

Informe de Banca Responsable 2014



Índice

Deloitte.

- 2 Carta del Presidente
- 4 Perfil de BBVA Provincial
- 9 Visión, misión y política
- 12 Sistemas de gobierno
- 16 Materialidad y diálogo con grupos de interés
- 22 Impacto en la sociedad
- 25 Prioridad 1: Comunicación TCR
- 26 Prioridad 2: Educación financiera
- 28 Prioridad 3: Productos de alto impacto social
- 32 Gestión responsable de clientes
- 40 Riesgos sociales, ambientales y reputacionales
- 43 Equipo
- 53 Proveedores
- 55 Sociedad
- 61 Criterios y estándares de la información
- 62 Indicadores GRI
- 65 Informe de revisión independiente
- 68 Progresos 2014 y Objetivos 2015

Carta del Presidente



Con la publicación de nuestro Informe de Banca Responsable correspondiente al ejercicio 2014, vemos materializados los esfuerzos y la labor realizada por un valioso equipo de profesionales que continuamente se está planteando nuevos retos y que ha asumido el desafío de desarrollar su actividad de una forma diferente, impulsando un modelo de negocio que se centra en las personas y que nos define como una **banca responsable**, en donde la integridad, la prudencia y la transparencia rigen nuestras políticas y comportamientos y son nuestros distintivos.

Este modelo es el más claro reflejo de nuestra visión corporativa, que es trabajar por un mejor futuro para las personas, por lo que nos esmeramos cada vez más en crear y mantener relaciones equilibradas, a largo plazo, de confianza y valor mutuo con nuestros grupos de interés: clientes, accionistas, empleados, proveedores, entes reguladores y la sociedad; tal y como lo hemos venido haciendo a lo largo de estos años, con un modelo de negocio basado no solo en la tradicional rentabilidad ajustada al riesgo, sino también en la rentabilidad ajustada a principios, bajo una regulación y supervisión adecuadas y eficaces, convirtiéndonos en una empresa que es referente dentro del sistema financiero venezolano.

Como parte de la industria financiera que se enfrenta a **cambios tecnológicos y sociales**, para BBVA Provincial hacer banca de forma diferente, significa que las personas son realmente el centro de la actividad bancaria, desde el momento en el que diseñamos un nuevo producto o servicio hasta que lo entregamos a nuestros clientes. Por ello hemos seguido trabajando en el proceso de transformación hacia un banco digital, para ofrecer una experiencia única a nuestros clientes, incorporando a nuestra operativa los mayores avances tecnológicos, brindando soluciones innovadoras y eficientes, teniendo como objetivo clave la entrega de los mejores productos y servicios financieros con sencillez y responsabilidad, innovación, calidad de servicio y seguridad.

Este **modo diferencial de hacer banca** que crea valor para BBVA Provincial y valor para nuestros principales grupos de interés (clientes, empleados, accionistas y sociedad) se apoya en un **Plan de Negocio Responsable**, el cual define las prioridades estratégicas que hemos enmarcado en tres ejes clave: Comunicación transparente, clara y responsable (TCR), la cual consiste en ofrecer información completa y de fácil comprensión a los clientes, con el objetivo de favorecer la toma de decisiones y una relación equilibrada; Educación, como principal línea de actuación de nuestros programas sociales, teniendo como focos de atención la educación financiera, formación para pymes y la educación para la integración social y formación en valores; y el desarrollo de productos y servicios con un impacto social, a fin de contribuir en mayor medida al progreso y bienestar económico y social de las comunidades en donde estamos presentes.

Con el Plan de Negocio Responsable fortalecemos compromisos como la generación de valor y el desarrollo sostenible, conscientes que el beneficio económico siempre debe estar acompañado del progreso social, a través de una gestión fundamentada en buenas prácticas, estricto cumplimiento legal, estándares de conducta y un robusto sistema de control, como cimientos de la creación de valor a largo plazo para todos nuestros grupos de interés.

Y en torno a ese compromiso de contribuir al desarrollo y progreso social, nos causa satisfacción ver como ha evolucionado y se ve materializada nuestra política de responsabilidad social corporativa, gestión que es canalizada a través de la Fundación BBVA Provincial y de un portafolio de programas cercanos a las inquietudes sociales, logrando en el reciente ejercicio la ampliación y reforzamiento de nuestra inversión social, la cual ascendió a Bs. 91.290.699,93 en el año 2014. Inversión que está en mayor medida dirigida a nuestros programas educativos, entendiendo que la educación es pieza clave para alcanzar el progreso y desarrollo social; de esta manera, 187 pymes,

1.195 emprendedores y más de 11.000 niños y jóvenes se han visto beneficiados con nuestras iniciativas.

Para BBVA Provincial es de suma relevancia seguir potenciando su política y gestión en materia de responsabilidad corporativa, la cual incide y está inmersa en toda nuestra cadena de valor y actividad diaria, de allí que la elaboración de este Informe de Banca Responsable pretende ser un testimonio de este compromiso y de la labor y el valioso aporte de todos los profesionales que integran nuestra organización. Prevalenciando los principios de claridad y transparencia, este informe se realiza bajo los estándares de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), con un importante avance en temas de materialidad, y la revisión de la firma independiente Deloitte.

El compendio de iniciativas, avances y logros resumidos en este Informe de Banca Responsable 2014, nos impulsa a seguir adelante y a plantearnos objetivos más retadores para este nuevo ejercicio, trabajando en la consolidación del modelo para generar valor en cada una de las relaciones con los diferentes públicos de interés. Para ello, hemos realizado una inversión importante en tecnología y en la formación de nuestro talento. BBVA Provincial está preparado para asumir con éxito los retos del sistema financiero y de clientes cada vez más exigentes, con una visión integral de gestión y atención, nuevos proyectos de inversión en oficinas y modernización tecnológica, además de fortalecer y ampliar la oferta de servicios en canales alternos.

En BBVA Provincial seguiremos adelante convirtiendo los desafíos en oportunidades, bajo una estrategia basada en los principios, las personas y la innovación, reafirmando nuestro compromiso para ofrecer mejores servicios, continuar creciendo y aportar al fortalecimiento educativo y cultural del país.



Pedro Rodríguez Serrano
Presidente Ejecutivo

Perfil de BBVA Provincial

BBVA Provincial es sinónimo de banca responsable e integridad corporativa.

En BBVA Provincial, los 5.363 profesionales que lo integran trabajan día a día en torno a un objetivo común, como es lograr un futuro mejor para las personas y que su labor se vea reflejada en el bienestar de sus clientes y el progreso de la sociedad venezolana. Por esta razón, su principal activo es la confianza de sus clientes y sus diferentes grupos de interés, confianza que le ha permitido a la Institución apoyar y acompañar a millones de venezolanos en la consecución de sus principales metas y proyectos a lo largo de más de 60 años de trayectoria en el país.

Una gestión que inició el 15 de octubre de 1953 bajo la denominación de Banco Provincial de Venezuela, convirtiéndose en el año 1996 en la primera institución financiera del país en ser Banco Universal y para marzo de 1997 pasó a formar parte del Grupo BBVA, para ese momento era el Banco Bilbao Vizcaya (BBV) y actualmente es Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), el cual adquirió la mayoría accionaria como parte de su estrategia de crecimiento en América Latina. La participación de este importante grupo financiero español es de 55,21% de las acciones comunes de BBVA Provincial.

La trayectoria de la Institución se fundamenta en pilares como son la integridad, el profesionalismo y la vocación de servicio de su equipo humano, con un modelo de negocio de banca responsable, logrando posicionarse como principal referente del sistema financiero local. Esta labor se ha visto fortalecida con el proceso de innovación emprendido por el banco en estos últimos años, con la finalidad de incorporar a su actividad la mejor y la más avanzada tecnología, lo que se traduce en una atención ágil, sencilla, transparente y de suma utilidad para los clientes.

Principales hitos de 2014

Los esfuerzos del equipo de profesionales de BBVA Provincial en su más reciente ejercicio se orientaron en mayor medida a la concreción de los siguientes hitos, los cuales reforzaron su destacada posición dentro de la banca venezolana:

H1



Impulso del proceso de transformación hacia un banco digital, facilitando la interacción de los clientes con un modelo de banca electrónica basado en la innovación, para ofrecer novedosas soluciones tecnológicas como una nueva manera de entender la actividad, haciéndola más cercana y mejorando la experiencia de más de 2.3 millones de clientes digitales (web y móviles).

H2



Avance del Plan de Negocio Responsable, un modo diferencial de hacer banca a través de una comunicación transparente, clara y responsable (TCR); educación para la sociedad y productos de alto impacto social.

H3



Consolidación de la educación como principal foco de los programas sociales, beneficiando a 187 pymes, 1.195 emprendedores y más de 11.000 niños y jóvenes.

H4



Integración y promoción de la educación financiera en los programas educativos internos y externos, formando a 3.800 empleados, 18 voluntarios, 187 pymes y 885 emprendedores.

Banco Provincial Datos Relevantes

Balance General (en millones Bs.)	Diciembre 2014	Diciembre 2013	Diciembre 2012
Activo Total	306.289,9	197.254,4	112.775,6
Inversiones en Títulos Valores	57.828,7	44.769,3	25.941,8
Cartera de Créditos Neta	149.149,6	89.453,7	54.235,7
Captaciones del Público	259.988,3	168.159,5	95.218,1
Patrimonio	26.396,9	17.839,3	10.201,5
Estado de Resultados (en millones de Bs.)	II Semestre 2014	II Semestre 2013	II Semestre 2012
Margen Financiero Bruto	12.597,7	7.771,7	4.699,5
Margen de Intermediación Financiera	13.405,5	9.760,6	5.450,5
Margen Operativo Bruto	7.892,1	6.575,2	3.264,2
Margen Operativo Neto	7.484,4	5.900,5	2.827,6
Resultado Bruto antes de Impuesto	7.460,6	5.885,5	2.813,1
Resultado Neto	7.282,0	5.839,7	2.595,3
La Acción Provincial	Diciembre 2014	Diciembre 2013	Diciembre 2012
Precio de Cierre (Bs./Acción)	1100,00	720,00	165,00
Valor Contable (Bs./Acción)	244,8	165,4	94,61
N° de Acciones en Circulación	107.827.475	107.827.475	107.827.475
Capitalización Bursátil (MM de Bs.)	118.610,2	77.635,8	17.792
N° de Accionistas Comunes	4.270	4.308	4.346
Utilidad por Acción ⁽¹⁾ (Bs./Acción)	67,53	54,16	24,07
Índices de Rentabilidad, Liquidez, Solvencia Bancaria y Calidad de Activos ⁽²⁾	Diciembre 2014	Diciembre 2013	Diciembre 2012
ROE (Resultado Neto / Patrimonio Promedio)	61,02%	65,74%	58,76%
ROA (Resultado Neto / Activo Promedio)	5,38%	6,40%	5,91%
Índices de Suficiencia Patrimonial ⁽²⁾	Diciembre 2014	Diciembre 2013	Diciembre 2012
Patrimonio / Activo y Operaciones Contingentes ponderadas en base a Riesgo (mínimo requerido 12%)	18,50%	20,63%	19,24%
Patrimonio / Activo Total (mínimo requerido 8%)	10,02%	10,69%	10,77%
Otros Datos	Diciembre 2014	Diciembre 2013	Diciembre 2012
Número de empleados ⁽³⁾	5.363	5.326	5.316
Número de Oficinas	330	322	318
Área Metropolitana	114	113	113
Resto del país	215	208	204
Exterior	1	1	1

(1) Neta de Utilidades Estatutarias.

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

(3) Número de empleados al 31/12/2014.

Alcance: BBVA Provincial.

Indicadores clave de banca responsable

Al realizar un balance general de la gestión de la Institución en 2014, es importante destacar la evolución de sus indicadores clave de responsabilidad social corporativa, los cuales reflejan parte de los avances concretados en sus diferentes ámbitos de

actuación y que reafirman su compromiso en la generación de valor en las relaciones con los grupos de interés (clientes, accionistas, empleados, proveedores y sociedad), así como en el fortalecimiento de su modelo de negocio de banca responsable.

Indicadores clave de responsabilidad corporativa

	2014	2013	2012
ECONÓMICOS			
Beneficio por acción (MM de Bs.)	67,53	54,16	24,07
Capitalización Bursátil	118.610	77.636	17.792
Valor Directo Tangible (MM de Bs.)	25.667	15.870	11.545
SOCIALES			
Índice de satisfacción de empleados (%) (*)	82,1	n.d.	85
Relación mujeres /hombres en puestos directivos (Comité de Dirección y Directores Corporativos) (%)	42,86 / 57,14	22,22 / 77,78	22,22 / 77,78
Diversidad hombre y mujeres (%)	34,91 / 65,09	34,96 / 65,04	37,85 / 62,06
Horas de formación por empleado	18,8	20,8	21,70
Recursos destinados a compromiso con la sociedad (MM de Bs.)	91.290,6	51.133	30.094
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre el beneficio atribuido (%)	1	1	1
N° de beneficiarios del Programa Becas de Integración	4.500	4.500	4.500
N° de beneficiarios del Programa Papagayo	6.784	4.993	4.428
N° de beneficiarios del Programa Emprendimiento Social	1.195	1.272	376
N° de beneficiarios del Programa Educación Financiera	4.890	1.002	n.d.
MEDIOAMBIENTALES (**)			
Energía directa consumida por empleado	11.909,04	11.558 (kwh)	10.612 (kwh)
Consumo de papel por empleado (kg)	44,35	53,88	50,08
Consumo de agua por empleado (m3)	50,88	29,23	45,79
GESTIÓN Y GOBIERNO DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA			
N° de Comités de Negocio Responsable	2	3	2

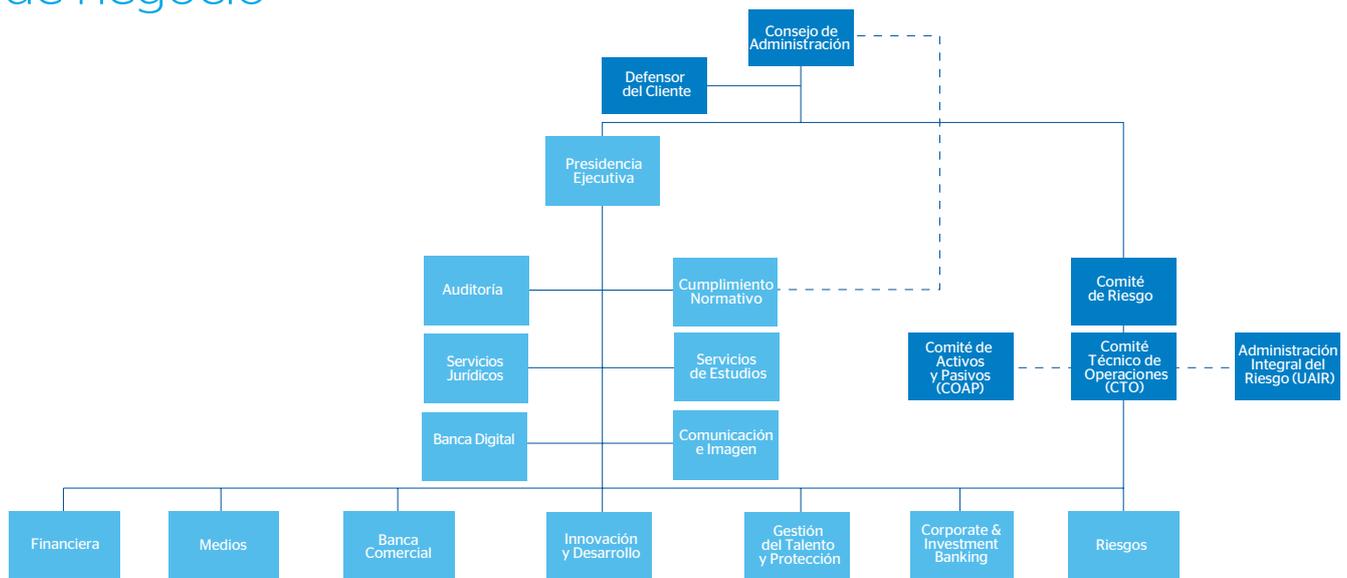
(*) Encuesta bianual. Las cifras reportadas se adaptan al modelo corporativo de BBVA.

(**) Para el año 2012 BBVA Provincial realizó un cambio en el cálculo para el consumo de agua y electricidad.

Alicance: BBVA Provincial.



Organigrama y estructura de negocio



Banca Minorista

Reiterando el principio corporativo que establece al cliente como centro de su negocio, en 2014 el Banco continuó trabajando en el proceso de modernización y ampliación de su red de oficinas a fin de ofrecer un servicio de máxima calidad. A cierre del ejercicio, la cifra de oficinas comerciales se situó en 313 en todo el territorio nacional y una sucursal en el exterior. En este período se incorporaron nueve oficinas nuevas: Buenaventura Acarigua, Colgate Palmolive Los Cortijos, Convencaucho Barquisimeto, Mérida Pie de Monte, Parque Los Aviadores Maracay, Santa Elena de Arenales, Turmero, San Diego de Jarales y Coro Manare. En materia de modernización, su red de cajeros automáticos ascendió a 1.990 y puntos de ventas a 60.075.

Gerencia Territorial	Número de Oficinas Comerciales
Aragua Los Llanos	18
Barinas - Valera	18
Barquisimeto	19
Bolívar	15
Carabobo	26
Costa Oriental - Falcón	20
Gran Caracas	26
Lara - Poblaciones	19
La Castellana	26
La Pelota	23
Maracaibo	17
Mérida	18
Miranda	19
San Cristóbal	14
Parque Humboldt	17
Oriente	18
Oficinas a nivel nacional	313

Alcance: BBVA Provincial.

Banca de Empresas e Instituciones (BEI)

Con el propósito de mantener una relación a largo plazo, de confianza y valor mutuo con sus clientes empresariales e institucionales, pertenecientes a los diferentes sectores productivos del país, el Banco cuenta con 17 oficinas especializadas en estos segmentos. Ubicada en las principales ciudades y con un equipo de profesionales altamente cualificados, esta banca ofrece un portafolio de productos y servicios soportado en una plataforma tecnológica de punta.

Estado	Número de Oficinas BEI
Aragua Los Llanos	1
Barcelona	1
Barquisimeto	2
Bolívar	1
Carabobo	1
Distrito Capital	3
Mérida	1
Miranda	5
Portuguesa	1
Zulia	1
Oficinas a nivel nacional	17

Alcance: BBVA Provincial.

Corporate & Investment Banking

BBVA Provincial dispone de una oficina de Banca Corporativa Global Venezuela orientada a la atención de empresas multinacionales con operaciones en diferentes países, así como aquellas que mantienen alianzas estratégicas con el Grupo BBVA, además de ofrecer atención especializada a clientes corporativos locales con facturaciones importantes dentro y fuera del territorio nacional o con negocios estratégicos que requieran asesoría en este tipo de banca



Premios y reconocimientos 2014

Mejor banco en Venezuela, revista Global Finance: por octavo año consecutivo BBVA Provincial obtuvo esta distinción, en el marco de los premios *World's Best Emerging Markets Banks in Latin America*, destacando su evolución en la actividad bancaria, resultados económicos, principales indicadores financieros y la profundización del modelo de gestión centrado en la satisfacción del cliente y crecimiento rentable.

Mejor banco en Venezuela, revista Euromoney: también por octava ocasión la Institución recibió este reconocimiento en los *Awards for Excellence*, tomando en consideración su oferta de productos y servicios diferenciada y de calidad, capacidad de adaptación al entorno local, atributos de elevada eficiencia, modernidad y sencillez, así como solidez y solvencia financiera.

Mejor banco en Venezuela, revista The Banker: este galardón le fue otorgado por cuarto año consecutivo, sobresaliendo en esta oportunidad su capacidad para afrontar los cambios dentro de la industria financiera, condicionada por nuevas regulaciones, mayor competitividad y exigencias de los clientes; además de la profundización de su proceso de transformación tecnológica y migración hacia la banca digital, como eje clave de la estrategia de negocios.

Mejor banco en Venezuela, revista LatinFinance: este premio destaca la labor de aquellas instituciones que cumplen con criterios de excelencia en la banca de la región. En el caso particular de BBVA Provincial, reconoce su proceso de transformación y evolución hacia la banca digital, manteniendo como principio fundamental la rentabilidad y una gestión centrada en el cliente.

