2014
<b>PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA</b>	Integración de la política de responsabilidad corporativa (RC) en la estrategia general y en las áreas de negocio y apoyo del Banco.	Desarrollo del Plan de Negocio Responsable, incluyendo proyectos de negocio con alto impacto social, comunicación transparente, clara y responsable y programas educativos para diversos segmentos.	Avanzar en la integración de nuevas iniciativas que apoyen la inclusión de la RC en el negocio.
		Mayor promoción de las actividades educativas y socio-culturales por las redes sociales y páginas web del Banco y de la Fundación BBVA Provincial.	Continuar con la estrategia comunicacional para la accesibilidad e interactividad de la gestión de RC, a través de Internet y las redes sociales.
		Lanzamiento del programa de emprendimiento: Actívate y Emprende y del portal de educación financiera "Adelante con tu futuro", para el público en general (clientes y no clientes).	Explotar comunicacionalmente los programas de RC y el Plan de Negocio Responsable.
	Transversalidad de la gestión de RC a través del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC)	Se realizaron tres Comités de RRC, incluyendo temas de diversas áreas de negocio y de apoyo, el análisis de resultados de estudios de opinión externos e internos correspondientes a diversos grupos de interés, y el seguimiento al Plan de Negocio Responsable.	Realizar tres Comités de RRC, cuatrimestrales, para impulsar el desarrollo de las líneas de trabajo en esta materia e impulsar la participación de las diferentes áreas del Banco.
		Se hizo seguimiento a las diversas líneas de acción desarrolladas por las áreas en materia de RC, haciendo énfasis en sus resultados, impacto y oportunidades de mejora.	Difusión periódica, a través de los canales internos, de información relacionada con la gestión y los avances registrados en el marco del Comité de RRC.
	Posicionamiento a nivel local como una de las empresas de referencia en RC.	Realización de diversas acciones para los grupos de interés en el marco de los 60 años del Banco.	
		Participación en ediciones especiales en medios de comunicación sobre RC.	Mantener la participación en ediciones especiales sobre responsabilidad social corporativa.
	Participación en eventos y alianzas con instituciones educativas y organizaciones de desarrollo social de alto impacto.	Mantener presencia del Banco y su Fundación en eventos de referencia en materia de RC.	
	Participación en estudios y premios en materia de responsabilidad corporativa.	Continuar la participación en estudios y encuestas sobre el aporte de la empresa privada en temas de RC.	

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2013	OBJETIVOS 2014
<b>GRUPOS DE INTERÉS</b>	Desarrollo del Informe Anual de RC, como forma de comunicar a los grupos de interés la gestión desarrollada en esta materia.	Edición del 7mo. Informe de Responsabilidad Corporativa (IARC) 2012.  Difusión del IARC entre accionistas, empleados y el resto de los grupos de interés (de forma directa y a través de Internet y redes sociales).  Se avanzó en los puntos de mejora indicados en la revisión de los auditores externos, generando el compromiso de las áreas en cuanto a la data incluida en el informe.	Edición del 8to. Informe de Responsabilidad Corporativa 2013.  Mantener la promoción del IARC entre los grupos de interés, en apoyo con las áreas de negocio y de servicios centrales.  Revisar con las áreas de negocio y apoyo la incorporación de nuevos indicadores GRI.
	Seguir la opinión de los grupos de interés.	Se mantuvieron los resultados positivos en cuanto a la opinión de los clientes y no clientes. Reprtrak 2013.	Continuar con el proceso de consulta.
	Ampliar los canales de comunicación con los diversos grupos de interés.	Continuidad en la difusión del IARC 2012, a través de las páginas web del Banco y de la Fundación, intranet local para empleados, difusión en redes sociales y medios de comunicación.  Se realizó la Encuesta de reputación interna a empleados.	Desarrollo de nuevos canales de información para los grupos de interés a través de las redes sociales. Mayor información de temas de RC a través de la página web de la Fundación BBVA Provincial.  Continuidad de la política de comunicación con los empleados.
		Continuidad en la realización de estudios de mercado por parte de la Unidad de Inteligencia Comercial, a fin de ofrecer una mejor calidad de servicio a clientes y usuarios.	Continuar con la implementación de diversos estudios de mercado.
		Presentación y entrega del IARC 2012 a los accionistas en la Asamblea de marzo de 2013. Mantenimiento de la gestión en la Oficina de Atención al Accionista.	Presentación del IARC 2013 en la Asamblea de Accionistas (marzo 2014).
	Fomentar el conocimiento y la colaboración de los empleados, proveedores y clientes en las líneas de compromiso social del Banco.	Se mantuvo la comunicación de las acciones de RC y compromiso social del Banco a través de los canales de comunicación internos y externos.	Continuar generando líneas de acción para integrar a clientes, proveedores y público en general.