Mejor proveedor de servicios de Cash Management en

Venezuela, revista Euromoney: por tercer año consecutivo el Banco obtuvo la máxima calificación en una encuesta realizada a los ejecutivos de finanzas de las empresas e instituciones más importantes a nivel global, quienes valoraron a sus proveedores de servicios de Cash Management.

Programa de reconocimientos de la Corporación Suiche 7B: en esta oportunidad BBVA Provincial se hizo merecedor de cuatro distinciones: Banco con mejor nivel de efectividad on line, Banco con mejor calidad y mejor efectividad de respuesta como entidad emisora, Banco con mejor eficiencia en la tramitación de reclamos Suiche 7B y Banco con mejor tiempo de respuesta a reclamos administrativos.

Great Place to Work® Ranking 2014: por segundo año consecutivo la Institución fue seleccionada como uno de los 15 mejores lugares para trabajar en Venezuela, enfatizando el elevado sentido de pertenencia por parte de su equipo de profesionales, positivo clima de trabajo y la búsqueda continua de productividad y excelencia.

Progresos 2014 y objetivos 2015

El detalle de los progresos concretados en el año 2014 y los objetivos planteados para el siguiente ejercicio, enmarcados en torno a los asuntos más relevantes para BBVA Provincial: principios y política de responsabilidad corporativa, grupos de interés, gestión responsable del cliente, finanzas responsables, inclusión financiera, recurso humano, compras responsables, medioambiente y compromiso con la sociedad; están disponibles a partir de la página 68 de este Informe.

Visión, misión y política

Banca responsable es un modelo de negocio y una forma distintiva de hacer banca.

Visión y misión

La visión de BBVA Provincial transmite su ambición y su compromiso, la cual sirve de guía a cada uno de sus profesionales, quienes con entusiasmo comparten un fin común y un mismo lema: “trabajamos por un futuro mejor para las personas”. Una visión que claramente define los tres pilares en que ésta se basa: las personas, los principios y la innovación; y de la cual deriva su misión como banco, que es entregar los mejores productos y servicios financieros con sencillez y responsabilidad.

Cada uno de estos valores y compromisos forman parte de su identidad corporativa, reflejando sus ideales y buscando ofrecer una experiencia que le distinga, de allí que la Institución ofrece un modo diferencial de hacer banca, basado en una rentabilidad ajustada a los principios de integridad, prudencia y transparencia.

• **Integridad** como manifestación de la ética en sus actuaciones y en todas las relaciones con sus grupos de interés.

• **Prudencia** como principio de precaución en la gestión del riesgo.

• **Transparencia** como máxima de toda la actividad para ofrecer acceso a información clara y veraz, más allá de la estricta legalidad.

Su visión le aporta dirección y estos principios determinan la forma en que se logra tal objetivo, incidiendo permanentemente en la gestión y manifestándose en todas las relaciones que establece la Institución con los diferentes grupos de interés: clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad. Interacción que también se ve definida por dos características clave, como son sencillez y responsabilidad.

• **Sencillez** en cuanto a la agilidad, cercanía, accesibilidad y claridad que define el diario actuar.

• **Responsabilidad** en la construcción de relaciones equilibradas y a largo plazo con los clientes, así como el compromiso con el impacto que se tiene en las personas, las empresas y las comunidades.



Política de responsabilidad social corporativa (RSC)

En BBVA Provincial el concepto de responsabilidad social corporativa se entiende como la responsabilidad de las empresas con respecto a su impacto en la sociedad, prestando atención a aquellos factores sociales, medioambientales, éticos, sobre derechos humanos y de los consumidores en el negocio diario y en las relaciones con los grupos de interés.

Bajo esta directriz, su política de responsabilidad social corporativa se centra en la definición y promoción de comportamientos que estimulen la generación de valor en cada una de las relaciones con los diferentes públicos y de esta manera impulsar el desarrollo de todos los actores de la sociedad. Esta política se fundamenta en la visión de la empresa, que es trabajar por un mejor futuro para las personas, marcando las pautas de actuación y gestión de toda la organización.

Los principales compromisos que asume la Institución en torno a su política de RSC son:

- Desarrollar en todo momento la actividad principal de forma responsable y maximizar los impactos de su negocio en la sociedad.
- Identificar, prevenir y mitigar los posibles impactos negativos.
- Crear oportunidades de negocio que generen valor social.
- Potenciar su inversión social a través del apoyo a iniciativas de alto impacto, especialmente aquellas relacionadas a la educación.

Tales pautas de actuación se manifiestan en una forma diferente de hacer banca, lo que ha impulsado la creación de un modelo de negocio denominado banca responsable, centrado en una rentabilidad ajustada en los principios y sustentado en el estricto cumplimiento de la legalidad, en las buenas prácticas y en la generación de valor.

Los principios de integridad, prudencia y transparencia también rigen la política de responsabilidad social corporativa, los cuales definen la actuación del Banco en este importante ámbito. Actuación delimitada bajo las siguientes directrices:

1. Realizar su actividad financiera pensando en las personas.
2. Establecer relaciones equilibradas con los clientes y a largo plazo.
3. Ayudar a que los clientes tomen siempre decisiones informadas, a través de una comunicación transparente, clara y responsable (TCR) y de la educación financiera.
4. Ofrecer productos y servicios de alto impacto social, adaptados a las necesidades de los clientes y a su entorno.
5. Promover la inclusión financiera y el acceso responsable a los servicios financieros.
6. Impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre los empleados.
7. Apoyar al desarrollo de la sociedad a través de la actividad financiera y de los programas sociales con foco en la educación y el conocimiento.

Gobierno y alcance

Esta política es corporativa y como tal es aprobada por el Grupo BBVA y compartida por todas sus filiales. Su aprobación corresponde al Consejo de Administración de BBVA y la función de gestión recae en el área de Responsabilidad y Reputación Corporativa Global, responsable de entregar anualmente un reporte al Consejo sobre su implantación en toda la organización y realizar propuestas en torno a dicha política.

La gestión de la política de RSC en BBVA Provincial es función del área de Responsabilidad y Reputación Corporativa, la cual forma parte de la dirección de Comunicación e Imagen y que reporta directamente a la Presidencia Ejecutiva del Banco. Además se



cuenta con un Comité de Negocio Responsable, integrado por diferentes dependencias de la Institución y que rige la correcta ejecución de la política localmente. Todo lo inherente a este Comité se expresa en el capítulo Sistema de gobierno, apartado Gobierno de negocio responsable, de este Informe.

Es importante destacar que los programas e iniciativas desarrollados en el marco de la política de responsabilidad social corporativa son ejecutados de forma voluntaria por la Institución, no obedeciendo a un deber regulatorio o normativo.

Desarrollo de la política

La política de RSC se ve fortalecida por otras políticas y normativas corporativas específicas que la complementan, garantizando su adecuada aplicación en los siguientes ámbitos:

- Compromiso en materia de derechos humanos.
- Política de compras responsables.
- Política medioambiental.
- Política global de voluntariado.
- Norma de actuación en materia de defensa.
- Estrategia de contribución fiscal global.
- Código de comunicación comercial TCR.
- Plan de diversidad.

Adicionalmente, la organización ha expresado su adhesión a los principales acuerdos internacionales en materia de RSC, tal es el caso del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, los Principios de Ecuador, los Principios para la Inversión Responsable, la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, el *Thun Group* sobre Bancos y Derechos Humanos, así como otras iniciativas relacionadas.

Plan de Negocio Responsable

Del modelo de banca responsable se desprende el Plan de Negocio Responsable de BBVA Provincial, aprobado en el año 2013 y en torno al cual se han establecido como líneas clave de acción: la educación, la comunicación TCR y el desarrollo de productos de alto impacto social. Líneas que definen las prioridades estratégicas para el período 2013 - 2015 de la Institución, reforzando compromisos como la generación de valor y el desarrollo sostenible, en el que el beneficio económico siempre esté acompañado al progreso social, con una gestión sustentada en las buenas prácticas y en los mayores estándares éticos.

La función de impulsar y hacer seguimiento a las iniciativas que integran el Plan de Negocio Responsable recae en el Comité de Negocio Responsable de BBVA Provincial, garante de la adecuada aplicación de la política de RSC y el área de Responsabilidad y Reputación Corporativa es responsable de la ejecución de este plan, debiendo reportar periódicamente sus avances al departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativa Global del Grupo BBVA.

Líneas estratégicas	Iniciativas
Comunicación transparente, clara y responsable (TCR)	Proyecto TCR
Educación	Educación Financiera Programa Becas de Integración Programa Papagayo Programa de Emprendimiento Social Programa de Formación Pymes
Desarrollo de productos de alto impacto social	Inclusión financiera Apoyo a pymes Apoyo a particulares con necesidades especiales Inversión responsable
Otros	Iniciativas RRHH (diversidad, equidad y voluntariado) Compras responsables y ecoeficiencia Compensación Cultura Riesgos sociales y ambientales Liderazgo basado en valores

Sistema de gobierno

Estrictos estándares de conducta y un robusto sistema de control son cimientos de una banca responsable.

Gobierno corporativo

Cumplir con los estándares éticos más allá de la estricta legalidad y asegurar la transparencia de la información son premisas fundamentales del sistema de gobierno corporativo de BBVA Provincial, el cual define el conjunto de principios y normas que regulan la configuración y funcionamiento de sus órganos sociales, garantes de mantener un equilibrio justo entre los intereses de la sociedad y accionistas, convirtiéndose así en un factor clave de la responsabilidad corporativa.

Los órganos sociales que integran la estructura del gobierno corporativo del Banco son su Consejo de Administración, Comité de Auditoría, Comité de Riesgo y Comité de Nombramientos y Remuneraciones; estructura ajustada a los requerimientos de los entes reguladores y legislación vigente.

En 2014 la Institución ha seguido trabajando en el fortalecimiento de su estructura de gobierno corporativo, especialmente en lo relativo a la distribución de los derechos y responsabilidades de quienes la conforman, tales como miembros del directorio, gerentes, accionistas y otros agentes económicos relacionados a la organización, potenciando los principios y valores que rigen esta materia y generando una mayor confianza.

La gestión de BBVA Provincial se rige bajo estrictos cánones de actuación, garantizando en todo momento la transparencia de sus operaciones, estableciendo premisas clave en la gestión de los recursos, ofreciendo instrumentos para la resolución de conflictos de intereses y buscando un mayor equilibrio al interior del sistema, vinculado de forma directa con el cumplimiento de la Resolución N° 19-1-2005: "Principios de Gobierno Corporativo", publicada por la Superintendencia Nacional de Valores.

El sistema de gobierno del Banco le ha permitido consolidar su liderazgo y posicionamiento como una entidad sólida y de confianza, sustentado en las mejores prácticas y en los mayores estándares de transparencia, siendo referencia dentro del mercado financiero venezolano.

Sistema de cumplimiento

El sistema de cumplimiento de BBVA Provincial es uno de los pilares en el que la empresa sustenta su compromiso de comportamiento ético y principio de integridad, y que junto al sistema de gobierno corporativo establece el marco de actuación que rige su actividad y negocios. Esta función de cumplimiento 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.

Los principales objetivos del sistema de cumplimiento son la promoción de políticas y procedimientos en esta materia, contemplando su difusión y la formación del recurso humano, además de identificar, evaluar y mitigar eventuales riesgos de cumplimiento, asociados a los siguientes ámbitos:

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

El modelo de aproximación y gestión del riesgo de cumplimiento asociado a estas áreas, el cual es de carácter global, evoluciona a lo largo del tiempo con la finalidad de reforzar los elementos y pilares que le sustentan, así como anticiparse a los cambios y avances en cada materia.

Gobierno de negocio responsable

BBVA Provincial cuenta con un Comité de Negocio Responsable, liderado por su presidente ejecutivo e integrado por diversas dependencias del Banco: Banca Digital; Innovación y Desarrollo; Gestión del Talento y Protección; Servicios Jurídicos; Cumplimiento Normativo; Medios; Compras, Inmuebles y Servicios Generales; Publicidad, Finanzas, Riesgos; y Comunicación e Imagen.

La misión de este Comité es impulsar y garantizar una gestión responsable en la actividad financiera y en las relaciones con los diferentes públicos, asegurando en todo momento la correcta aplicación de su política de RSC. Entre otros de sus objetivos, destacan:

- Poner en valor las actuaciones de la Institución para generar el mejor retorno reputacional posible.
- Concientizar a los empleados en materia de responsabilidad social corporativa, mejorando la reputación interna.
- Impulsar la generación de valor en las relaciones con sus grupos de interés.
- Maximizar el impacto del Plan de Negocio Responsable, impulsando su modelo de banca responsable.

El Comité de Negocio Responsable celebró dos sesiones en el año 2014, promoviendo y dando seguimiento a los siguientes puntos:

- Iniciativas del Plan de Negocio Responsable, en sus distintas líneas de actuación.
- Programas sociales desarrollados por la Fundación BBVA Provincial a través de la dirección de Responsabilidad y Reputación Corporativa.
- Evaluación de la reputación del Banco y gestión de los riesgos reputacionales.



- Evaluación del impacto de la actividad desarrollada, en relación a la creación de valor social para los grupos de interés y para BBVA.

Corporate Assurance y Auditoría Interna

Auditoría Interna

La función de auditoría interna se concibe de acuerdo a las directrices del Comité de Basilea, como una actividad permanente, independiente, imparcial y objetiva de consulta y evaluación de los sistemas de gestión del riesgo, control interno y gobierno corporativo, con la finalidad de agregar valor, optimizar los procesos operativos y apoyar en la consecución de los objetivos de la Institución, además de fortalecer su responsabilidad corporativa.

En el Estatuto de Auditoría Interna se establecen claramente sus funciones, su visión y regula el alcance de dicha actividad, así como a los órganos de dirección, principios rectores, metodológicos y de relación. El alcance de esta función abarca todas las actividades del Banco, con un enfoque sistemático y

SOCIEDAD

Contribuye a que el Banco garantice el apego al marco normativo y el estricto comportamiento ético en los compromisos con la sociedad.

CLIENTE

Contribuye a que el Banco garantice el cumplimiento de los compromisos adquiridos con ellos, en el marco de una gestión ética y transparente que genere confianza.

ACCIONISTAS

Contribuye a que el Banco garantice el cumplimiento de altos estándares de buen gobierno corporativo y a difundir información transparente, clara y responsable a los mercados

EMPLEADOS Y DIRECTIVOS

Su función es proveer servicios y proyectarse hacia cualquier ámbito de la organización en la que sea requerida. Apoya al banco en la gestión integral de los riesgos.

AUDITORÍA INTERNA

disciplinado para la evaluación y mejora de los procesos. En una primera instancia se procede a la calificación y valoración de los riesgos, contemplando la detección de oportunidades de mejora y posterior elaboración de recomendaciones para la optimización de dichos procesos.

A objeto de resguardar su objetividad e independencia, la función de auditoría interna es controlada desde el Comité de Auditoría, órgano del Consejo de Administración de BBVA Provincial. Adicionalmente, de forma periódica el área de Auditoría Interna informa al Comité de Dirección y al Comité de Auditoría el grado de ejecución de su plan estratégico anual y avances en la mitigación de riesgos, permitiéndole identificar de forma oportuna cualquier irregularidad relevante que pudiese impactar en el patrimonio, resultados o reputación de la Institución.

Corporate Assurance

Con la incorporación de *Corporate Assurance*, un nuevo esquema de *governance*, la Institución logró fortalecer su modelo de control interno, ya que este esquema ofrece a la Dirección y al Consejo de Administración del Banco una visión integral y homogénea de su situación en este importante ámbito de actuación.

El modelo de control interno de BBVA Provincial se estructura en tres líneas clave de defensa, constituidas por las unidades de negocio, los especialistas de control y la dependencia de Auditoría Interna; estructura que brinda soporte al *Corporate Assurance* en la consecución de sus objetivos. Como tercera línea de control, Auditoría Interna es responsable de la revisión independiente del modelo, verificando el cumplimiento y eficacia de las políticas corporativas establecidas.

Estándares de conducta

Código de Conducta

En 2014 se siguió trabajando en la difusión de los contenidos del Código de Conducta del Grupo Provincial, a fin de reforzar su internalización por parte de todos los profesionales de la Institución, conscientes que la integridad corporativa es fuente de creación de valor y requisito indispensable para mantener la confianza de la sociedad, cimentada en estrictos estándares de comportamiento ético. Labor que además ratifica el cumplimiento de la legislación vigente, establecida en el Artículo 26 de la Resolución N°119-10 de la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario.

Entre las acciones ejecutadas en el último ejercicio, destacan la distribución de publicaciones mensuales alusivas a los diferentes apartados del Código, dando relevancia a los valores institucionales que sustentan este documento; así como el desarrollo de actividades formativas, impartidas a 4.377 empleados; además del fortalecimiento de los canales de denuncias, para la oportuna detección de actitudes éticamente cuestionables, y de los procedimientos establecidos en el Reglamento Interno de Conducta.

Para garantizar la adecuada y permanente aplicación del Código de Conducta, la Institución cuenta con un área que es responsable de esta función. Entre los objetivos de esta unidad de apoyo, está asegurar en todo momento el correcto manejo de la información privilegiada a la hora de operar en los mercados de valores, hacer seguimiento y resolutoria de las denuncias, procurar el cumplimiento de los estándares éticos más allá de la estricta legalidad y una gestión transparente.

Es importante destacar que la política de responsabilidad social corporativa del Banco es siempre respetuosa con los principios y valores del Código de Conducta, así como a toda política, norma y compromiso para su pleno desarrollo.

Políticas o normas específicas de áreas funcionales

Si bien el Código de Conducta define y desarrolla los fundamentos de comportamiento éticos y pautas de actuación para todos los empleados y las unidades de la Institución, siendo la pieza fundamental de su sistema de cumplimiento, adicionalmente se cuenta con derivados normativos específicos para la gestión de los compromisos básicos de las áreas funcionales, velando por la integridad corporativa en todas las actividades y negocios.

Entre las políticas y normativas más relevantes que rigen en diferentes aspectos de actuación, destacan:

- Política corporativa en el ámbito de los mercados de capitales.
- Reglamento interno de conducta en el ámbito de los mercados de capitales.
- Estatuto de Auditoría.
- Código de ética para la selección de personal.
- Estatutos sociales del Consejo de Administración.
- Principios básicos de la gestión del riesgo y manual de política de gestión del riesgo.
- Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento.
- Estatuto de la función de Cumplimiento.



Asuntos controvertidos

A cierre del ejercicio no se registraron hechos relevantes por incumplimiento de leyes o normativas relacionadas al desempeño de la Institución, así como al suministro de productos y servicios en Venezuela que tengan incidencia significativa sobre la situación patrimonial, financiera y reputación del Banco, del Grupo BBVA o sobre sus resultados respectivos. La información de litigios, compromisos contractuales y contingencias legales fue

debidamente comunicada a la Dirección Financiera para su adecuado registro contable.

Compromisos internacionales

Los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, orientados a la promoción de la responsabilidad corporativa, están plenamente alineados y cohesionados al modelo de banca responsable de BBVA Provincial. Un compromiso que impulsó en 2014 la concreción de diversas acciones y programas en beneficio de los grupos de interés, iniciativas que se detallan en este Informe de Banca Responsable, brindando información clara y transparente de los avances alcanzados en dicho ejercicio. Desde 2002 el Grupo BBVA está adherido al Pacto Mundial, adoptando y apoyando sus principios en derechos humanos, trabajo, medioambiente y anti-corrupción.

La Institución también reconoce su apego a la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así como a otros convenios y tratados de organismos internacionales, tales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y la Organización Internacional del Trabajo.

Asimismo, BBVA Provincial fomenta los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la Organización de Naciones Unidas, iniciativa orientada



a 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 medioambiente y fomento de una alianza mundial.

En el año 2014 el Grupo BBVA firmó el *Global Investor Statement on Climate Change*, conscientes del rol de los inversores en la financiación de energía limpia, tratándose de una declaración que define los compromisos asumidos por estos en la promoción de soluciones climáticas y de una economía baja en carbono, además de impulsar la promulgación de políticas climáticas y acuerdos globales en torno a esta problemática.

Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU	Iniciativas de BBVA Provincial
Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Programa Becas de Integración Programa de Emprendimiento Social Programa de Educación Financiera
Lograr la enseñanza primaria universal	Programa Papagayo (educación en valores a través de la lectura y la escritura creativa)
Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer	Plan global de diversidad de género Cátedra de emprendimiento: Talleres comunitarios
Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años	No existen iniciativas específicas
Mejorar la salud materna	No existen iniciativas específicas
Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades	No existen iniciativas específicas
Garantizar la sostenibilidad del medioambiente	Plan global de ecoeficiencia Política corporativa medioambiental Programa interno de reciclaje (papel, aluminio y plástico) Voluntariado ecológico Donación de cartuchos de tóner
Fomentar una alianza mundial para el desarrollo	Iniciativa desarrollada por BBVA a través de su Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento - Cooperación al desarrollo

Materialidad y diálogo con los grupos de interés

Escuchar y dar respuesta a sus públicos es una tarea permanente de la banca responsable.

En BBVA Provincial las personas son el centro del negocio, por lo que todo su equipo de profesionales trabaja en favor de consolidar relaciones a largo plazo, de confianza y valor mutuo con los diferentes grupos de interés con los que diariamente interactúan. Una marcada orientación al cliente, la sencillez como premisa de su gestión y la omnicanalidad como principio de su operativa, son los pilares de su estrategia de negocio responsable.

Bajo estos fundamentos, en 2014 la Institución continuó trabajando en el fortalecimiento de su plataforma tecnológica, expansión de su red de oficinas, modernización de los canales alternos, optimización de sus procesos internos, mejora de la calidad de servicio e impulso de programas cercanos a las inquietudes sociales, con la finalidad de potenciar un crecimiento sostenible de la actividad y de su base de clientes, contribuyendo de este modo al bienestar social y económico de las comunidades.

En definitiva, su estrategia de negocio es prácticamente un espejo de lo que piden los grupos de interés, y responder a sus expectativas es una de las prioridades de BBVA Provincial. Lo que a su vez refuerza su compromiso de apoyar

al desarrollo de la sociedad venezolana, mediante la prestación de productos y servicios bancarios de calidad, sencillos e innovadores; tratándose de una labor que ha sido reconocida por diversas organizaciones internacionales, clientes, usuarios, empleados, proveedores y autoridades locales.

Herramientas de escucha y diálogo

En el último ejercicio se potenció la gestión de los diferentes canales con los que cuenta la Institución y que le permiten entablar una comunicación permanente, transparente, bidireccional y fluida con sus grupos de interés. De igual manera, se fortalecieron las relaciones y alianzas estratégicas con diversas instituciones públicas y privadas con el objetivo de llevar a cabo programas e iniciativas que apoyan el desarrollo de las comunidades, los cuales buscan dar respuesta a inquietudes sociales.

Para BBVA Provincial es una prioridad escuchar y conocer las necesidades y requerimientos de sus grupos de interés, con la finalidad de ofrecerles una oportuna y eficaz respuesta. Para ello, cuenta con una amplia variedad de herramientas para la consulta y el diálogo que garantizan una adecuada atención de sus públicos, además de ofrecer una valiosa fuente de información que incide en la mejora y optimización de la gestión.

Herramientas de escucha específicas

Obedecen a los instrumentos usados por las áreas del Banco en su relación cotidiana con cada grupo de interés, tales como la encuesta de satisfacción del empleado gestionada por la dirección de Gestión del Talento y Protección, o las encuestas de satisfacción y recomendación de los clientes y los mecanismos de atención de reclamaciones coordinados por los equipos de Experiencia de Cliente.

ESTRATEGIA DE NEGOCIO RESPONSABLE

UN OBJETIVO

que la estrategia se adapte al nuevo entorno

UNA CLAVE

contar con la confianza del cliente (*customer centric*)

UNA OBSESIÓN

la sencillez

UN FUTURO

la vida será móvil (omnicanalidad)

UNA RESPONSABILIDAD

contribuir al bienestar social



Herramientas globales de escucha

Tienen como objetivo facilitar una mejor gestión de la marca y la reputación de la empresa, así como conocer en mayor medida los contextos sociales en los que se opera y ser capaces de incorporar una mirada más centrada en las personas en las decisiones de negocio. La encuesta anual de reputación interna entre empleados y las encuestas continuas de reputación externa y de marca, a clientes y sociedad en general, son algunas de estas herramientas coordinadas por la Dirección de Comunicación e Imagen.

Redes sociales

La Institución está presente en la web 2.0 a través de las cuentas: @BBVAProvincial en Twitter, BBVAProvincial.adelante en Facebook, BBVAProvincial en YouTube, BBVAProvincial en Instagram y blogbbvaprovincial.blogspot.com en Blogger. Las redes sociales se han convertido en una valiosa herramienta de escucha, al permitir un diálogo continuo con los clientes y la sociedad, además de favorecer la labor de medición de la reputación *on line*.

En 2014 el Banco orientó esfuerzos en la labor de incrementar sus comunidades y afianzar la fidelidad de los clientes y seguidores (*engagement*), a través de novedosas campañas y acciones promocionales, consolidando de esta manera su liderazgo en las redes y facilitando una constante interacción: escuchando, conversando e influyendo. Las promociones emprendidas para la generación de la demanda digital y *social media*, tuvieron como tema principal la celebración de fechas o acontecimientos especiales a lo largo del año.

Entre estas acciones, destacan la campaña Feliz Cumple BBVA para celebrar su cuarto año en Twitter; las promociones del Mundial de Fútbol Brasil 2014, como Madres futbolistas BBVA, Así se vive el fútbol BBVA y la Quiniela BBVA Provincial; entre otras promociones de alto impacto, tales como Tu Selfie BBVA, Nuestro Selfie BBVA, Navidad Digital BBVA y Adelante Venezuela, ésta tenía como objetivo resaltar las cosas positivas del país.

En el marco de estas iniciativas se lograron excelentes resultados, en Twitter se alcanzó la cifra de 339.854 seguidores, en Facebook se lograron 192.316 *Likes* o Me Gusta, en Instagram aumentó la comunidad a 21.274 seguidores, en YouTube se concretaron 523.900 reproducciones y 5.231 suscripciones, y su blog contabilizó 2.518.431 vistas.

Otras herramientas

En cuanto a las vías de escucha con que cuenta la Institución, también sobresale la función del área de Servicios de Estudio BBVA *Research* en las tareas de análisis, elaboración de informes y documentos de trabajo que permiten tener una visión macro y detallada de lo que ocurre en las sociedades en donde tiene presencia la organización.

La Fundación BBVA Provincial siguió trabajando en el fortalecimiento de sus alianzas estratégicas y relaciones institucionales, propiciando una mayor vinculación, sinergia y diálogo con diversas e importantes instituciones culturales, universidades y organizaciones de desarrollo social de destacada trayectoria en el país, bajo la premisa de generar valor social.

Adicionalmente, en 2014 se aplicaron diferentes herramientas de escucha y estudios entre los beneficiarios de los programas sociales:

Programa Becas de Integración: con el objetivo de determinar la opinión en torno a este programa educativo y niveles de satisfacción entre sus beneficiarios directos (jóvenes de escasos recursos que están cursando estudios de bachillerato en la red de escuelas aliadas), se desarrolló una encuesta a 78% del universo y en 80 escuelas de diferentes estados del país. Entre los principales hallazgos, los becados expresaron que este programa les incentiva a seguir con sus estudios, obtener mejores calificaciones, convertirse en buenos ciudadanos, asistir todos los días a clases y querer continuar sus estudios superiores. Apreciación que coincidió con las opiniones de sus padres, quienes manifestaron que la mayor contribución de esta iniciativa es motivar a sus hijos en el ámbito académico, resaltando los mismos aspectos antes descritos.

Programa Papagayo: en esta oportunidad se midió el grado de satisfacción de los beneficiarios (docentes de 5to. y 6to. grado de educación primaria) en relación a los cambios incorporados a este programa, referentes al registro en el concurso y desarrollo de la didáctica en el aula virtual. Los ítems evaluados mostraron una alta satisfacción, entre estos, el proceso de inscripción vía web, el acceso a los contenidos de las unidades en el aula virtual y su motivación para navegar. Los efectos que Papagayo genera en sus beneficiarios siguió reportando una opinión positiva y efectiva, en cuanto a los resultados percibidos en sí mismo por parte del docente y lo que ellos, como facilitadores del proceso, perciben como cambios favorables en sus alumnos. Las áreas de mejora identificadas, se orientaron a disponer de más facilidades en los accesos a la información, videos, audios, contenidos en PDF y mayor seguimiento a través de consultas telefónicas, para incrementar la permanencia.

Programa de Formación para Pymes: este programa contó con la participación de 187 clientes pymes del Banco, quienes durante dos meses recibieron formación para el desarrollo de nuevas soluciones y liderazgo, en las modalidades: presencial y *on line*. Se realizó una encuesta entre los beneficiarios a fin de establecer su percepción del programa, además de recabar sugerencias. Los participantes manifestaron su grado de satisfacción y destacaron

aspectos como la aplicabilidad de los contenidos, la nueva experiencia para la mayoría relativa al uso de una plataforma virtual y el deseo de incorporarse a otras iniciativas de este tipo. Entre los puntos de mejora, se propuso la incorporación de temas complementarios como Estrategia y Tributos.

Análisis de materialidad

Para BBVA Provincial la determinación de sus aspectos materiales viene dada por el diseño de focos estratégicos, por lo que en 2014 realizó una serie de análisis entre sus grupos de interés a fin de identificar y priorizar los puntos de mayor relevancia para el Banco, y en torno a los cuales se han focalizado esfuerzos en aras de seguir aportando valor. Los resultados de estas investigaciones se analizaron a partir de la visión, principios, estrategia e impacto en el negocio, así como del seguimiento a su modelo de negocio responsable.

La labor de identificación de los aspectos materiales se basa en el análisis de tres tipos de contenidos: las expectativas de sus principales grupos de interés (clientes, empleados y sociedad); la regulación y los compromisos adoptados en los acuerdos suscritos por la organización; además de la visión, el posicionamiento y la estrategia de la Institución.

Para el análisis de sus grupos de interés, se utilizaron las siguientes herramientas:

- **Clientes y sociedad:** RepTrak® (encuesta de reputación externa); investigación en profundidad a población bancarizada (focus groups); presencia del Banco en medios de comunicación y redes sociales; y el Informe de *Issues 2014* de *Corporate Excellence*.
- **Empleados:** investigación en profundidad a directivos y empleados, encuesta de reputación interna y encuesta de satisfacción de empleados.
- **Inversores:** análisis de cuestionarios y preguntas de analistas de sostenibilidad y de inversores.
- **Regulación:** análisis interno de principales tendencias regulatorias.





Aspectos materiales en 2014

Cientes y sociedad

1. Todos los años, entre clientes y población bancarizada se realiza la encuesta de reputación emocional que busca identificar las principales variables que impactan en la construcción de la reputación, la cual se mide sobre la base de cuatro atributos: estima, admiración, impresión y confianza. Atributos que se explican a través de aspectos racionales que impactan en la reputación emocional, tales como: orientación a cliente, trabajo, ética, liderazgo, innovación, finanzas y ciudadanía.

Las conclusiones de esta investigación, respaldadas por los resultados del RepTrak® (encuestas de reputación externa), muestran que la generación de confianza y la reputación se construyen de la siguiente manera: (1) trabajando con orientación al cliente y ofreciendo servicios y productos de calidad; (2) con un comportamiento ético que refuerza la solvencia y confianza, aportando una experiencia positiva al consumidor; (3) contribuyendo al desarrollo de las comunidades.

El principal hallazgo del estudio cualitativo del RepTrak® indica que la clave para contar con un proyecto de negocio responsable creíble es empezar por las iniciativas que construyen una relación más equilibrada con los clientes. Solamente cuando estos temas estén razonablemente resueltos, se tiene la credibilidad para abordar otros aspectos.

2. El Grupo BBVA coordinó un estudio en profundidad entre la población bancarizada, en el período 2013 - 2014, con el objeto de identificar las grandes tendencias estructurales y demandas sociales en relación a los bancos, así como los atributos relevantes para construir una banca responsable y entender cuáles de ellos impactan más en el negocio. La investigación consistió en ocho entrevistas a expertos externos, 22 *focus groups* y 3.579 entrevistas realizadas en España, México, USA, Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela.

3. A través del seguimiento y análisis de las noticias referentes a la Institución y al sistema bancario publicadas en los medios

de comunicación de mayor audiencia, junto al análisis de las redes sociales, el Banco conoce las demandas y prioridades de la opinión pública. El seguimiento a sus redes sociales es continuo, y para ello cuenta con una herramienta para análisis de profundidad de la reputación *on line* (Alto Analytics).

4. A partir de los hallazgos de todos estos estudios, para BBVA Provincial los temas relevantes para los clientes y la sociedad pueden priorizarse de la siguiente manera:

- **Responsabilidad con las personas/clientes:** el primer y principal factor es la responsabilidad con el cliente, todo proyecto de negocio responsable debe iniciar con la construcción de relaciones equilibradas. Una relación que se basa en la transparencia, claridad y ética. El cliente desea tomar decisiones informadas a través de una educación financiera, estableciendo así una relación más equilibrada.
- **Responsabilidad con los empleados:** en segundo lugar, la relación con el cliente está estrechamente unida al trato que da la institución a sus empleados. El recurso humano es una pieza clave en la construcción de esa relación, es el vínculo que genera confianza y cercanía con el cliente.
- **Responsabilidad social:** otro tema relevante, es la responsabilidad del banco con la comunidad. Se demanda, principalmente, apoyo al crecimiento e impulso a las pymes y emprendedores.
- **Responsabilidad como compañía:** el cuarto pilar de una banca responsable está en la gestión eficaz, el cumplimiento de la regulación y el pago de impuestos. Condición que se cumple a cabalidad ante los entes reguladores.
- **Responsabilidad con el mundo:** el Grupo BBVA, así como BBVA Provincial, se ha involucrado en la resolución de los problemas globales recogidos en las agendas públicas (medioambiente, armas, pobreza, protección a la infancia, etc.). Tomando en consideración el Informe de *Issues 2014* de *Corporate Excellence*, que proporciona los diez principales temas en lo que centran esfuerzos la Organización de Naciones Unidas, Organización Mundial del Comercio y Banco Mundial.

Temas relevantes para clientes y sociedad



Atributos más importantes para la percepción de negocio responsable (Escala 0-10)

Aspectos evaluados	Grupo BBVA	BBVA Provincial
Explique claramente y en lenguaje fácil	9,23	9,39
Apoye el desarrollo del país (pymes, emprendedores)	9,04	9,55
Empleados no presionados por vender	8,87	9,07
Educación financiera	8,81	9,26
Relaciones duraderas con los clientes	8,75	9,41
Acciones de alto impacto social	8,74	9,33
Inclusión financiera	8,61	9,24

Fuente: Análisis cuantitativo de negocio responsable BBVA.

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

Entes reguladores

A nivel del Grupo se analizó internamente las principales tendencias regulatorias por las áreas implicadas y de fuentes secundarias, entre éstas: *Evolving Banking Regulation 2014* de KMPG o el informe de *Deloitte Top 10 for 2014: Our Outlook for financial markets, regulation and supervision*. Localmente y de acuerdo a la regulación del sector, para la protección de los derechos del consumidor, BBVA Provincial realiza su actividad de intermediación y comercialización en estricto apego a las leyes y normativas vigentes, bajo principios de transparencia y claridad, orientado a mejorar su desempeño e impacto en la sociedad.

Inversores

A raíz de los cuestionarios y preguntas de los analistas de sostenibilidad y de los inversores, BBVA identificó sus expectativas y prioridades, que en 2014 estuvieron centradas en aspectos como la ética en el negocio, la financiación responsable de proyectos, la comercialización responsable de productos y servicios, el desarrollo del capital humano y la estabilidad del sistema financiero. Coincidiendo con los clientes, sociedad y empleados, en cuanto a qué hace a un banco responsable. Desde BBVA y su área de Responsabilidad y Reputación Corporativas, se analizaron los cuestionarios y preguntas de analistas de sostenibilidad (MSCI, RobecoSAM, Sustainalytics, Vigeo, CDP, GS Sustain, Oekom, EIRIS, etc.), así como de inversores con inquietudes en esta materia, identificando expectativas y prioridades en los distintos países donde se tiene presencia.

Grupos de interés

La metodología de riesgo reputacional permite conocer los principales riesgos reputacionales por país y a nivel global. El área de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) de cada banco realiza la valoración del impacto de estos riesgos, en función a cómo estos inciden en las perspectivas de los grupos de interés. La supervisión y coordinación global recae en el área de RRC *holding*, estableciendo previamente el listado de riesgos a evaluar.

En 2014, BBVA Provincial concretó la revisión de su mapa de riesgos reputacionales, generando ajustes con el fin de reforzar la gestión de riesgos y homogeneizar los análisis locales en cada una de las áreas sensibles. Las herramientas que utiliza en la valoración del impacto son el modelo RepTrak®, la encuesta de reputación interna, experiencia en gestión de crisis y el reporte Kantar (informe mensual de relevancia en medios, a través del seguimiento y análisis de prensa, radio, TV, internet y redes sociales).

Empleados

1. Para conocer qué entienden los empleados del Grupo BBVA por un banco responsable, se hizo la encuesta de reputación interna, realizada a casi 6.000 empleados en ocho países. En BBVA Provincial, la muestra se dividió en dos colectivos clave: empleados de la red comercial (en contacto con el cliente) y empleados de servicios centrales, para un total de 772 encuestados. El excelente nivel en reputación interna emocional alcanzado por el Banco se mantuvo en este último estudio, siendo la filial del Grupo BBVA que mejores resultados ha obtenido de forma consecutiva.

Los hallazgos reflejaron que para los empleados una banca responsable es aquella que no realiza operaciones éticamente cuestionables y que impulsa una relación equilibrada, honesta y transparente con sus clientes, brindándoles educación financiera para la toma de decisiones informadas y con una visión a largo plazo. Además, es un banco que se preocupa por sus profesionales y fomenta entre ellos actividades de voluntariado en apoyo a las comunidades.

La encuesta de reputación interna, también reveló que tener un comportamiento ético y responsable es el aspecto más relevante de los 36 que construyen la reputación emocional de los empleados, siendo el que más orgullo de pertenencia genera. Otros factores son un buen lugar para trabajar y la identificación con la cultura corporativa.

2. Otra herramienta de evaluación aplicada en el Grupo BBVA es la encuesta de satisfacción del empleado, a fin de conocer la

Grado de acuerdo con afirmaciones (Escala 0-100)

- Es un banco que no realiza / financia operaciones éticamente cuestionables
- Es un banco que impulsa una relación equilibrada con sus clientes, con honestidad, trato justo y transparencia
- Es un banco que orienta su actividad al largo plazo, evitando el oportunismo cortoplacista
- Es un banco que se preocupa porque su cliente tenga la educación financiera suficiente y entienda lo que contrate
- Es un banco que fomenta el compromiso de sus empleados con la comunidad (voluntariado)
- Es un banco que trata bien a sus empleados
- Es un banco que diseña sus productos financieros pensando en el impacto que tienen en la vida de las personas
- Es un banco medioambientalmente responsable
- Es un banco que realiza proyectos de impacto social más allá del negocio (becas de educación)
- Es un banco que presta servicios financieros a colectivos excluidos (microfinanzas)



Fuente: Entrevista a profundidad a empleados BBVA.

Encuesta reputación interna



Fuente: Reputación Interna 2014, Venezuela. Reputation Institute.



Venezuela Grupo BBVA

opinión del equipo e identificar fortalezas y áreas de mejora. Este estudio fue ejecutado y avalado por dos firmas consultoras independientes: *Claes Fornell Internacional* (CFI) y *Great Place to Work* (GPTW), las cuales aportan su experticia y garantizan la confidencialidad de las opiniones expresadas por los participantes.

En BBVA Provincial, se registró una participación de 84,9% del total de la plantilla (4.414 empleados) y el índice de satisfacción se situó en 82,1%. Esta encuesta permite identificar los elementos del ambiente de trabajo que son más valorados por los empleados y que inciden en su compromiso y sentido de pertenencia. Entre los resultados obtenidos, se tiene que orgullo, credibilidad y camaradería fueron las dimensiones mejores ponderadas en el ámbito emocional; y carrera profesional, como

el potencial de crecimiento futuro que ofrece la organización, recibió la mayor puntuación en el ámbito racional.