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2013	OBJETIVOS 2014
<b>ORIENTACIÓN AL CLIENTE</b>	Mejorar el nivel de satisfacción de los clientes.	<p>Se avanzó en el proceso de transformación y crecimiento, dirigidos a mejorar los procesos clave con clientes y los niveles de eficiencia: calidad, descongestión de oficinas, antifraude, para convertirse en un banco digital.</p> <p>Posicionarse como banco pionero en ofrecer la más amplia y potente red con más de 220 Zonas Express y nuevas funcionalidades en los cajeros multifuncionales y Kioskos Express.</p> <p>Avances en resultados de disminución del fraude: campañas de comunicación y capacitación interna sobre el tema.</p> <p>Se mantiene la figura del Defensor del Cliente y del Usuario Bancario y se continuó con mejoras en los sistemas de gestión de reclamos a fin de acortar tiempos de respuesta.</p> <p>Mejoras en el plan de descongestión de oficinas como resultado del impulso al servicio de domiciliación de pagos y oferta de nuevos servicios, como el portal <a href="http://www.mispagosprovincial.com">www.mispagosprovincial.com</a>.</p> <p>Se mantuvo la información oportuna al cliente a través del Provitexto Alertas / Alertas SMS.</p> <p>Se incrementó el registro de operaciones gestionadas por Workflow (sistema de digitalización de documentos).</p>	<p>Seguir impulsando planes estratégicos en calidad de servicio, que beneficien a los clientes y con procesos sencillos y eficientes.</p> <p>Avanzar en la modernización de nuevas oficinas e impulsar el uso de las Zonas Express.</p> <p>Potenciar la prevención del fraude a través de los canales y campañas comunicacionales, así como avanzar en nuevas mejoras que reduzcan el fraude.</p> <p>Seguir impulsando mejoras en la gestión de reclamaciones.</p> <p>Optimización de procesos con la modernización de operaciones.</p> <p>Mantener la gestión en esta materia.</p> <p>Continuidad en la automatización y mejoras en los procesos de las oficinas.</p>
	Mejorar la accesibilidad de los servicios financieros a todos los colectivos.	<p>La estrategia en canales digitales (web y móvil) se centró en un cliente multicanal, capaz de relacionarse desde su computador, celular (SmartPhone) y tableta, con funcionalidades que le permiten acceder a la banca en línea en cualquier momento y lugar.</p> <p>Mayor penetración de los canales digitales entre los clientes, contando a cierre del ejercicio con un 43% para web y 14% para móvil.</p>	<p>Continuar automatizando y mejorando los procesos con nuevas funcionalidades en los canales electrónicos no presenciales.</p>