3. Se realizó un diagnóstico del grado en el que BBVA es una empresa familiarmente responsable, el cual se fundamentó en entrevistas a 18 directores de RRHH y Negocio, un cuestionario a los responsables de la función de conciliación y un cuestionario *on line* a 5.926 empleados. A partir de los resultados se priorizaron los temas clave para los empleados en cuanto a una empresa responsable, reforzando y complementando los hallazgos de la encuesta de satisfacción. Para este análisis participaron los equipos de España, México, USA, Argentina, Chile, Colombia, Perú, Venezuela, Uruguay y Paraguay.

Impacto en la sociedad

Una banca responsable es aquella que se compromete a generar valor social.

Impacto en la sociedad

El modelo de negocio de banca responsable y la política de responsabilidad social corporativa (RSC) convergen en principios y objetivos clave como son la creación de valor para todos los grupos de interés de la Institución, maximizando los impactos positivos de su actividad y mitigando posibles impactos negativos, a través de una gestión responsable y apegada al cabal cumplimiento de la legalidad y a las buenas prácticas, creando así oportunidades de negocio que generan valor social.

Cuando se habla de la actividad que desarrolla el Banco y su papel en el entramado social es sencillo de explicar: es captar ahorro de familias, empresas y otros agentes, con el objetivo de resguardarlo y hacerlo crecer, y prestarlo a un tercero, siempre con estricto rigor y prudencia. La diferencia entre lo que la entidad paga por los depósitos e interés que cobra por los préstamos, es el margen de intermediación y su principal fuente de ingresos, lo que le permite hacer frente a los costes de su gestión, tales como salarios o pago a proveedores, y obtener beneficios.

De este papel se desprenden los principales impactos positivos de su negocio financiero en la sociedad, y que forman parte de su balance social, siendo los siguientes:

- Contribuir al desarrollo de las comunidades en donde tiene presencia a través de la financiación y apoyo al tejido productivo, favoreciendo la inclusión financiera.
- Propiciar un mayor bienestar social de las personas que reciben financiación para adquisición de vivienda o bienes de consumo duradero.
- Generación de riqueza de los grupos de interés derivada de la distribución de dividendos a accionistas, pago a proveedores, salarios percibidos por empleados, impuestos pagados y devengados, etc.

- Creación de empleo directo e indirecto a través de empresas *outsourcing*.
- Aportación a la sociedad a través de programas sociales de inversión directa que benefician a diferentes colectivos, teniendo como eje fundamental la educación.
- Medición del impacto en la sociedad, utilizando indicadores que ponen a las personas en el centro de la actividad.
- Procurar la mitigación de los costes sociales derivados de la morosidad, gracias a la aplicación de rigurosas políticas de riesgo.

Para BBVA Provincial su compromiso con la sociedad significa la generación de riqueza y contribuir de este modo al bienestar social y económico de las comunidades, favoreciendo la configuración de sistemas estables en los mercados y actuando según estrictas reglas de comportamiento ético, las cuales determinan su forma de entender el negocio, además de impulsar su participación en programas cercanos a las inquietudes sociales.

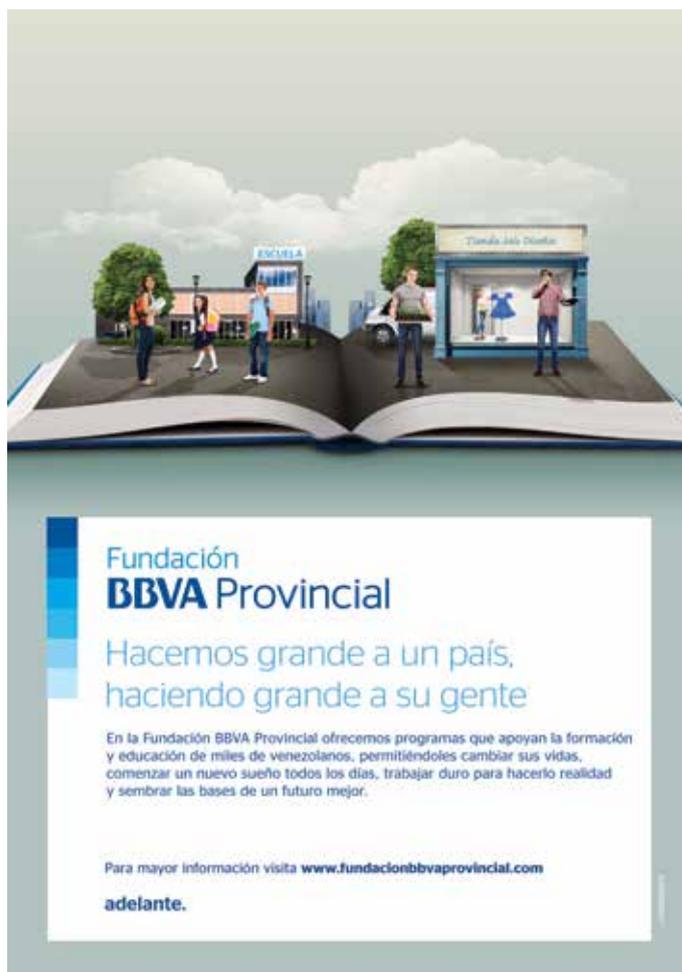
Inversión en programas sociales

Entre las directrices que enmarcan la política de RSC están promover la inclusión financiera y el acceso responsable a los productos bancarios, así como impulsar una cultura de compromiso social entre los empleados y, de suma relevancia, apoyar al desarrollo de las comunidades a través de la actividad financiera y mediante programas con foco en la educación y el conocimiento. Líneas clave que se ven materializadas en la labor de la Fundación BBVA Provincial, organización sin fines de lucro que gestiona la inversión social del Banco y coordina un amplio portafolio de programas e iniciativas que generan valor en beneficio de la sociedad venezolana.

La inversión social de BBVA Provincial corresponde al 1% del beneficio neto obtenido

en cada ejercicio, aporte voluntario que para el año 2014 ascendió a Bs. 91.290.699,93, el cual fue administrado con criterios de transparencia, excelencia y racionalidad. El 68% de estos recursos se orientaron a los programas educativos de la Fundación, tanto en la consolidación de los Programas Papagayo y Becas de Integración, así como en la ampliación y fortalecimiento de las iniciativas en educación financiera, pymes y emprendimiento.

Además de los programas de ejecución directa que lleva adelante la Fundación BBVA Provincial, esta brinda apoyo a diversas iniciativas y proyectos de alto impacto social, a través de alianzas estratégicas con organizaciones de reconocida trayectoria. El detalle de los diferentes programas y acciones de la Fundación, son ampliados en el capítulo Sociedad de este Informe.



Inversión Social de BBVA Provincial			
Área de actuación	Aportación monetaria (Bs.)		
	2014	2013	2012
Educación	62.077.676,63	30.679.874,79	17.153.698,36
Cultura y acción social	13.693.604,14	10.226.624,93	9.931.088,53
Comunicación y gestión	15.519.419,16	10.226.624,93	3.009.420,77
Total inversión social	91.290.699,93	51.133.124,65	30.094.207,66

Alcance: BBVA Provincial

Contribución Fiscal

Contribución fiscal			
	2014	2013	2012
Contribución fiscal global (Bs. Históricos*)			
Impuestos propios de BBVA Provincial	1.873.408.637	1.780.926.324	1.925.417.604
Impuestos de terceros de BBVA Provincial	2.093.020.758	980.176.011	496.915.495
Total contribución fiscal	3.966.429.395	2.761.102.335	2.422.333.099

Alcance: BBVA Provincial

*Bs. Históricos: hace referencia a bolívares completos, es decir, no es en miles, ni en millones, ni re-expresados.

Valor Económico: Rentabilidad Ajustada a los Principios

Valor Económico Añadido					
(Miles de Bs.)			2014	2013	2012
Accionistas	Dividendos	(1)	3.420.461	2.850.774	2.067.155
Empleados	Gastos de personal	(2)	2.579.385	1.726.056	1.516.996
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	(3)	16.183.282	9.223.439	6.580.168
Proveedores	Otros gastos generales de administración	(4)	2.735.562	1.531.419	925.138
Sociedad	Impuesto sobre beneficios	(5)	656.745	486.796	455.800
	Contribuciones a la comunidad: recursos destinados	(6)	91.291	51.133	30.094
	Creación de Valor Directo Tangible		25.666.725	15.869.617	11.575.351

Fuente: Balance de Gestión Diciembre 2014

(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, contribuciones e impuestos e I.T.F) del epigrafe de resultados extraordinarios.

(5) Impuestos Sociedades.

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

Valor económico generado y distribuido					
(Miles de Bs.)			2014	2013	2012
Valor económico generado (VEG)			23.419.013	14.961.496	9.531.794
Margen de intermediación	(1)		22.097.059	13.360.077	8.596.082
Comisiones netas	(2)		3.578.891	2.080.031	1.223.623
Actividad seguros	(3)		175.447	150.724	103.602
Otros ingresos ordinarios	(4)		227.687	832.078	546.337
Otras ganancias y pérdidas netas	(5)		-2.660.071	-1.461.415	-937.850
Valor económico distribuido (VED)			11.182.291	7.653.141	5.628.511
Accionistas: Dividendos	(6)		3.420.461	2.850.774	2.067.155
Resultado atribuido a la minoría	(7)		-	-	-
Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios)	(8)		2.735.562	1.531.419	925.138
Sociedad: Impuestos	(9)		2.355.593	1.493.759	1.089.128
Recursos destinados por el Banco y su Fundación en apoyo a la comunidad	(10)		91.291	51.133	30.094
Empleados: Gastos de personal			2.579.385	1.726.056	1.516.996
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)			12.236.722	7.308.355	3.903.284
Provisiones y amortizaciones	(11)		2.984.441	1.081.188	887.220
Reservas	(12)		9.252.281	6.227.167	3.016.064

Fuente: Balance de Gestión Diciembre 2014.

(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 pagados durante el año. Movimiento de Patrimonio.

(7) Intereses minoritarios.

(8) Gastos generales (excluyendo donativos o liberalidades y contribuciones e impuestos)

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

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

(11) Saneamiento crediticio, amortizaciones inmovilizado y otras dotaciones (las dotaciones excluyen gastos por Ley del Deporte, Losep, Comunas y Locti). Otras pérdidas por deterioros de activos

(12) El valor económico retenido menos las provisiones y amortizaciones.

Prioridad 1: Comunicación TCR

La banca responsable basa su relación en una comunicación transparente, clara y responsable.

La comunicación transparente, clara y responsable (TCR) es una de las líneas estratégicas prioritarias del Plan de Negocio Responsable de BBVA Provincial, la cual consiste en ofrecer información completa, en un lenguaje claro y de fácil comprensión a los clientes, con el objetivo de favorecer la toma de decisiones informadas y, de esta manera, construir relaciones más equilibrada, siendo una palanca clave en la labor de mantener y fortalecer su confianza.

La meta es posicionarse como el banco más claro al momento de comunicarse, atendiendo las necesidades y demandas identificadas en los estudios y análisis de materialidad emprendidos por la organización entre sus grupos de interés, y con la premisa de que hacer negocio responsable implica cumplir con cada una de sus actividades diarias poniendo a las personas en el centro (*customer centric*).

Con esta línea estratégica, se desea imprimir mayor eficacia en las comunicaciones, siempre bajo el principio de la ética y de mutuo respeto entre las partes involucradas, por lo que al ampliar en qué consiste cada eje de la comunicación TCR, la Institución utiliza los siguientes criterios:

Transparencia

- La comunicación debe ser sincera, atenerse a los hechos y basarse siempre en la verdad, evitando toda información que pueda inducir a error y la toma de decisiones no deseadas.

Claridad

- La comunicación debe ser directa, exponiendo de forma ágil y precisa las características del producto o servicio.
- La comunicación debe ser completa, con información adecuada y suficiente para una correcta y responsable toma de decisiones, indicando tanto los riesgos como beneficios del producto o servicio.

Responsabilidad

- La base de toda comunicación es la honestidad, orientada siempre a los intereses del cliente.

- La comunicación es reflejo del compromiso de la Institución, guiado por la eliminación de toda exclusión, fomentando la educación financiera y el desarrollo de las comunidades.

Los clientes y usuarios necesitan disponer de información accesible y correcta acerca de los productos y servicios, facilitando la toma de decisiones. En relación a las comunicaciones comerciales, destacar que estas se rigen por las regulaciones del Sunde y en el caso de nuevos productos por las normas de la Sudeban.

Iniciativas 2014

En una primera fase, se trabaja en el desarrollo de una política y en una serie de iniciativas para hacer más transparente, clara y responsable la relación entre banco - clientes, buscando mejorar su experiencia tanto en la fase previa, durante y después de la contratación de los productos y servicios financieros. Para ello, se han venido adaptando las fichas de productos y la redacción de los contratos a un lenguaje TCR.

Las fichas de productos deben ofrecer a los clientes información clara y transparente para ayudarles en la toma la decisión, con un lenguaje fácil, en un tono didáctico y un glosario de términos; tratándose de una herramienta que potencia y apoya al gestor en la estructuración de su diálogo comercial. En 2014 se comenzaron a trabajar las fichas preliminares de los productos de préstamos (Bienes y Servicios, Crédito Premium y Crédito Nómina Instantáneo) y cuentas corriente (Tradicional y Premium).

Con los contratos se busca que el cliente tenga una mejor comprensión de los contenidos, asegurando un mayor equilibrio entre los derechos y las obligaciones entre cliente y banco. Se orientan esfuerzos en la simplificación de su redacción, de forma que sean claros, sencillos y precisos, garantizando que los clientes entienden siempre lo que firman.

Prioridad 2: Educación financiera

La banca responsable incentiva entre sus clientes la toma de decisiones informadas.

Una de las tres líneas de acción del Plan de Negocio Responsable es la educación, tomando aún más relevancia como prioridad estratégica para BBVA Provincial y en torno a la cual se han definido grandes objetivos sociales. Uno de ellos es la educación financiera, a fin de crear y fomentar una cultura financiera en las personas y así permitirles tomar decisiones informadas; y otro es la formación para los negocios, encaminado a apoyar a emprendedores y pymes en su crecimiento y maximizar su impacto en las comunidades en donde estos se desarrollan.

La Institución ha orientado esfuerzos en el fortalecimiento y ampliación de este programa, especialmente en lo relativo a extender su alcance a nuevos colectivos y a la integración de canales para potenciar la difusión de contenidos educativos: en internet con el site “adelante con

tu futuro”, con cápsulas informativas en radio, contenido de interés en sus redes sociales y la ampliación de temas de educación financiera en las iniciativas de emprendimiento social y de formación para pymes. Acciones que dan respuesta a las inquietudes y necesidades de la población, apoyando la adquisición de conocimientos y habilidades en el correcto manejo de las finanzas.

Educación financiera para niños y jóvenes

Consciente que a través de una mayor educación financiera se logra impulsar una mejor calidad de vida de las personas, de las





familias y de la sociedad venezolana en su conjunto, en 2014 el Banco a través de su Fundación BBVA Provincial dio continuidad a su portal on line "adelante con tu futuro", disponible en www.fundacionbbvaprovincial.com, espacio interactivo que brinda acceso a información y conocimientos básicos, con contenido para diferentes colectivos, incluyendo niños y adolescente.

En el espacio dedicado a los niños y adolescentes, se orienta a los padres acerca de cómo incentivar entre sus hijos un mejor uso del dinero, dado que la educación financiera debe ser considerada como un área de formación relevante en el hogar, ya que no se adquiere en la escuela. Como herramienta de apoyo, se ofrece el juego "La gran aventura del ahorro" con material interactivo y que de una forma didáctica y lúdica enseña a los niños aspectos elementales en esta materia.

Adicionalmente, en el marco del programa de emprendimiento social y la alianza establecida con la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), la cual desde hace tres años se ve materializada en la Cátedra de Emprendimiento Fundación BBVA Provincial y que incluye formación para estudiantes de pregrado, profesionales y emprendedores comunitarios, en 2014 se realizó una prueba piloto de un programa formativo en educación financiera y emprendimiento para niños.

Para esta prueba piloto se contó con la participación de 54 niños, entre seis y ocho años de edad, obteniendo resultados positivos. Con esta experiencia se buscaba fomentar la innovación y la creatividad en los participantes, quienes tuvieron la oportunidad de dar soluciones novedosas a sencillos problemas económicos y sociales planteados en los talleres, potenciando sus habilidades como futuros emprendedores y promoviendo la importancia de las finanzas entre ellos.

Educación financiera para adultos

Una de las acciones de mayor alcance fue una campaña informativa que se difundió a través de diferentes emisoras de radio en el territorio nacional y que se potenció a través de las redes sociales del Banco, en donde se ofrecían cápsulas informativas con contenido relevante disponible en el portal de internet "adelante con tu futuro". El principal objetivo fue dar a conocer en mayor medida esta iniciativa y de esta manera maximizar el impacto de este *site* como herramienta educativa.

Además del contenido para niños y adolescentes, este portal dispone de información para jóvenes y adultos, familia y tercera edad. A través de los conocimientos básicos ofrecidos, se pretende que sus usuarios puedan tomar decisiones informadas a la hora de manejar sus finanzas. Para ello, cuenta con datos y recomendaciones acerca de cómo gestionar de forma saludable un presupuesto personal o familiar, así como premisas a considerar al contratar un producto financiero y relativas a seguridad bancaria. Como herramienta de apoyo se ofrece un simulador de presupuestos, para calcular los ingresos y gastos mensuales.

Asimismo, concretando la total integración de la educación financiera en la Cátedra de Emprendimiento Fundación BBVA Provincial de la UCAB, se incluyeron tópicos relativos a la planificación financiera en planes de negocio, contabilidad financiera y análisis financiero. Temas desarrollados en las tres modalidades de la cátedra: formación electiva para estudiantes de la universidad, cursos para profesionales y talleres comunitarios. Con esta acción, en el más reciente ejercicio, 885 personas recibieron el componente de educación financiera, tanto en los talleres de la modalidad presencial como *on line*.

Y en el marco de "forma-t", programa de adiestramiento dirigido a los profesionales de la Institución, se incluyó un módulo en educación financiera que fue impartido a 3.800 empleados de la Banca Comercial, quienes fortalecieron sus conocimientos en esta área a fin de ofrecer mejores soluciones a los clientes y una mayor calidad de atención.

Educación y formación financiera para los negocios

Con el objetivo de integrar la educación financiera en su nuevo programa de formación para pequeñas y medianas empresas, se incorporó el componente de finanzas en los cursos en línea. En este taller gerencial para pymes, participaron 187 propietarios o ejecutivos de primer nivel, clientes del Banco y con una marcada orientación emprendedora y alto potencial de crecimiento, a quienes se les impartieron 16 horas académicas en temas como análisis financiero, registros contables, valor del dinero en el tiempo, flujo de caja financiero, evaluación con deuda y cálculo del costo de oportunidad en Venezuela, entre otros.

Consciente que en la actualidad las pymes tienen un papel crucial en el crecimiento sostenido y a largo plazo de la economía nacional, así como en la creación de empleo y desarrollo social, BBVA Provincial está comprometido en apoyarles y, para ello, apuesta en la formación y capacitación de estos empresarios y emprendedores, brindándoles las herramientas necesarias para lograr el éxito.

Prioridad 3: Productos de alto impacto social

Una de las prioridades de la banca responsable, es el crecimiento inclusivo.

BBVA Provincial está consciente que su actividad diaria incide en el bienestar social y en el desarrollo económico del país, entendiendo que al otorgar un crédito hipotecario apoya a una familia en la meta de adquirir vivienda propia o que al dar financiamiento a una empresa incentiva el crecimiento y la generación de empleos. Por esta razón y buscando crear más oportunidades, el diseño de productos y servicios con un impacto social superior se establece como una arista clave dentro de su Plan de Negocio Responsable, considerando las necesidades de los clientes y el contexto en que estos se desarrollan.

Inclusión financiera

Con la intención de impulsar el crecimiento económico del país, BBVA Provincial en 2014 continuó su apoyo a las iniciativas emprendidas por el gobierno nacional en torno a las carteras crediticias, orientadas a potenciar las actividades productivas de sectores clave en el desarrollo económico y social de Venezuela.

Agropecuario

Tratándose de un sector prioritario, la Institución fortaleció su participación dentro de esta cartera con un aporte que ascendió a Bs. 24.857.032,7 millones, con una tasa de cumplimiento de 33,47%, muy por encima de lo requerido (Ley 25%). El Banco renovó y firmó nuevos convenios de financiamiento con asociaciones de productores y empresas de los sectores avícola, porcino y bovinos, apoyándoles en la compra de maquinarias y equipos para la consolidación y mejora de unidades de producción e infraestructura. También dio continuidad a la inversión en Bonos Agrícolas por Bs. 1.590.957,7 millones para el financiamiento de la Gran Misión Agro Venezuela a través del Fondo Especial Ezequiel Zamora.

Hipotecario

Ante la problemática de déficit habitacional en los estratos más necesitados de la población, la Institución concretó un aporte de Bs. 7.920.115,1 millones a la Gran Misión Vivienda de Venezuela, mediante la adquisición de "Valores Bolivarianos





para la Vivienda”, destinado a la construcción de proyectos residenciales. En cuanto a la concesión de créditos hipotecarios, el Banco apoyó a 882 familias en la importante meta de obtener su vivienda, financiamiento que totalizó la cifra de Bs.397.569,1 millones y en el marco de la Ley Especial del Deudor Hipotecario y la Ley de Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat.

Turismo

En materia de financiamiento de proyectos del sector turismo, esta cartera crediticia ascendió a Bs. 3.241.127,3 millones a cierre del ejercicio con una tasa de cumplimiento de 4,36% (Ley 4,25%), inversión destinada a la construcción, equipamiento, remodelación, dotación, ampliación y adquisición de hoteles y posadas. También se mantuvieron las acciones adquiridas en la Sociedad de Garantía Recíprocas para el Sector Turismo (Sogatur) por Bs.94.842 millones, a fin de apoyar iniciativas de emprendimiento de pequeños y medianos empresarios a través de operaciones de financiamiento.

En relación a la gestión de los proyectos con factibilidades técnicas y conformidades turísticas, emitidos mensualmente por el Ministerio de Turismo (Mintur), la Institución continuó ofreciendo asesoría y financiamiento a los destinos establecidos en la Ley. Adicionalmente, con el objetivo de brindar asesoramiento especializado y orientación a clientes de este sector, BBVA Provincial estuvo presente en la Feria Internacional de Turismo (Fitven) 2014 que se celebró en Barinas.

Manufactura

Consolidando y ampliando su contribución al desarrollo del sector industrial en el país, se mostró un crecimiento en esta cartera crediticia de 65,17% con respecto a los resultados del año anterior, estimulado por el otorgamiento de financiamientos en condiciones especiales a través de convenios y un portafolio de productos y servicios adaptado a las necesidades de los clientes manufactureros, alineado a las políticas gubernamentales. Con estos resultados la tasa de cumplimiento se ubicó en 12,56%, lo que representa 2,56% por encima de lo establecido por Ley (10%).

Microcrédito

La cartera dirigida al sector microempresarial se incrementó en 92,89% en relación al ejercicio precedente, en el marco del compromiso asumido por la Institución con este importante segmento de clientes, el cual se ve reflejado en un robusto portafolio de productos y en un servicio de asesoría especializada que pretende potenciar el crecimiento sostenible y las capacidades de este sector como fuente de empleo y generador de progreso para la sociedad. La tasa de cumplimiento se situó en 6,57% (Ley 3%).

Apoyo a pymes

Considerando a los pequeños y medianos empresarios pilares clave en el desarrollo económico y social del país, BBVA Provincial en 2014 concretó la creación de un nuevo programa de formación dirigido a las pymes, bajo la coordinación de la Fundación BBVA Provincial y contando con la experiencia en capacitación gerencial del Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA). Este programa educativo está enmarcado dentro de las iniciativas de responsabilidad social corporativa, el cual tiene como objetivo brindar conocimiento y de esta manera potenciar las habilidades empresariales de los propietarios y gerentes.

En su primera edición, participaron 187 representantes de empresas que son clientes del Banco, quienes recibieron durante dos meses una completa inducción en temas relativos al entorno económico, ámbito laboral, gestión de desempeño y productos y servicios financieros, contemplando clases presenciales y sesiones on line. La educación financiera también fue un tema clave de esta formación, tal y como se detalla en el capítulo anterior de este Informe. Destacar que esta experiencia contó con una marcada aceptación entre sus participantes, quienes reconocieron el alto valor de esta iniciativa.

Las perspectivas para el año 2015, son ampliar el alcance de esta actividad e incorporar a pymes no clientes de la Institución, además de enfocar los contenidos en áreas relativas a la formulación de

proyectos de crecimiento, detección de oportunidades de mejora e identificación de barreras en la operativa, fortaleciendo en mayor medida las habilidades gerenciales y competitivas de la pequeña y mediana empresa del país.

Apoyo a particulares con requerimientos especiales

Comercio exterior

La Institución mantiene su liderazgo dentro del sistema financiero como primera entidad en la liquidación de divisas ante el Banco Central de Venezuela, aumentando su cuota de mercado en 358 puntos básicos con respecto al año 2013, para una cuota del mercado cambiario de 25,98%. Entre las acciones que impulsaron este incremento, destaca la optimización de la gestión y atención de clientes con la incorporación del servicio móvil, plan de visitas continuas y adiestramiento con el servicio *VIP Training Movil*, así como la permanente capacitación de su equipo de profesionales a fin de ofrecer un servicio eficiente y asesoría especializada en materia de comercio exterior. En este período, se amplió la cartera de comercio exterior con 79 nuevos clientes importadores, los cuales tramitaron solicitudes por más de USD 251,7 millones. La cartera total sumó 769 clientes, por un monto de USD 7.636,9 millones en solicitudes.

Actividades fiduciarias

Entre los resultados que obtuvo el Banco en esta materia, a cierre del ejercicio se registraron 3.643 nuevos clientes fideicomitentes y 80 nuevos planes fiduciarios, logrando un incremento de 39% del patrimonio en relación al año anterior. Esta gestión le permitió ocupar nuevamente la primera posición dentro de la banca fiduciaria privada, manteniendo como principal producto los Fideicomisos de Prestaciones Sociales que ofrece al cliente un manejo transparente y confiable de la garantía de prestación de antigüedad de los trabajadores, además de facilitar el acceso de este importante colectivo al banco a través de innovadores canales tecnológicos.

Productos y servicios responsables

Bajo la premisa de desarrollar productos que den respuesta a las necesidades de los clientes y fomenten una relación de mutuo valor, favoreciendo el acceso al sistema financiero, se continuó impulsando el producto Nómina y fortaleciendo los beneficios asociados a su extensa oferta de servicios: asistencia médica laboral, seguro de accidentes personales y urgencia del hogar. Para diciembre de 2014, más de 860.000 clientes naturales recibieron el abono de su nómina a través de BBVA Provincial. Con la intención de ampliar la relación comercial también se otorgaron productos de financiamiento, labor que se realizó a través de canales alternos (telemarketing) para atender a un mayor número de clientes. Estos esfuerzos ratifican el interés de la Institución en ofrecer a sus clientes los mejores productos y soluciones, teniendo un impacto positivo en sus vida y consolidando su modelo de banca responsable.

Inversión responsable

Prevención y control de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo

La vigilancia y mitigación de los riesgos relacionados con la prevención y control de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo es un factor relevante para la Institución, tratándose de un componente ético y de gobierno que incide en la gestión, fortaleciendo el cumplimiento de sus deberes formales y garantizando la transparencia en la operativa del cliente.

El éxito de su Sistema integral de administración de riesgos de legitimación de capitales y del financiamiento al terrorismo (SIAR LC/FT), bajo estándares globales de BBVA, se evidencia en las evaluaciones de los reguladores locales, auditorías internas y externas y la debida diligencia mostrada frente a las instituciones de corresponsalía internacional. El activo y permanente apoyo de empleados y directivos y la notable implicación de los responsables del SIAR LC/FT ha permitido la consolidación de su política, normas y procedimientos, impulsado por un programa continuo de formación y campañas internas de comunicación.

Este compromiso en materia de prevención y control es asumido por todas las dependencias del Banco, en estricto apego a la legalidad y garantizando la correcta gestión de sus productos y servicios, una labor que es promovida por el Oficial de Cumplimiento, los responsables de cumplimiento y equipos de las áreas sensibles, facilitando la evaluación, aplicación y seguimiento de las actividades coordinadas desde la unidad de Cumplimiento Normativo.

La autoevaluación de riesgos de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo se realiza periódicamente en todas las áreas sensibles, haciendo énfasis en la mitigación del riesgo operacional, legal y reputacional, bajo controles específicos y con la finalidad de mantener la calificación: "Riesgo bajo". Como parte de la operativa, destacar que para la eficaz gestión del sistema de cumplimiento se implementan soluciones tecnológicas de alto nivel para monitorear, filtrar y detectar posible operativa inusual.

Adiestramiento en administración integral de riesgos de legitimación de capitales y del financiamiento al terrorismo	2014	2013	2012
Participantes en actividades de formación	2.792	2.871	2.369
Personas especializadas en actividades de administración integral de riesgos de legitimación de capitales y del financiamiento al terrorismo	19	18	19

Alcance: BBVA Provincial

Criterios ambientales en productos y servicios

BBVA Provincial considera factores ambientales, sociales, éticos y de gobierno corporativo en sus análisis y toma de decisiones, así como en el diseño de productos y servicios. En relación a los criterios ambientales, la Institución ofrece soluciones integrales e innovadoras adaptadas a las necesidades de distintos segmentos y en diferentes sectores, con bajo impacto en los



costos, trámites administrativos más eficientes, apalancadas en las más novedosas tecnologías y con una amplia variedad de ventajas y beneficios.

- Entre estos productos, el Crédito Líquido 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.
- El Crédito Flexible se adapta a las necesidades de los clientes, quienes pueden pre-contratarlo y realizar pagos distintos a su cuota normal, así como programar pagos anticipados, todo ello de la forma más sencilla a través de www.provincial.com.
- Con www.mispagosprovincial.com el cliente puede realizar el pago de facturas de más 300 empresas a través de internet. Adicionalmente, dentro de la oferta de clientes jurídicos, estos pueden realizar su recaudación vía web y a través de los cajeros de las Zonas Express, facilitando los trámites administrativos de los pagos de servicios, tanto a los clientes pagadores como a las empresas prestadoras de servicios, a la vez que promueve un ambiente más limpio con soluciones de bajos costos administrativos para las empresas.
- La Línea de Crédito Instantánea permite la autogestión del cliente a través de los canales electrónicos, optimizando los tiempos de respuesta, siendo parte de la cartera de productos y servicios ecoeficientes.

Financiamiento de proyectos

En el mercado de capitales, Provincial Casa de Bolsa en 2014 siguió actuando como estructurador, agente de colocación, agente de pago y custodio y/o representante común en diversas emisiones. En este período, el Banco fue estructurador de una emisión efectuada por una empresa líder en la producción de envases, vidrio y tapas de plástico. Igualmente, fue agente líder en la colocación y uno de los principales colocadores, conjuntamente con la Bolsa Pública de Valores Bicentenario, en la emisión de una empresa transnacional dedicada al otorgamiento de financiamiento para la adquisición de vehículos automotores. BBVA Provincial también fue representante común en la emisión de papeles comerciales de una importante institución del sector financiero, rol que adicionalmente le fue encomendado por el emisor de una de las cuatro emisiones de obligaciones quirografarias emitidas durante el año.

Para diciembre de 2014, la Institución emitió Bs. 600 millones en papeles comerciales al portador y Bs. 1.350 millones de obligaciones quirografarias, para un total de valores emitidos de Bs. 1.950 millones. Provincial Casa de Bolsa participó como agente colocador en 9% del monto en circulación, colocando efectivamente 84% de los títulos adjudicados.

Gestión responsable de clientes

Una banca responsable se centra en el cliente y en dar respuesta a sus necesidades.

El cliente es el eje central del modelo y estrategia de negocio de BBVA Provincial, por esta razón, conocerle, ofrecerle los productos y servicios que necesite y establecer con él relaciones duraderas y de confianza son los principales objetivos. La meta es brindar un servicio con los mayores estándares de calidad, una labor que cuenta con el compromiso de todo un equipo de profesionales, brindando al cliente una experiencia que marque la diferencia.

Conocimiento del cliente

Estudios clientes y no clientes

Con la intención de identificar de forma concienzuda las necesidades y expectativas de clientes y no-clientes, en 2014 se llevaron a cabo diferentes estudios de mercado de carácter cualitativo y cuantitativo, tanto en el segmento de particulares como jurídicos. Las líneas de investigación se focalizaron en áreas clave para el modelo y estrategia del negocio y en temas relevantes para la Institución, tal y como se evidencia en las fichas técnicas de los estudios⁽⁹⁾.

Modelo integral de calidad

BBVA Provincial ha seguido trabajando en la consolidación y reforzamiento de su modelo integral de calidad, diseñado para atender las necesidades de los clientes, tanto internos como externos, identificando oportunidades de mejora y procesos críticos que incidan en la gestión, a objeto de optimizarlos y lograr la excelencia en la atención. El modelo de calidad permite la detección y priorización de las variables y factores que influyen en la percepción de los clientes con respecto al desempeño del Banco, en torno a los cuales se focalizan esfuerzos en virtud de asentar los mayores estándares de calidad y lograr satisfacer las necesidades y expectativas de clientes y usuarios.

Entendiendo que el recurso humano es pieza clave en la relación con el cliente y en cómo éste percibe a la Institución, de forma continua se lleva adelante un completo programa de formación dirigido a los empleados a través de la plataforma e-learning, en busca de arraigar y robustecer la cultura y compromiso de calidad de servicio.

Uno de los temas relevantes tratados en esta formación es la atención preferencial a personas con discapacidad, tercera edad y embarazadas. A través de cursos on line, se busca establecer y afianzar en mayor medida las pautas en el servicio de estos colectivos, garantizando que dichos clientes y usuarios puedan realizar sus operaciones en la forma más cómoda, rápida y segura, recibiendo una atención integral.

Otras de las acciones que se emprendieron en 2014 en el marco de este modelo integral de calidad, se orientaron a la disminución de los tiempos de espera en las oficinas y mejoras en el proceso de reclamos, estableciendo diferentes iniciativas dirigidas en hacer más eficiente el funcionamiento de las Zonas Express y en satisfacer las necesidades de sus usuarios.

Gestión de quejas y reclamaciones

En el último ejercicio, la Institución reforzó su modelo de gestión efectiva de reclamos, enmarcado en el proceso de transformación hacia un banco digital, en el que los clientes pueden formular sus quejas a través de los canales alternos de la manera más cómoda, ágil y segura y obtener una rápida respuesta, brindando mayor eficiencia a la operativa. Otra premisa es lograr disminuir la tasa de reclamos, optimizando la calidad de servicio.

Los resultados obtenidos en 2014 demuestran el éxito de este modelo y la creciente migración de reclamos (tipologías fraude y no-fraude) a los canales alternos. En el primer trimestre, la tasa de formulación se situaba en 60% a través

(*) Estudios clientes y no clientes: Fichas técnicas 2014

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, de niveles socioeconómicos A/B, C y D.
Muestra	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 2014.

Brand Dynamics	
Objetivo	Comprender la evolución de las variables y los indicadores de marca, tanto para BBVA Provincial como para los principales competidores en el mercado venezolano.
Técnica	Entrevistas personales en hogares.
Metodología	Cuantitativa.
Universo	Hombres y mujeres bancarizados, de 18 a 64 años de edad, de niveles socioeconómicos A/B, C y D.
Muestra	900 entrevistas .
Tipo de cliente	Persona natural.
Alcance geográfico	Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Barcelona/Puerto La Cruz y San Cristóbal.
Período de ejecución	Septiembre 2014.

Bancanálisis	
Objetivo	Explorar los principales indicadores sobre banca a nivel nacional en personas naturales.
Técnica	Entrevistas personales en hogares.
Metodología	Cuantitativa.
Universo	Mujeres y hombres, mayores de 18 años de edad, de estratos socioeconómicos A/B, C, D y E.
Muestra	1.300 entrevistas.
Tipo de cliente	Persona natural.
Alcance geográfico	Capital, Zona Central, Centro Occidental, Oriental, Los Llanos, Los Andes, Guayana y Zulia.
Período de ejecución	Mayo 2014.

Estudio de jóvenes	
Objetivo	Conocer información relacionada con los jóvenes que permita al Banco diseñar estrategias y ofertas de valor para este segmento.
Técnica	Mini-focus group.
Metodología	Cualitativa.
Universo	Personas bancarizadas, entre 14 y 29 años de edad, de los estratos socioeconómicos C/C+ y D. Padres con hijos entre 14 y 24 años de edad.
Muestra	30 mini- focus group.
Tipo de cliente	Persona natural.
Alcance geográfico	Caracas, Maracaibo y Valencia.
Período de ejecución	Noviembre 2014.

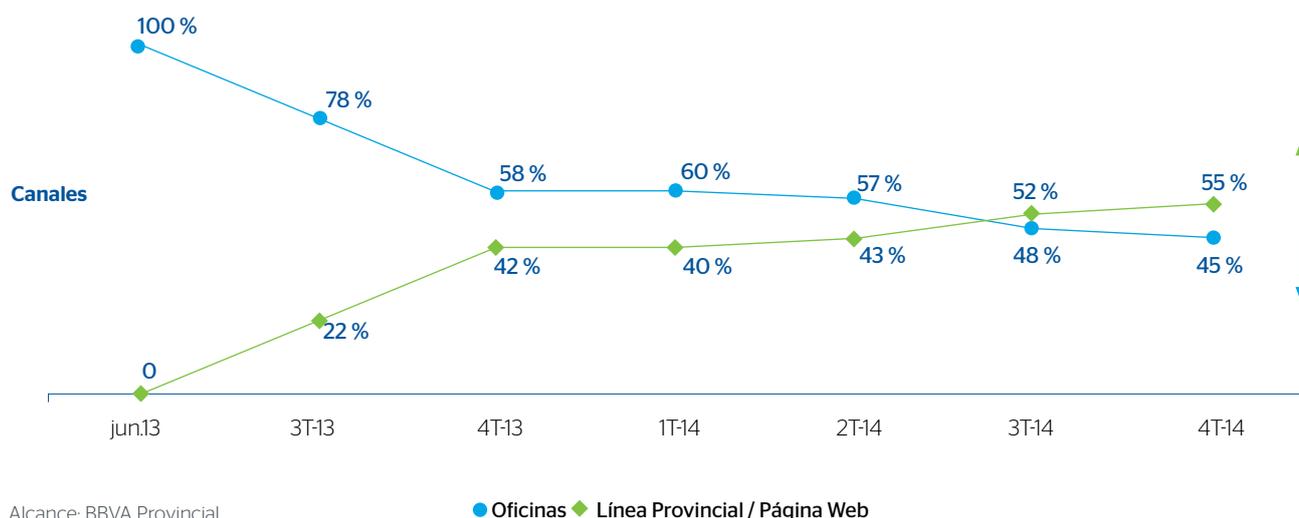
Estudio de pymes	
Objetivo	Evaluar el uso que hacen las pymes de la banca e identificar sus expectativas. Conocer las preferencias de las pymes en la contratación de productos y servicios en la banca nacional.
Técnica	Entrevistas telefónicas o auto-administradas / Entrevistas en profundidad.
Metodología	Cualitativa / Cuantitativa.
Universo	Pequeñas y medianas empresas.
Muestra	248 pymes y empresas.
Tipo de cliente	Persona jurídica.
Alcance geográfico	Ocho principales ciudades del país.
Período de ejecución	Octubre 2014.

Usos de internet en LATAM 2014	
Objetivo	Determinar hábitos, uso y comportamientos de las personas en internet.
Técnica	Encuestas auto-administradas en línea y controladas a través de un software de gestión de investigaciones on line.
Metodología	Cuantitativa.
Universo	Usuarios de internet de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.
Muestra	7.140 entrevistas.
Tipo de cliente	Persona natural.
Alcance geográfico	Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.
Período de ejecución	Julio - septiembre 2014.

Migración de reclamos a canales alternos en 2014								
Canales	I Trimestre 2014		II Trimestre 2014		III Trimestre 2014		IV Trimestre 2014	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Oficinas	3.844	60%	3.977	57%	3.530	48%	1.873	45%
Canales	2.611	40%	3.039	43%	3.782	52%	2.320	55%
Totales	6.455	100%	7.016	100%	7.312	100%	4.193	100%

Nota: Esta data no incluye los reclamos por depósitos en efectivo no abonados, pago en efectivo de tarjeta de crédito no aplicados, dinero no dispensados en cajeros multiexpress y recicladores, los cuales se resuelven de forma inmediata en la oficina (First Contac Resolution).