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2013	OBJETIVOS 2014
		Se incorporaron aplicaciones nativas de Provinet Móvil para los dispositivos Blackberry y Android, ofreciendo 50 funcionalidades de fácil uso y rápido acceso. Para el resto de los dispositivos móviles, se agregó un servicio web browsing que ofrece las mismas funcionalidades.	
		Mayores estándares de seguridad en el resguardo de los datos del cliente, con nuevas medidas como el uso de la tarjeta de coordenadas y la clave digital para nuevas operaciones.	Seguir invirtiendo en los canales electrónicos, para facilitar la gestión de actualización de datos y la seguridad de los clientes.
		Para las tabletas Ipad, se implantó una aplicación nativa de Provinet Móvil que incluye mayor número de funcionalidades.	
		Se incrementó la cantidad de empresas e instituciones afiliadas a <a href="http://www.mispagosprovincial.com">www.mispagosprovincial.com</a> .	Promover la relación con clientes actuales o potenciales en diversos segmentos de valor.
FINANZAS RESPONSABLES	Desarrollar productos y servicios para colectivos con necesidades especiales.	Continuidad en sistema biométrico a través de los cajeros multiexpress, para el cobro de las pensiones.	Desarrollar otras iniciativas que abarquen otros colectivos.
		Mantenimiento del puesto de atención integral para personas con discapacidad, de la tercera edad y mujeres embarazadas, y la formación del personal de la red de oficinas en la calidad de servicio.	Mantener e incrementar este servicio en nuevas oficinas.
		Se continuó la gestión dentro del marco preventivo, potenciando la formación de los empleados con el "Programa anual de adiestramiento en el desarrollo de habilidades para la prevención en el sistema financiero".	Continuar el proceso de formación con especial énfasis en los empleados que laboran en áreas sensibles al riesgo de LC/FT.
INCLUSIÓN FINANCIERA	Mejorar el modelo para la prevención de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo (LC/FT).	Capacitación de los equipos de las áreas de riesgos, con actividades de formación y desarrollo de herramientas para la identificación y administración de los riesgos medio ambientales y sociales.	Mantener los criterios de gestión de riesgos sociales y medio ambientales, en la evaluación de los proyectos de financiamiento.
		Desarrollar productos y servicios innovadores que atiendan las necesidades de los clientes y eleven su calidad de vida, y que permitan la incorporación de nuevos segmentos.	Se dio continuidad al compromiso con todos los sectores productivos del país y se cumplió con los lineamientos establecidos por el gobierno nacional para las carteras crediticias, impulsando el acceso de los distintos segmentos al sistema bancario.

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2013	OBJETIVOS 2014	
<b>RECURSOS HUMANOS</b>	Valoración de la Institución en la encuesta de satisfacción del empleado que realiza BBVA.	Se participó en la medición del Great Place To Work (GPTW), que mide el ámbito emocional y cómo los empleados perciben al Banco.  Participación en el premio GPTW 2013, ocupando el 2do. lugar en el listado de mejores empresas para trabajar en Venezuela y el 1er. lugar en el renglón del sistema financiero.	Continuar la aplicación de la encuesta de clima laboral a nivel corporativo.  Participación en el premio Great Place To Work 2014, logrando ser el mejor banco para trabajar en Venezuela.	
	Impulsar iniciativas para la conciliación de la vida familiar y laboral.	Continuidad en la implantación de diversas iniciativas en temas de diversidad, empleo y selección, igualdad de oportunidades, política de movilidad, entre otras.	Mantener y desarrollar iniciativas que impulsen el plan de calidad de vida.	
	Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados.	Avances en el desarrollo profesional de los empleados, incrementando la formación on line. Aumento de las actividades de autodesarrollo y de los programas de especialización, con 124.044 horas de formación on line y 131.689 horas de formación presencial.  Inauguración del Centro de Salud Integral en la sede del Banco, donde los empleados cuentan con un área de servicios médicos y un gimnasio, ofreciéndoles mayor bienestar.	Seguir siendo referente en beneficios sociales y mantener iniciativas de mejora profesional con planes de formación y mapas de trayectoria profesional.  Continuar con iniciativas de mejora personal: evaluaciones médicas, beneficios sociales, deportivos y recreativos para el empleado y su familia.	
	<b>COMPRAS RESPONSABLES</b>	Proceso de homologación de los proveedores.	Homologación de 90 nuevos proveedores. Contando con 228 proveedores homologados, brindando alternabilidad y transparencia en los procesos de adjudicación.	Continuar con el proceso de homologación para mejorar el registro de proveedores confiables que permitan impulsar la gestión, acreditando su adecuación a los estándares de calidad.
		Gestión outsourcing.	Ampliación del modelo de contratación y seguimiento de las empresas outsourcing, mejorando la gestión del servicio que prestan los proveedores y su evaluación.	Proseguir con los avances en este tema.
Herramientas de gestión y aprovisionamiento.		Se continúa utilizando la herramienta Adquira, estableciendo los criterios y características necesarios para generar adjudicaciones de forma eficiente y transparente, obteniendo el mejor costo y calidad.	Promover la aplicación de las políticas en las adjudicaciones otorgadas a través del uso de la herramienta Adquira.	