Evolución de la migración desde implantación del modelo (jun.2013)



Alcance: BBVA Provincial

● Oficinas ◆ Línea Provincial / Página Web

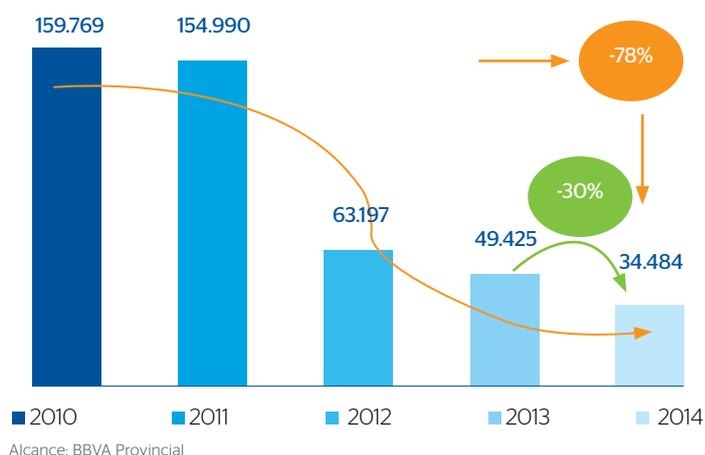
de la red de oficinas y 40% desde www.provincial.com y la Línea Provincial; pero en respuesta a las labores de migración a cierre de diciembre se evidenció la disminución del alta de quejas en la red a 45% y la evolución a 55% en la web y banca telefónica, lo que supone una disminución del 15% con el objeto de liberar a las oficinas para la labor comercial.

El modelo de gestión efectiva y migración de reclamos a los canales alternos está alineado al principio de omnicanalidad, buscando mejorar la experiencia del cliente, prevaleciendo en todo momento los siguientes lineamientos en torno a su operativa:

- Multicanalidad: el cliente puede utilizar el canal más conveniente para él.
- Agilidad y sencillez: se garantiza celeridad en el proceso y tiempos razonables en la resolutoria, aplicando el *First Contac Resolution*.
- Digitalización del servicio: se cuenta con un expediente digital con todos los documentos (ecoeficiencia) y guiado por un sistema que permite la trazabilidad.
- Ergonomía: diseño que se concibe como autoservicio, minimizando los datos a ingresar y optimizando la operativa.
- Información de gestión: el proceso proporciona información de calidad para el conocimiento de la situación y análisis de la causa raíz.
- Transparencia: los clientes disponen de información oportuna, completa, clara y veraz de la operativa.

En torno al objetivo de reducir el número de alta de reclamos, por quinto año consecutivo BBVA Provincial registró una contracción sistemática de este indicador (tipologías fraude y no-fraude), logrando alcanzar una disminución acumulada de 125.285 reclamos con respecto a la tasa registrada en el año 2010, cuando se recibieron 159.769 quejas. A cierre de 2014, el número de reclamos fue de 34.484 que representa -30% con respecto al año anterior y -78% al comparar con 2010. El alta de reclamos del mes de diciembre de 2014 fue de 1.976, cifra más baja y récord de los últimos 10 años.

Alta de reclamos anualizada



Reclamos atendidos por casuísticas	
Tipo	Año 2014
Fraude	9.094
No fraude	25.390
Total	34.484

Alcance: BBVA Provincial

Entre las acciones e iniciativas implantadas que favorecieron la disminución de los reclamos en las diferentes tipologías, además de optimizar y mejorar la gestión, destacan:

- Llave Virtual para operaciones sin presencia de plástico en transacciones nacionales con tarjetas de crédito.
- Uso del *Scoring TF* en las oficinas para atender y dar dictamen a los reclamos de tarjetas de crédito y débito por fraude de forma inmediata (*First Contac Resolution*).
- Validación del tiempo de espera de 48 horas para dar de alta reclamos de otras redes (Suiche7B y Cirrus), al igual que retiros no dispensados en cajeros automáticos propios con incidencias, dado que existen operaciones que se reversan de manera automática en 24 horas.

El índice de reclamos también ha mejorado considerablemente, teniendo en cuenta que se ha pasado de un promedio mensual de 19,3 millones de transacciones en el año 2010 a un promedio de 66,9 millones en 2014, multiplicando por tres la volumetría, y en contraposición, el índice ha disminuido de 6,89 a 0,43 reclamos mensuales por cada 10 mil operaciones, siendo el umbral más bajo alcanzado.

En cuanto a la optimización de los tiempos de respuesta, con la implementación del Sistema integral de administración de reclamos (SIAR) en los servicios centrales, Línea Provincial, página web del Banco y terminal financiero de la red de oficinas, el análisis y la respuesta se ejecutan en los *scoring* automáticos,

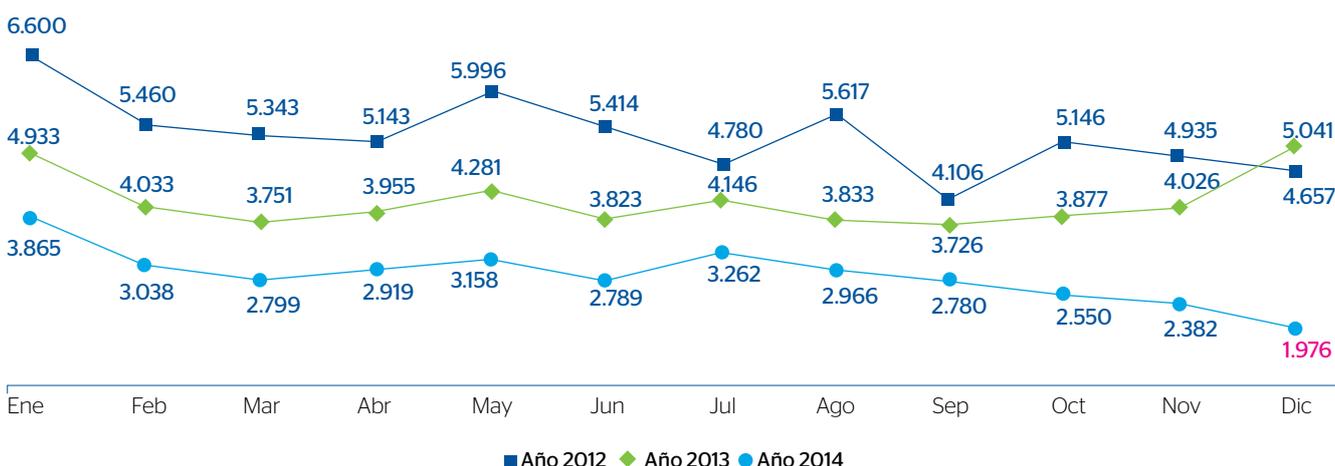


lo que ha permitido pasar de un promedio de seis días continuos en el año 2013 a cuatro días en 2014. La normativa que regula esta materia establece un promedio de 20 días continuos por Ley (Sudeban y Sundde), lo que refleja el éxito de BBVA Provincial en este ámbito.

A nivel corporativo, en los resultados del *Holding Customer Experience Global* del equipo de Banca Digital de BBVA, correspondiente al año 2014, BBVA Provincial presentó los mejores resultados del Grupo en cuanto a la disminución de la tasa anual de reclamos (-30%) y en tiempos de respuesta (cuatro días). Igualmente, en las mediciones de Calidad Corporativa, en el Índice de recomendación neta (Irene) se logró un porcentaje positivo de 37%, ocupando la primera posición entre los bancos de la organización.

Otro indicador que demuestra las mejoras en la calidad de respuesta, corresponde a la gestión de reclamos de segundo

Evolución alta de reclamos



Comparativo	Índice de reclamos (promedio mensual de operaciones y reclamos)				
	2010	2011	2012	2013	2014
Opciones operativas	19.325.587	28.283.216	37.804.259	40.975.465	66.934.078
Altas de reclamos	13.314	12.916	5.299	4.087	2.874
Total índice	6,89	4,6	1,4	0,99	0,43

Alcance: BBVA Provincial

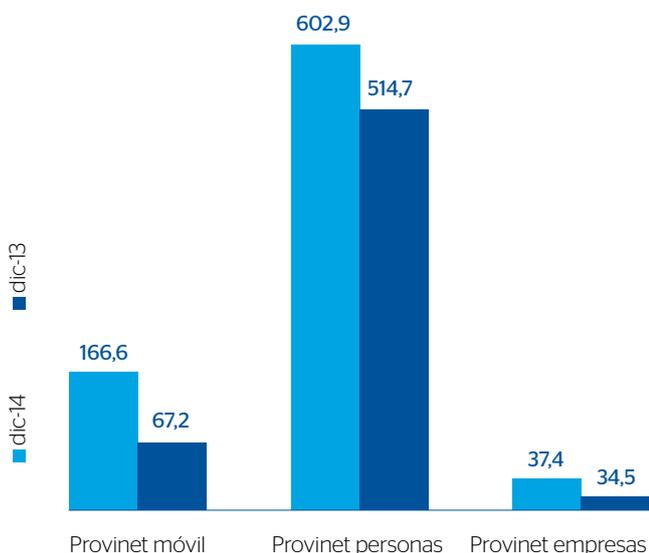


nivel, que en este ejercicio totalizó la cifra 1.245 reconsideraciones (3,61% del total de reclamos).

Omnicanalidad

En la configuración de su modelo de distribución multicanal, BBVA Provincial ha concedido mayor relevancia a los canales alternos y principalmente a los digitales (web y móvil), respondiendo a la demanda de los clientes quienes son cada vez más digitales, y maximizando las ventajas y beneficios que ofrecen estas nuevas vías de interacción. La experiencia omnicanal lleva el banco a donde esté el cliente, desarrollando una oferta financiera completa en todos los canales y estableciendo novedosos modelos de relación.

Crecimiento de operaciones por canal dic-2013/dic-2014 (millones)



Los resultados más destacados en esta área fueron a nivel transaccional, ya que el crecimiento de Provinet web en el año 2014 fue de 17,13% con un total de 602.955.451 operaciones, mientras que en 2013 se realizaron 514.764.579 transacciones. Asimismo, en Provinet empresas se realizaron 37.460.254 operaciones en 2014, cuando en 2013 se totalizaron 34.548.309, reflejando un aumento de 8,43%. Finalmente, en Provinet móvil se hicieron 166.661.631 operaciones en 2014 y que significó un aumento de 147,91%, al comparar con las 67.227.206 transacciones del año anterior.

Zona Express

El objetivo clave en torno a este canal o área de autoservicio en la red de oficinas ha sido la ampliación de las Zonas Express disponibles en todo el país, logrando la cifra de 239 a cierre de este ejercicio. También se incrementó el parque de cajeros automáticos a 1.990, de los cuales 990 son multifuncionales o multiexpress. De esta manera, se imprime mayor rapidez y sencillez en la forma en que el cliente puede realizar sus operaciones en la oficina.

Canales digitales (web y móvil)

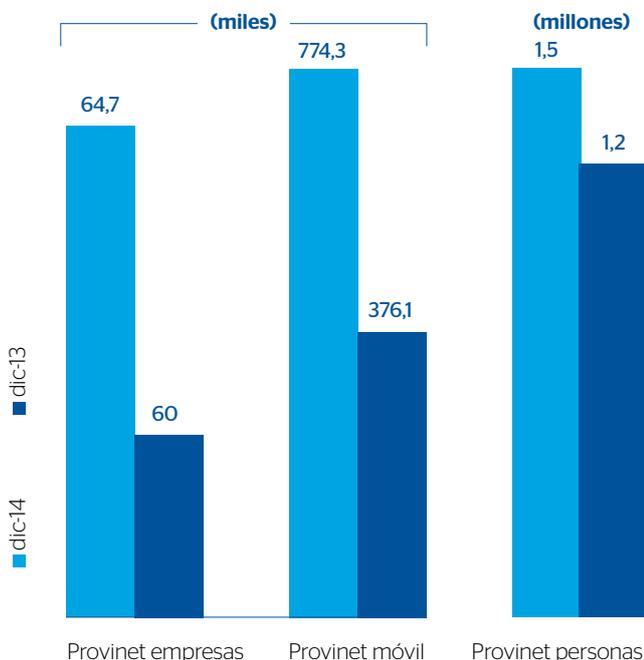
El crecimiento de los canales digitales durante el año 2014 ha sido significativo al pasar de 1.251.747 clientes digitales al cierre de diciembre 2013 a 1.561.620 al cierre de diciembre 2014, representando un aumento de 24,76% de clientes digitales. Asimismo, en el segmento jurídico se evidencia un crecimiento de 7,81% al pasar de 60.025 pymes activas al cierre de diciembre 2013 a 64.715 al cierre de diciembre 2014. Finalmente, el canal móvil incrementó 105,87% en clientes para el mismo periodo, pasando de 376.117 clientes móviles a 774.322.

Estos resultados derivan de una serie de acciones que se llevaron adelante en 2014, brindando al cliente una mejor experiencia en los canales digitales y promoviendo su preferencia a la hora de efectuar sus operaciones. Entre estas iniciativas, destacan:



1. Desbloqueo de operaciones electrónicas en moneda extranjera a través de Provinet.
2. Optimización de la función de pago tarjeta de tercero con un mismo titular.
3. Mejora en el proceso de altas de campañas.
4. Consulta de los saldos de fondos.
5. Solicitud de Crédito Flexible por Provinet.
6. Optimización en las consultas de estados de cuenta.
7. Homologación de la aplicación para Ipad con el resto de aplicaciones móviles, pasando de 28 funcionalidades a 50.
8. Incorporación de solicitud de citas para viajes bianuales y el cambio de categoría de tarjeta de crédito.
9. Solicitud de Sicad II para personas naturales y jurídicas.
10. Recaudación especial en canales jurídicos para pymes.
11. Lanzamiento de la nueva imagen de www.provincial.com.
12. Ingreso a Provinet con el número de cédula, en lugar del número de tarjeta de débito y crédito.

Crecimiento de clientes por canal



Portal www.mispagosprovincial.com

Se ha fortalecido el posicionamiento de este portal, ya que a cierre de este ejercicio un total de 343 empresas estaban afiliadas, canalizando sus procesos de recaudación y cobranzas a través de este sitio de internet, con costos mínimos de mantenimiento y haciendo más eficiente su operativa. Se logró un aumento significativo del promedio mensual de usuarios, alcanzando más de 9.500 nuevos usuarios entre clientes y no-clientes del Banco, lo cual representó un crecimiento del 58% respecto al año 2013. Actualmente, 22 sectores de la economía nacional tienen presencia en este site transaccional.

Workflow

Incorporando mejoras en la operativa y gestión en la red de oficinas, en este ejercicio se consolidó la plataforma tecnológica de workflow, concretando la digitalización 1.917.956 expedientes

de clientes, con un promedio de 7,568 expedientes diarios digitalizados, lo que representa un crecimiento de 29,7% en relación a 2013. También se avanzó en el alta de nuevos procesos de contratación de productos, así como en la digitalización de expedientes históricos y de mayores deudores a fin de incorporarlos al expediente digital del cliente.

Protección al cliente

Prevención del fraude

Por cuarto año consecutivo, la Institución logró controlar las pérdidas por concepto de fraude, manteniendo a cierre del ejercicio los mismos niveles de 2013. Para diciembre de 2014 el registro de pérdidas se situó en más de Bs. 24 millones, cifra que representa una reducción acumulada de -84% desde el año 2010. Adicionalmente, este monto se ubica por debajo del estimado calculado, tomando en cuenta el crecimiento de las operaciones del Banco, la inflación y el volumen monetario registrado; obteniendo un índice de pérdidas por fraude/margen financiero de 0,09%, el más bajo de los últimos años.

Estas cifras reflejan la buena gestión en el control del fraude, así como la optimización de los procesos con la implementación de herramientas y soluciones informáticas y el blindaje de la operativa que hace posible minimizar los riesgos. Para los productos y servicios, se dispone de alertas más efectivas que han logrado la temprana detección de intentos de fraude, estableciendo mayores estándares de seguridad. Otro factor clave es la sinergia que existe entre todas las áreas involucradas en esta materia, como son Prevención de Fraude Tecnológico, Operaciones, Seguridad, Gestión y Desarrollo, Comunicaciones Corporativas y el equipo de la red de oficinas.

En el caso de las tarjetas de crédito, se redujo el importe de pérdidas por fraude en 22% con respecto al año 2013, obteniendo nuevamente una cifra récord de Bs. 1.088.115, gracias a la incorporación de la Llave Virtual en moneda extranjera y la Llave Virtual en moneda nacional. En tarjeta de débito, persona jurídica y natural, las pérdidas disminuyeron 54,7%, registrando un resultado de Bs. 389.146, motivado a la optimización de las alertas, adecuaciones en el proceso de monitoreo y envío de mensajes por operaciones de riesgo o no habituales (SMS interactivo).



Provinet registró en este año el menor importe de pérdidas con Bs. 73 mil, cifra que engloba la banca web para personas y empresa y que muestra una reducción de 93,59% al comparar con el ejercicio precedente. Esta disminución fue resultado de la implementación de la función de bloqueo de la Tarjetas de Coordinadas por intentos errados y su uso obligatorio en Provinet empresa.

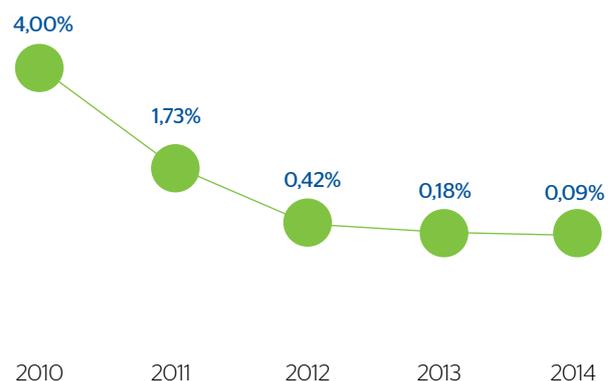
En el caso específico del importe de pérdidas por fraude en cheques, los resultados fueron también positivos, especialmente al alcanzar un total frustrado de Bs. 143,6 millones en comparación a los Bs. 37,7 millones del año 2013.

Se logró frustrar un total de 1.378 operaciones que evitó pérdidas tanto para el cliente como para el Banco. Esto gracias a la implementación de varias medidas preventivas sobre todo en el área de compensación que ayudó a la detección de operaciones fraudulentas. La alerta por salto de cheque, el control de venta y pago de cheques de gerencia, el envío de SMS por cheques presentados por la cámara y la revisión constante de los criterios de riesgos que realiza el área contribuyó para que las pérdidas por cheques no fuesen mayores.

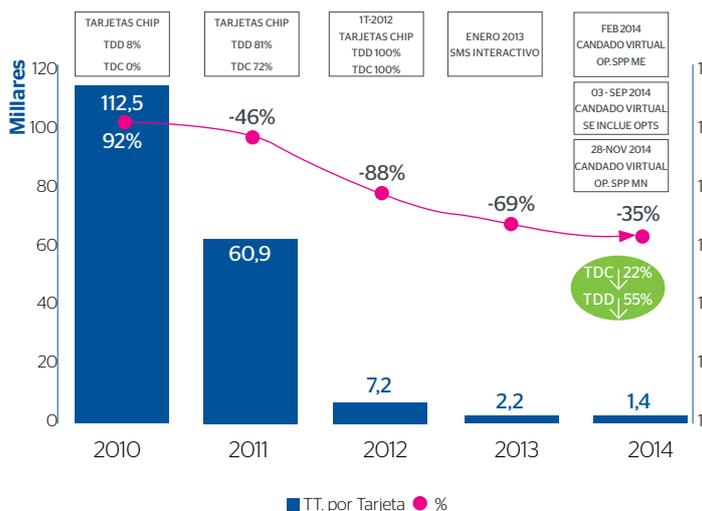
Pérdidas Registradas por fraude de enero a diciembre (MM Bs.)