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2013	OBJETIVOS 2014
<b>MEDIO AMBIENTE</b>	Reducir los impactos ambientales directos.	<p>Se mantuvieron campañas de comunicación y sensibilización a la plantilla en materia de reducción del consumo de recursos y conservación del medio ambiente.</p> <p>Continuidad del programa interno de reciclaje, impulsando la recolección y reciclaje de residuos entre los empleados.</p>	<p>Proseguir con mejoras en los sistemas de medición e implementación de medidas de ahorro efectivas.</p> <p>Mantener e impulsar resultados positivos a través de este programa.</p>
	<b>COMPROMISO CON LA SOCIEDAD</b>	<p>Continuidad del Programa Becas de Integración.</p> <p>Continuidad del Programa Educativo Papagayo.</p> <p>Ampliación del programa de emprendimiento social.</p> <p>Lanzamiento del portal de educación financiera</p>	<p>Se mantuvo el beneficio de la beca a 4.500 estudiantes. En 2013 se graduaron 946 alumnos, contando con un acumulado de 3.576 estudiantes graduados desde 2008.</p> <p>Con el fin de mantener una mayor vinculación, se creó un blog para los becados y distribuyó entre los estudiantes y sus familiares información relativa a la promoción de valores y habilidades para la vida.</p> <p>Desarrollo de 10 talleres de formación, avalado por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, beneficiando a 196 docentes y 4.797 alumnos. Seguimiento a beneficiarios a través de Facebook y un blog.</p> <p>Se entregaron premios a los ganadores estatales del Concurso de Creación Literaria, becas escolares a los ganadores nacionales y mil libros de literatura infantil y juvenil para las bibliotecas de las escuelas ganadoras.</p> <p>Se impulsó la Cátedra de Emprendimiento Social entre la Fundación BBVA Provincial y la Universidad Católica Andrés Bello, en beneficio de estudiantes, profesionales, emprendedores comunitarios y microempresarios.</p> <p>Se lanzó el concurso de emprendimiento para jóvenes: Actívate y Emprende.</p> <p>Se creó el portal "Adelante con tu futuro", para brindar a clientes y público en general conocimientos financieros, con información para diferentes colectivos y actividades lúdicas para niños y jóvenes.</p>

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2013	OBJETIVOS 2014
	<p>Desarrollo del programa de voluntariado corporativo.</p> <p>Mejorar la valoración de los impactos de las políticas de compromiso con la sociedad, a través de las actividades culturales y sociales.</p>	<p>Se impulsaron actividades de voluntariado corporativo en apoyo a diversas instituciones sociales, educativas y de salud, ampliando la red de empleados voluntarios.</p> <p>Se presentaron dos exposiciones, generando alianzas con destacadas instituciones, permitiendo la itinerancia de las muestras a otros espacios fuera de la Fundación.</p> <p>Se otorgaron aportes a instituciones que desarrollan programas de alto impacto social y sostenibles, en materia de educación, cultura, salud y asistencia social.</p> <p>Se potenció el programa editorial, con la edición del libro infantil Cara y Cruz. Primeras Monedas Venezolanas; el libro Panorama Breve de la Literatura Infantil en Venezuela, para conmemorar los 15 años del Programa Papagayo y su aporte a la educación; y la publicación de BBVA Provincial. 60 años haciendo historia con Venezuela, un recuento de la trayectoria del Banco en el país.</p> <p>Se lanzó en un canal local de señal abierta la serie televisiva del proyecto Niños en la Cumbre, con la participación de 2 hijos de empleados del Banco y con el patrocinio de la Fundación BBVA Provincial.</p>	<p>Mantenimiento de la red de voluntarios, cumpliendo una labor que apoye al Banco en el desarrollo de sus programas de responsabilidad social.</p> <p>Continuar con los proyectos expositivos y potenciar las actividades complementarias, así como su promoción interna y externa.</p> <p>Realizar aportes sociales y patrocinios que favorezcan a la sociedad, apoyando a instituciones de reconocida trayectoria.</p> <p>Mantener la edición de publicaciones para niños, que beneficia a hijos de empleados, escuelas y bibliotecas. Ampliar el alcance de las publicaciones infantiles, a través de la página web de la Fundación en formato digital, así como su difusión a través de las redes sociales.</p> <p>Mantener el desarrollo de patrocinios sociales y deportivos en apoyo a la estrategia del Banco en el territorio deportivo.</p>



## Indicadores clave de responsabilidad corporativa

	2013	2012	2011
<b>ECONÓMICOS</b>			
Beneficio por acción (MM de Bs.)	54,16	24,07	16,99
Capitalización Bursátil	77.636	17.792	4.044
Valor Directo Tangible (MM de Bs.)	15.870	11.545	7.113
<b>SOCIALES</b>			
Índice de satisfacción de clientes (%) <sup>(*)</sup>	n.d.	n.d.	8,07
Índice de satisfacción de empleados (%) <sup>(**)</sup>	n.d.	85	n.a.
Relación mujeres / hombres en puestos directivos (Comité de Dirección y Directores Corporativos) (%)	22,22 / 77,78	22,22 / 77,78	22,22 / 77,78
Diversidad hombres y mujeres (%)	34,96 / 65,04	37,85 / 62,06	40,43 / 59,57
Horas de formación por empleado	20,8	21,70	19,80
Recursos destinados a compromiso con la sociedad (Bs)	51.133.124,65	30.094.207,66	16.278.616,96
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre el beneficio atribuido (%)	1	1	1
N° de beneficiarios del Programa de Becas de Integración	4.500	4.500	4.500
N° de beneficiarios del Programa Papagayo	4.993	4.428	4.350
<b>MEDIO AMBIENTALES (***)</b>			
Energía directa consumida por empleado	11.558 (kwh)	10.612 (kwh)	16.509 (kwh)
Consumo de papel por empleado (kg)	53,88	50,08	44,38
Consumo de agua por empleado (m3)	29,23	45,79	122,63
<b>GESTIÓN Y GOBIERNO DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA</b>			
N° de Comités de RRC	3	2	3

(\*) No disponible. En los años 2012 y 2013 no se realizó la encuesta de satisfacción al cliente.

(\*\*) Encuesta bianual. Las cifras reportadas se adaptan al modelo coporativo de BBVA.

(\*\*\*) Para el año 2012 BBVA Provincial incorporó cambios en el cálculo para el consumo de agua y electricidad.



Para cualquier tipo de opinión, duda o sugerencia sobre los datos presentados en este informe, contactar a:

**Dirección de Comunicación e Imagen**

Centro Financiero Provincial,  
piso 13, Av. Este O con Av. Vollmer.  
San Bernardino, Caracas-Venezuela  
Telf: 504.5956 / 504.5890  
[www.provincial.com](http://www.provincial.com)  
[www.fundacionbbvaprovincial.com](http://www.fundacionbbvaprovincial.com)

**Coordinación y edición:**

Responsabilidad Corporativa  
Dirección de Comunicación e Imagen

**Diagramación:**

Alexander Cano / Temática A/G

**Impresión:**

La Galera de Artes Gráficas

**Fotografía:**

Concurso de Fotografía para empleados de BBVA Provincial  
Portada: Yaniret Sosa.  
Pág. 70: David Gutiérrez.  
Pág. 72: Mayte Fernández.

Archivo fotográfico de BBVA Provincial  
Páginas: 3, 23, 24, 31, 34, 35, 38, 39 y 54.

Banco de imágenes de BBVA  
Páginas: 9, 11, 15, 21, 43 y 56.

**Fotógrafos**

Vasco Szinetar: Pág. 7.  
Carlos Vonder Heydee: Págs. 53 y 55.  
Automático, S.C.: Págs. 47, 49 y 51.

**Depósito Legal**

pp200708DC113  
RIF J-00002967-9  
NIT 0052524237

El papel utilizado en este informe proviene de un molino certificado por la FSC (Forest Stewardship Council) que garantiza la explotación y administración responsable de los bosques, el respeto al ecosistema, así como a los derechos y beneficios de las comunidades.