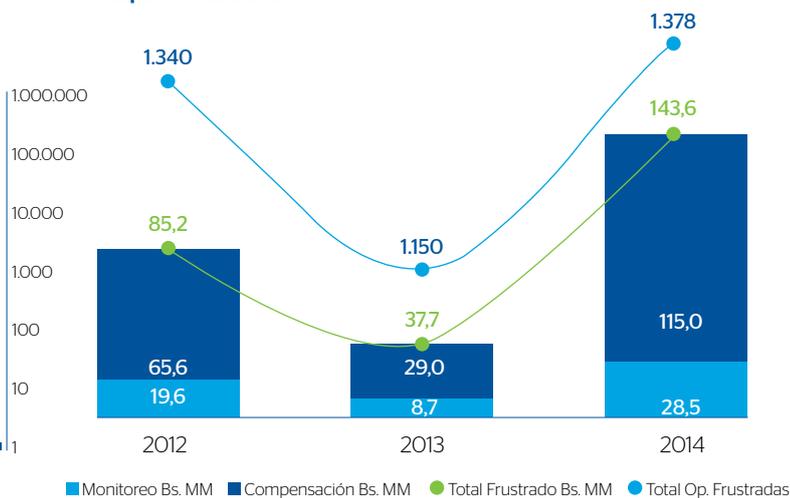
Índice de Pérdidas Fraude / Margen Financiero



Tarjetas Pérdidas Registradas por fraude comparación anual (MM Bs.)



Importe Frustrado



Nota: En base a la pérdida efectiva pagada a clientes, no incluye gasto por constitución de provisión.

Formación en seguridad

Bajo la premisa de crear y consolidar una cultura de prevención del riesgo tecnológico y financiero, haciéndola parte del ADN del equipo de profesionales de la Institución, en 2014 se dio continuidad a la campaña ¡Sí, Seguro!, la cual busca reforzar las mejores prácticas en el uso de los instrumentos bancarios a fin de que estas recomendaciones sean compartidas con los clientes, además de reiterar los fundamentos básicos en el tratamiento de la información y su confidencialidad.

En este período, las piezas comunicacionales se centraron en dos temas relevantes: Seguridad en el pago de cheques y Tratamiento de la información. Se dio cierre a la campaña con una pieza que celebraba el Día Mundial de la Seguridad de la Información y con un video sobre el fraude del comercio electrónico (sin presencia de plástico).

Seguridad física

El garantizar en todo momento la seguridad de sus clientes, usuarios, empleados y demás grupos de interés dentro de sus instalaciones, es una prioridad y foco de atención permanente para BBVA Provincial. En este sentido, se inauguró un nuevo Centro de Gestión de Alarma que cuenta con la más avanzada tecnología y que permite el monitoreo a distancia de todas las oficinas comerciales y edificios corporativos del Banco. También se implantó un servicio de atención de urgencias y emergencias para empleados de la Gran Caracas, el cual se extenderá a otras ciudades en 2015.

Continuidad de negocio

A través de los Comités de Continuidad y sus planes concretos, la Institución ha aprendido la importancia de la gestión de crisis, así como la preponderancia de los factores de recursos humanos y logísticos ante eventos imprevistos y de alto impacto, a fin de garantizar la prestación de los servicios críticos a los clientes, así como el cumplimiento de sus obligaciones con la sociedad y las diversas autoridades.

En 2014 se procedió a la actualización de la normativa interna de Gestión de Continuidad de Negocio (Norma 00.20.017) y la



relativa al Uso de Centro de Operaciones Alterno (Norma 28.10.007), documentos que están a disposición de todas las áreas para el pleno conocimiento de sus metodologías. También se actualizaron los nueve planes de continuidad de negocio del Banco y se ejecutaron pruebas de simulación de crisis para cada uno ellos, con sus respectivos comités.

Adicionalmente, se realizó mantenimiento operativo del Centro de Operaciones Alterno y se desarrolló un programa de formación a fin de fortalecer la cultura de continuidad, dirigido a 800 empleados de los servicios centrales y red de oficinas. En este ejercicio se suscitaban eventos imprevistos en torno a los cuales se activó la gestión de continuidad de negocio, logrando mitigar los riesgos asociados a dichas contingencias.

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

El principio de prudencia rige la actividad de la banca responsable y la gestión de sus riesgos.

Modelo de gestión de riesgo reputacional

En el Grupo BBVA la identificación del riesgo reputacional tiene relevancia desde 2003, concretándose más adelante la configuración de un mapa de los riesgos reputacionales basado en las percepciones de sus grupos de interés. En 2008 el Comité Global de Responsabilidad y Reputación Corporativas asume la coordinación de la gestión del riesgo reputacional, para ello, la Unidad Central de Riesgo Operacional junto el área de Marca y Reputación establecen e implantan conjuntamente con los diferentes países y sus unidades una política corporativa en este ámbito de actuación.

Entendiendo que la reputación se ve reflejada en cómo el banco es percibido por las personas con las que éste interactúa y se relaciona, y alineado a su política corporativa, el modelo de riesgo reputacional de BBVA Provincial contempla su análisis desde las perspectivas de liderazgo, finanzas, trabajo, innovación, oferta ética y ciudadanía, y que junto a las actividades de mitigación y control fortalecen la gestión integral del riesgo.

En el último ejercicio se revisó el mapa de riesgos reputacionales de la Institución, generando ajustes con el fin de reforzar la gestión y control de riesgos y homogeneizar los análisis locales en cada una de las áreas susceptibles a esta tipología de riesgo.

Concesión responsable de crédito

BBVA Provincial tiene como premisa clave 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. De esta manera, aplica los

criterios ESG (*environmental, social and governance*) y que se refiere a la incorporación de variables ambientales, sociales, éticas y de gobierno corporativo en el negocio, así como en las actividades de financiación y gestión de activos, con un enfoque de sostenibilidad en cada una de sus actuaciones.

Principio de precaución

Como parte del proceso de administración integral del riesgo, la Institución cuenta con un modelo de análisis, seguimiento y control de las diferentes tipologías de riesgo, sustentado en un robusto sistema de gobierno corporativo que brinda independencia en la toma de decisiones y un enfoque integral de esta gestión.

El Consejo de Administración de BBVA Provincial tiene la responsabilidad de aprobar la política de gestión de riesgos, contando con el apoyo del Comité Integral de Riesgos (CIR) que se encarga de la administración, identificación, medición y mitigación de riesgos, alineado al marco regulatorio vigente. Este modelo de control y gestión de la Institución es un elemento diferenciador que otorga una fortaleza competitiva ante un entorno de creciente complejidad, el cual se fundamenta en cuatro ejes:

1. Un sistema de gobierno corporativo y de estructura en materia de riesgos, en el que se consideran los roles y responsabilidades de cada función, con un esquema de delegación de los riesgos y funciones asociadas, así como un conjunto de comités como mecanismo para proponer y tomar decisiones; además de un sistema de control interno adaptado a la naturaleza y magnitud de los riesgos asumidos.

En el caso específico del riesgo de crédito, existen tres comités de admisión responsable de evaluar las solicitudes recibidas por el área comercial, de acuerdo al monto de la autorización. Tratándose de los siguientes órganos: *Risk Management Committee* (RMC), Comité Técnico de Operaciones (CTO) y Comité Central de Riesgo Mayorista y Minorista (CCR).

Estructura de Comités de Riesgos de BBVA Provincial



2. Un marco general de apetito al riesgo en el que se define el perfil de los riesgos objetivos, así como los niveles de tolerancia que el banco está dispuesto asumir para lograr su plan estratégico, sin desviaciones relevantes, aún en situaciones de alta volatilidad y complejidad del entorno.
3. Un marco de identificación, evaluación, seguimiento e información de los riesgos asumidos, en condiciones normales y de tensión que permitan una valoración estática y dinámica del riesgo asumido.
4. Un conjunto de herramientas, metodologías y cultura de riesgos que constituye la base sobre la cual la Institución construye su esquema diferenciador en la gestión de riesgos.

Gestión del riesgo

La evolución del modelo de comportamiento de riesgos y políticas de admisión de empresas, junto al seguimiento preventivo de segmentos y clientes, impulsaron el crecimiento de la cartera de créditos de BBVA Provincial en 2014, resultados asociados con menores niveles de severidad, cumpliendo a la vez con estándares nacionales e internacionales. Factores como una gestión responsable y proactiva, el uso de herramientas especializadas y la capacitación del personal, así como el permanente compromiso con el progreso social y económico del país, constituyeron los factores de éxito en los resultados obtenidos.

A cierre de diciembre de 2014, la cartera de créditos neta registró un ascenso de 67,4% con respecto al año anterior, principalmente por los créditos comerciales, consumo y sectores productivos prioritarios. El ratio de mora se ubicó en 0,35%, frente a 0,40% de 2013, reflejando un menor nivel de entradas en mora y una cobertura para créditos dudosos de 980%, significativamente superior al alcanzado en el ejercicio previo (774%). Con todo ello, la prima de riesgo se situó en 2,32%, frente al 1,67% de 2013.

En relación a las normativas e instrumentos con que cuenta la Institución en la gestión del riesgo, es importante destacar la Norma Específica de Financiación Especializada, aprobada por BBVA en 2012, que regula la gestión y control del riesgo de crédito y establece los procedimientos de estas operaciones en todas las áreas de negocio. Su aspecto más relevante es que eleva a rango de norma de ámbito general en todo el Grupo BBVA la aplicación de Principios de Ecuador (PE) en la financiación de proyectos, independientemente de la ubicación geográfica o área de negocio.

La aplicación del Procedimiento de Principios de Ecuador es elaborado y propiedad del área de Corporate & Investment Banking de BBVA, pero esta normativa se extiende a toda la organización. Esta área de negocio se dedica a la gestión de los PE y es responsable del análisis de los proyectos financiados, representar a la Institución ante los grupos de interés y rendir cuentas ante la alta dirección. También se encarga del diseño del



sistema de gestión, proponiendo la adopción de mejores prácticas y participando en la formación y comunicación de los aspectos relacionados con los PE.

Dentro del análisis de proyectos se contempla su categorización, tomando como base el proceso de categorización de la Corporación Financiera Internacional (IFC, por su siglas en inglés) y que refleja el nivel de riesgo ambiental y social del proyecto.

También en el año 2012, el *Risk Management Committee* de BBVA actualizó la Norma Específica de Gestión del Riesgo Medioambiental y Social en Materia de Financiaciones y Garantías, en donde se describen las líneas de actuación para la identificación, evaluación, gestión y mitigación del riesgo medioambiental y social en los circuitos de decisión, y que se concreta en tres líneas de actuación:

- Gestión del riesgo medioambiental y social en la financiación de proyectos, préstamos puente, método alemán y crédito comprador.
- Gestión del riesgo medioambiental y social para empresas y corporaciones.
- Gestión del riesgo medioambiental y social en las solicitudes de financiaciones relacionadas con el sector defensa.

Principio de Ecuador

El Grupo BBVA adoptó los Principios de Ecuador (PE) en 2004, principios basados en la política y normas de desempeño sobre sostenibilidad social y ambiental de la corporación financiera internacional y las guías generales sobre ambiente, salud y seguridad del Banco Mundial, los cuales engloban un conjunto de estándares para determinar, evaluar y gestionar los riesgos sociales y ambientales en el financiamiento de proyectos.

Los PE aplican a las financiaciones de nuevos proyectos de importe superior o igual a USD 10 millones, a la expansión de proyectos que generen impactos significativos y al asesoramiento en la financiación de proyectos. BBVA no toma en consideración el umbral mínimo, sino que su aplicación abarca operaciones de cualquier importe y en relación al destino de aplicación de los fondos también incluye construcción de proyectos, adquisición, refinanciación, etc.

En los procesos de análisis además de la categorización de los proyectos, se inició una metodología para la categorización del entorno en el que estos se ubican, que permitirá tener una visión completa de los impactos y del medio natural y social que los recibe.

Dentro del Grupo BBVA, el Procedimiento de Principio de Ecuador se ha desarrollado y adaptado en Perú, Colombia, Venezuela y Chile, actualizados al nuevo procedimiento desde el año 2012.

Norma de defensa

Desde 2005, BBVA cuenta con una Norma de Actuación en Materia de Defensa aplicable a sus filiales en todo el mundo, revisada anualmente para adaptarla a los criterios más exigentes. La revisión de 2011 se llevó a cabo con mayor profundidad con el fin de ampliar su alcance, ganar en claridad y sencillez, y

asegurar en mayor medida su cumplimiento y trazabilidad, en línea con las necesidades detectadas en auditoría interna.

Para esta tarea, se conformó un grupo de trabajo integrado por las áreas implicadas (Secretaría Técnica de Riesgos, Control Interno-Riesgo Normativo de Corporate & Investment Banking, GCR Riesgo País, Auditoría Interna, Servicios Jurídicos-Riesgos, y Responsabilidad Corporativa), además de contar con la asesoría de Sustainalytics, reconocido analista en la materia. También se mantuvo un diálogo con ONG y grupos de interés relevantes en este sector.

La normativa, denominada Norma de Actuación en Materia de Defensa, fue aprobada en febrero de 2012 por el *Risk Management Committee*. Sus principales avances son en cuanto al objeto de la norma, enfoque, alcance y procedimiento de aplicación:

- Inclusión de una definición de armamento que pretende no dejar lugar a interpretaciones sobre el objeto de las operaciones.
- Se pasó de excluir operaciones concretas a excluir cualquier relación financiera con compañías involucradas en armamento controvertido, con base a una lista de exclusión de grupos y países bajo embargos internacionales que se actualiza trimestralmente.
- Se amplió el alcance de solamente financiación a cualquier producto o servicio.
- No se contemplan excepciones, y aquellas operaciones relacionadas con países contemplados como de alto riesgo de violación de los derechos humanos se someten al *Risk Management Committee* (RMC), máximo órgano ejecutivo en materia de riesgos.
- Se mejoró la claridad del procedimiento de implantación, asegurando la integridad de su aplicación y una mayor trazabilidad. Este Procedimiento en Materia de Defensa, también a disposición de todos los empleados, describe todos los procesos inherentes a la norma y la responsabilidad de cada área implicada.

Este marco normativo está plenamente alineado a los principios éticos y fundamentos del Código de Conducta de BBVA Provincial, reconociendo el derecho que tienen los países en la defensa de su soberanía. En la más reciente actualización de esta norma se revisó y adecuó el ámbito de actuación en materia de riesgos, garantizando el cumplimiento de los 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.

Equipo

Dentro de la banca responsable el equipo y su compromiso es fuente de generación de valor.

Para BBVA Provincial el compromiso, el talento y la iniciativa de sus profesionales son factores que impulsan una exitosa gestión, y que al sumar la variable trabajo en equipo constituyen una poderosa fuente de generación de valor. Por esta razón, empleados comprometidos es un pilar clave sobre los que se articula la estrategia de negocio responsable, con la finalidad de fortalecer una cultura de compromiso social y valores compartidos entre todos sus integrantes.

Este pilar estratégico se desarrolla a través de diferentes líneas de actuación: el liderazgo cimentado en valores, a través de la formación y el desarrollo profesional; la diversidad de género e iniciativas de conciliación; un modelo de compensación basado en la creación de valor; condiciones laborales que creen un clima de confianza; y el impulso a actividades de voluntariado y *social engagement*.

Selección, formación y desarrollo

Empleo y selección

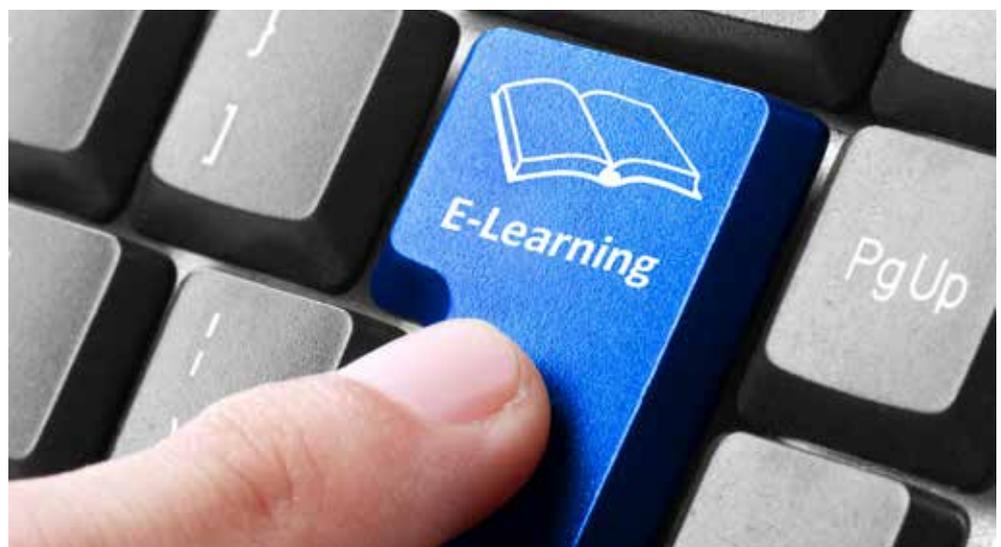
La Institución lleva adelante un programa corporativo de desarrollo de nuevos talentos, que

en 2014 dio la bienvenida a la organización a 30 jóvenes recién graduados, quienes participan en un completo y continuo programa de adiestramiento con la finalidad de apoyarles en su ingreso y brindarles las herramientas necesarias para su exitosa incorporación al Banco, así como a sus respectivos equipos de trabajo.

Además, BBVA Provincial participó nuevamente en las más importantes ferias de empleo del país, resaltando su presencia en las ferias de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), la Universidad Simón Bolívar (USB) y la Universidad Central de Venezuela (UCV); afianzando su posición como una de las más destacadas empresas oferentes de empleo, lo que fue ratificado con su selección como uno de los 15 mejores lugares para trabajar en Venezuela en el Ranking 2014 de Great Place to Work®.

Formación

Estimular la generación de ideas y la capacidad de implantación de los empleados es una premisa en la gestión del recurso humano, por ello, constantemente se está trabajando en la creación y desarrollo de nuevos programas de formación, alineados a las estrategias de negocio y a los planes de desarrollo profesional, con novedosas acciones y los más idóneos canales de ejecución, haciendo del profesional de BBVA Provincial el mejor en su función.



Para la configuración de los programas de formación se toman en cuenta diferentes factores, entre ellos los informes de competencias y planes de desarrollo individual de los empleados, directrices corporativas en relación a ejes estratégicos globales y los planes estratégicos locales, atendiendo los requerimientos particulares de un área o grupo determinado. De esta manera, se han definido siete áreas clave de conocimiento para la organización, como son management, RRHH y cultura, finanzas, negocio-cliente, idiomas, habilidades y requerimientos legales.

En relación al uso de canales innovadores, destacar que en 2014 se afianzó la implementación de la plataforma on line, ya que de las 224.107 horas de formación impartidas a los empleados, un total de 112.832 horas se realizaron con el modelo e-learning (50,3%) y 111.275 horas bajo la modalidad presencial (49,7%). Otra acción relevante durante este ejercicio, fue la apertura del nuevo portal corporativo de formación Campus BBVA, con novedosas propuestas de adiestramiento (presencial y on line).

Formación	2014	2013	2012
Inversión total en formación (en miles de Bs.)	16.485.000	15.800.000	13.107.323
Inversión en formación por empleados (en Bs)	2.730,7	2.711,52	2.411,21
Horas de formación impartidas	224.107	255.733	259.507
Horas de formación por empleados	18,8	20,8	21,7
Actividad formativa mediante e-learning (%)	98	91,60	98,65
Empleados que han recibido formación en el año (%) al cierre 2014	93,74	97,09	100

Alcance: BBVA Provincial

Canales de Formación (%)	2014	2013	2012
Formación Presencial	49,7	51	49,17
Formación a través de e-learning	50,3	49	50,83

Alcance: BBVA Provincial

Principales programas de formación 2014

Programa de liderazgo, coaching y gestión de estilos directivos

Objetivo: fortalecer habilidades gerenciales y potenciar un liderazgo efectivo.

Participantes: 97 directores y gerentes.

Horas de formación: tres módulos, de 16 horas cada uno.

Aliado estratégico: Centro de extensión, desarrollo ejecutivo y consultoría organizacional (Cendeco) de la Universidad Metropolitana.

Ediciones: cuatro.

Programa herramienta web Pyme

Objetivo: reforzar conocimientos en el uso de esta herramienta, para la optimización del proceso de evaluación de las solicitudes de créditos comerciales.

Participantes: 371 gestores de negocio y gerentes de oficina.

Formación pre-indicaciones de cheques: herramienta Net Cash

Objetivo: afianzar conocimientos en torno a la herramienta para mejorar los procesos de los productos transaccionales y mitigar operaciones fraudulentas.



Participantes: 759 gestores de negocio, sub-gerentes y gerentes de oficina.

Programa de formación integral Banca de Empresas e Instituciones (BEI)

Objetivo: potenciar habilidades en la gestión de banca de empresas e instituciones, con foco en la calidad de servicio y atención especializada.

Participantes: 35 directores de cuenta y ejecutivos de empresas.

Programa de formación ejecutivos pymes - Canal de Marketing Directo (CMD)

Objetivo: capacitación y certificación en riesgo, así como fortalecer conocimientos en el área de negocio.

Participantes: 42 ejecutivos.

Programa de formación coordinadores jurídicos - Canal de Venta Directa (CVD)

Objetivo: brindar conocimientos en materia de servicios jurídicos y buenas prácticas para la excelencia en el servicio.

Participantes: 15 empleados de la red de oficinas.

Programa de mejora de calidad de servicio a clientes internos y externos

Objetivo: fortalecer conocimientos y ofrecer herramientas para mejorar la calidad de servicio.

Participantes: líderes de las áreas de servicios centrales.

Acciones complementarias: campaña de comunicaciones internas en calidad de servicio, dirigida a todos los profesionales del Banco.

Participantes: 72 empleados.

Taller de comunicación transparente, clara y responsable (TCR)

Objetivo: desarrollar habilidades en la comunicación TCR, línea estratégica prioritaria del Plan de Negocio Responsable de BBVA Provincial.

Participantes: 30 líderes de diversas áreas de la Institución.

Seminario de influencia y trabajo en equipo

Objetivo: identificar y promover estrategias claves a fin de que los equipos de trabajo revisen, evalúen y potencien sus capacidades, para obtener un alto rendimiento de cara a mejorar las prácticas que benefician al negocio.

Participantes: líderes de las áreas de servicios centrales.

Acciones complementarias: campaña de comunicaciones internas en calidad de servicio, dirigida a todos los profesionales del Banco.

Participantes: 72 empleados.

Programa de idiomas: Inglés

Objetivo: aprendizaje del idioma inglés.

Ediciones: tres ediciones del programa mixto de inglés (presencial y on line).

Participantes: 220 empleados.

Acciones complementarias: se continuó con el programa "Inglés para todos", a través de la plataforma e-learning corporativa Language Center a disposición de todos los empleados interesados en dominar este idioma.

Programa ¡depende de ti! - 8va. Edición

Objetivo: actividades para el esparcimiento intelectual y físico del empleado, incentivando la calidad de vida y valores familiares.

Participantes: 702 empleados (auto-postulación).

Actividades: 25 talleres (promedio de tres horas de duración).

Temáticas de los talleres:

- Gastronomía rápida.

- Preparación de comida saludable.

- Taller de bisutería.

- Inclusión familiar.

- Técnica de maquillaje.

- Seguridad personal.

- Incertidumbre y crisis: Una posibilidad para direccionar mi futuro.

Proyecto Forma-t

Objetivo: incrementar el nivel de conocimiento de las redes comerciales en los aspectos de segmentos, productos, canales y procesos comerciales para asegurar una adecuada gestión comercial.

Actividades: pruebas de conocimiento que midieron la evolución de sus conocimientos a través de tres etapas clasificatorias.

Participantes: más de 3.800 empleados.

Datos relevantes plantilla BBVA Provincial

Empleados			
AÑO	2014	2013	2012
TOTAL	5,363	5,326	5,316

Alcance: BBVA Provincial

Dimisiones Voluntarias de Plantilla (turn over)(%)			
AÑO	2014	2013	2012
%	4,27	2,57	1,89

Alcance: BBVA Provincial

Altas Empleados			
AÑO	2014	2013	2012
TOTAL	450	337	401

Alcance: BBVA Provincial

Bajas Empleados			
AÑO	2014	2013	2012
TOTAL	413	327	483

Alcance: BBVA Provincial

Plantilla por Edad											
2014				2013				2012			
Edad Media	< 25	25-45	>45	Edad Media	< 25	25-45	>45	Edad Media	< 25	25-45	>45
38,1	6,1	67,1	26,8	38	5,3	73,7	21,0	37,6	5,4	75,4	19,2

Alcance: BBVA Provincial

Contratos por género (%)	2014			2013			2012		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
Fijos o indefinidos tiempo completo*	34,27	64,09	98,36	34,81	64,82	99,63	35,60	64,20	99,8
Temporales *	0,63	1,01	1,64	0,15	0,22	0,37	0,10	0,10	0,20

*Los valores están expresados con base en la totalidad de empleados a los empleados de cada año

Alcance: BBVA Provincial

Leyenda: H= hombres y M=mujeres.

Distribución funcional por género y categoría profesional (%)	2014		2013		2012	
	%H	%M	%H	%M	%H	%M
Total BBVA Provincial	34,91	65,09	34,96	65,04	35,70	64,30
Comité de dirección y directores corporativos	57,14	42,86	77,78	22,22	77,78	22,22
Directivos	54,55	45,45	57,78	42,22	57,00	43,00
Mandos medios	39,55	60,45	44,96	55,04	47,00	53,00
Especialistas/ Fuerza de ventas*	30,47	69,53	44,99	55,01	40,00	60,00
Puestos base	35,80	64,20	36,47	63,53	37,00	63,00

*En los años 2013 y 2012 se muestran los % correspondientes a los especialistas.

Alcance: BBVA Provincial

Leyenda: H= hombres y M=mujeres.



Diversidad y conciliación

Diversidad

Con la intención de favorecer la igualdad de oportunidades, en los últimos años BBVA Provincial ha impulsado un plan global de diversidad de género, en el que se considera a la mujer parte fundamental en el desarrollo de la organización y se busca promover su crecimiento como profesional y como pilar dentro de su núcleo familiar. En el marco de este plan se llevan adelante diversas acciones, destacando una completa programación de talleres que brindan herramientas para lograr un óptimo equilibrio entre la vida profesional y personal, promoviendo una mejor calidad de vida.

Conciliación

Igualmente, para el Banco potenciar el desarrollo profesional y personal de todos sus profesionales siempre ha sido un factor relevante, conciliando sus intereses individuales con los de la organización, lo que incide en una mayor satisfacción personal y orgullo de pertenencia. Bajo esta directriz, se han concretado diferentes iniciativas que compaginan la mejora de la eficiencia con la flexibilidad necesaria para conciliar la vida laboral y personal, entre ellas:

Club de hobbies: con el propósito de fomentar actividades de sano esparcimiento y que propicien una mayor interrelación entre los empleados en torno a intereses comunes, la Institución apoya al club de corredores "Trotalantes", conformado por trabajadores que comparten esta afición y que se reúnen en eventos relacionados a esta disciplina.

Tarde libre de cumpleaños: desde el año 2013 se otorga al empleado la tarde libre del día de su cumpleaños, siempre que coincida con un día laboral, para que pueda compartir con sus familiares.

Horario flexible para áreas de apoyo (servicios centrales): se establece el beneficio de horario flexible, de inicio y fin de la jornada laboral, en aquellas áreas que no atiendan público.

Encuentros con la alta gerencia: con el fin de fomentar un clima de confianza basado en una relación abierta y la comunicación transparente, se organizan conversatorios entre la alta gerencia y los empleados. Entre estas acciones, están los Encuentros con el Presidente y actividades de acercamiento de la dirección de Gestión del Talento y Protección.

Campaña Valores: entre agosto y diciembre de 2014, se emprendió una campaña de comunicaciones internas orientada a motivar y reforzar valores fundamentales para una mejor convivencia, tales como: honestidad, respeto, humildad, tolerancia, responsabilidad, sencillez y cooperación.

Pasión por las personas

Promoviendo un mejor clima organizacional y la satisfacción de todo su equipo de profesionales, BBVA Provincial también ha seguido fortaleciendo su programa Pasión por las personas, ejecutando en 2014 las siguientes actividades:

Ferías especiales: contando con una amplia oferta de proveedores, se llevaron a cabo la Feria de Navidad y otra en el marco del Día Internacional de la Mujer; esta última, incluyó el taller "Ser mujer hoy" y una lectura sobre el rol de la mujer a través de la plataforma e-learning.

5ta. edición de Marea Azul: se organizaron siete recorridos, de entre tres y seis kilómetros, en diferentes Parques Nacionales del territorio nacional, contando con la asistencia de 1.174 personas, entre empleados y familiares, con la finalidad de fomentar actividades al aire libre en familia que incidan en una mejor calidad de vida. Esta iniciativa forma parte del Proyecto de prevención integral social del Banco, coordinado junto al Fondo Nacional Antidrogas (FONA).



8va. Carrera - Caminata: Siembra valores y aprecia la vida: en su más reciente edición participaron 4.000 personas, entre empleados, familiares, relacionados, clientes y público en general. Esta actividad deportiva y de sano esparcimiento es organizada por la Institución en alianza con el Fondo Nacional Antidrogas (FONA). Esta carrera - caminata se realiza todos los años en la ciudad de Caracas, además de celebrarse también en España y en la mayoría de países donde el Grupo BBVA tiene presencia.

Compensación y remuneración

Valoración, desarrollo profesional y compensación

El reforzar las mejores prácticas en la gestión del recurso humano y ofrecer a sus profesionales oportunidades de crecimiento continuo dentro de la organización, son dos objetivos clave para BBVA Provincial. En relación a la gestión del talento, este año se organizaron más de 50 encuentros con los equipos de las gerencias territoriales y diferentes unidades para revisar la evolución y desarrollo del personal en cada área geográfica, logrando con estas visitas un mayor acercamiento entre los empleados y la dirección de RRHH.

Imprimiendo mayor transparencia a los procesos de movilidad y potenciando la igualdad de oportunidades, a través de la herramienta corporativa *job posting* "Apúntate", se registraron más de 800 promociones y más de 1.900 entrevistas a empleados.

La política de compensación se considera un elemento clave para la creación de valor, por ello, se cuenta con un sistema retributivo

Histórico de incrementos (Porcentaje promedio)	2014	2013	2012
	56%	32%	27%

Alcance: BBVA Provincial

Equipo

avanzado, basado en la generación recíproca de valor para los empleados y para la organización. Las revisiones salariales de abril y octubre de 2014 se centraron en la optimización de la compensación total, con incrementos competitivos que ubican al Banco como uno de los mejores del sector financiero local. Las variables consideradas en los ajustes son el desempeño, medido a través de la catalogación y posicionamiento en banda, los índices de inflación suministrados por los órganos competentes y los movimientos salariales del mercado financiero de referencia.

La retribución se compone de dos partes claramente diferenciadas, una compensación fija y una compensación variable. La incentivación variable, denominada como Bono DOR/AOR, es otorgada a los empleados que por su desempeño, cumplimiento de objetivos y ética profesional se hacen merecedores de esta compensación económica; constituye 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.

Beneficios sociales y otras iniciativas

Asimismo, los empleados de BBVA Provincial cuentan con un abanico de beneficios sociales, los cuales corresponden a obligaciones legales, acuerdos contractuales e iniciativas espontáneas ofrecidas por la Institución, en la retribución a su esfuerzo y dedicación, buscando favorecer su calidad de vida.

- **Obsequio de Navidad:** por octavo año consecutivo se entregó un regalo especial al personal, tratándose en esta oportunidad de una asignación económica otorgada a 5.246 empleados hijos
- **Beneficios de útiles escolares:** esta ayuda económica benefició a 2.982 hijos de empleados, entre 6 y 17 años de edad, para la adquisición de sus útiles y uniformes escolares.
- **5ta. edición Jornadas familiares:** Sembramos valores: se llevaron a cabo en las ciudades de San Cristóbal, Maracaibo, Barinas, Puerto Ordaz y Margarita, participando 1.080 empleados y familiares. Esta

iniciativa forma parte del Proyecto de prevención integral social del Banco, coordinado junto al Fondo Nacional Antidrogas (FONA), buscando fortalecer valores individuales, familiares y laborales, así como fomentar la integración y trabajo en equipo.

- **Planes Vacacionales:** este año se planteó un nuevo enfoque en torno a este beneficio, con la intención de mejorar su alcance, otorgando una ayuda de carácter socio-económica a 3.492 hijos de empleados, entre 4 y 17 años de edad.
- **Beneficio tickets juguetes:** este beneficio contractual favoreció en el mes de diciembre a 3.316 hijos de empleados, hasta 12 años de edad.
- **Gestión social:** se organizó un operativo especial en las instalaciones del Centro Financiero Provincial, permitiendo al empleado realizar el pago de impuestos del Municipio Libertador y trámite de documentos. Adicionalmente, junto al Servicio Administrativo de Identificación, Migración y Extranjería (Saime), trabajadores y familiares tuvieron la oportunidad de renovar sus cédulas de identidad.
- **Servicio de atención al empleado (SAE):** este año el SAE se integró con el Centro de Gestión (CENGES), garantizando una oportuna y eficaz respuesta a los empleados. A través de sus canales, el trabajador puede realizar consultas sobre todas las políticas, procesos e iniciativas de RRHH. En 2014, se realizó una encuesta de calidad entre toda la plantilla (con 57% de participación), a fin de establecer el nivel de satisfacción frente a este servicio, logrando una valoración de 4,30 (5 puntos = Muy satisfecho). Dentro del Grupo BBVA, Venezuela es el tercer país con más consultas realizadas a través del portal SAE, luego de España y México.

Indicadores de gestión canales SAE - año 2014:

- Llamadas recibidas: 43.636.
- Correos recibidos: 12.933.
- Ingresos al Portal AutoSae: 14.548.

Club Social y Deportivo Provincial

Un beneficio único y diferencial del cual disfrutaban los empleados y sus familiares directos es el Club Social y Deportivo Provincial, ubicado en el sector de Mampote, con instalaciones para su recreación y esparcimiento, incluyendo canchas deportivas, piscina olímpica y salas de usos múltiples. Los afiliados cuentan con una completa y variada programación de actividades deportivas, culturales y recreativas durante todo el año, así como de transporte gratuito desde el Centro Financiero Provincial en Caracas.

Eventos deportivos 2014:

- Torneo de Softbol: Copa 15 Aniversario de Seguros Provincial (se inscribieron 179 personas entre empleados y familiares).
- Torneo de Baloncesto y Fútbol Sala: Copa 15 Aniversario de Seguros Provincial (participaron 103 empleados).
- Copa Navidad 2014, en la disciplina de softbol (participaron 98 atletas: 80 pertenecientes al Banco y 18 de Sodexo Pass Venezuela).
- Torneo Relámpago de Fin de Año, en las disciplinas de básquetbol, voleibol mixto y bolas criollas (participaron 52 empleados).
- Tercera Liga Interbancaria Sudeban, en las disciplinas de voleibol mixto, baloncesto, fútbol sala y bowling (participaron 47 empleados).

Actividades recreativas 2014:

- Celebración Día de la Madre.
- Celebración Día del Padre.
- Celebración Día del Niño.
- Celebración Navideña.
- Programación teatral infantil y familiar.



Gestión de Beneficios para el Personal

Obligaciones legales	2014	2013	2012
Beneficio	Inversión ejecutada en Bs.		
Ticket Alimentación (Sodexo Pass)	85.584.260,1	51.336.704,4	42.751.979,6
Guardería	10.021.984,5	6.162.740,1	3.829.621,0
Bono Vacacional	115.145.429,9	73.699.130,3	57.539.408,4
Servicio de Salud y Riesgo Laboral	10.900.793,9	7.937.371,0	5.814.511,2
Seguridad Social ⁽¹⁾	507.334.060,6	331.165.626,8	447.153.747,6
Total Inversión	728.986.529,0	470.301.572,6	557.089.267,8

(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	2014	2013	2012
Beneficio	Inversión ejecutada en Bs.		
Créditos hipotecarios	121.969.725,9	162.887.934,4	212.238.830,3
Créditos de vehículos	15.421.194,5	20.966.602,5	31.530.361,3
Becas para estudios ⁽¹⁾	14.446,9	42.458,2	178.750,6
Contribución funeraria	434.600,0	261.200,0	231.000,0
Póliza HCM	101.579.533,2	77.273.964,7	59.693.531,7
Seguros accidentales laborales ⁽²⁾	-	23.620,7	57.215,8
Aporte caja de ahorros	22.869.978,4	10.936.937,1	7.258.570,0
Dotación de uniforme	10.941.598,1	6.732.390,6	8.185.356,6
Prima por bonificación de matrimonio	61.840,0	11.100,0	3.960,0
Subsidio familiar ⁽³⁾	-	123.584,4	166.043,9
Nacimientos ⁽⁴⁾	424.400,0	42.000,0	-
Juguete navideño	3.251.760,1	2.505.411,0	1.882.307,5
Plan vacacional	6.119.151,4	3.469.340,0	2.680.800,0
Total Inversión	283.088.228,4	285.276.543,5	324.106.727,7

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

(2) Cubre los casos de accidentes, incapacidad y fallecimiento laborales. No hubo ningún acontecimiento para el año 2014.

(3) Este beneficio fue sustituido en la Convención Colectiva 2013-2016, por la cláusula 27: Nacimiento por hijo.

(4) Beneficio que se otorga a los empleados activos por cada hijo nacido durante la vigencia del Convención Colectiva.

Alcance: BBVA Provincial

Beneficios no contractuales	2014	2013	2012
Beneficio	Inversión ejecutada en Bs.		
Ayuda social	62.231,0	51.000,0	30.900,0
Subsidio comedor	18.187.779,4	12.014.290,0	7.246.442,6
Subsidio estacionamiento	275.251,2	250.000,0	139.776,0
Chequeo médico tutorial	542.559,3	376.870,5	261.148,2
Obsequio navideño	11.375.209,7	9.000.000,0	6.785.893,0
Libro infantil	739.521,8	331.025,1	90.473,6
Útiles escolares	4.116.611,2	2.758.049,6	2.136.225,6
Total Inversión	35.299.163,6	24.781.235,3	16.690.859,0

Alcance: BBVA Provincial

Condiciones laborales

Convención colectiva

En este ámbito de actuación, en el año 2014 se suscribieron dos actas convenio con las organizaciones sindicales de BBVA Provincial. La primera de ellas, considerando la limitada oferta de planes vacacionales y otras circunstancias relativas al entorno, se acordó sustituir la cláusula 38 del Contrato Colectivo referente a los planes vacacionales para los hijos de los empleados por un aporte en talonario de tickets, equivalente a la cantidad de Bs. 1.600 por cada hijo entre 4 y 17 años de edad. Con este cambio, el número de beneficiarios se extendió al pasar de un promedio anual de 695 niños y jóvenes a más de 3.600 hijos de empleados.

La segunda acta convenio suscrita en diciembre, y que se encuentra en fase de homologación por parte de la Inspectoría Nacional, obedece a la modificación del Reglamento Interno de Disciplina Laboral y cuya aplicación encuentra su fundamento en las cláusulas 7 y 8 del Contrato Colectivo vigente. El ajuste dentro de su contenido, corresponde a la incorporación de la Junta de Arbitraje como órgano facultado para resolver las controversias que se originen de las decisiones acordadas por el Comité de Disciplina Laboral, implementando un procedimiento en el que se garantice el derecho a la tutela efectiva de las partes.

Comité de Disciplina Laboral

El comportamiento ético y la integridad son factores preponderantes en la forma en que el Banco desarrolla su actividad, por lo que este Comité de Disciplina cumple un rol relevante al ser garante del cumplimiento de los más estrictos estándares éticos y de conducta por parte de los profesionales de la Institución, labor que cuenta con el compromiso y apoyo de todos los empleados, entendiendo que la integridad es requisito indispensable para preservar la confianza de los diferentes públicos de interés.

Expedientes disciplinarios	2014	2013	2012
Sobreseimientos	8	6	21
Sanciones	169	64	197
Despidos a causa de sanciones	39	34*	38
Total	216	104	256

Alcance: BBVA Provincial

* La cifra del año 2013, correspondiente a despidos a causa de sanciones, fue corregida a su valor real.

Asuntos contenciosos	2014	2013	2012
Actuaciones de los órganos de la administración de expedientes disciplinarios cerrados	60	17	32
Reclamaciones individuales	52	62	56
Conflictos colectivos	0	0	0
Actuaciones de los órganos de la administración	76	97	95
Total de reclamaciones individuales más actuaciones de los organismos de la administración	128	159	151

Alcance: BBVA Provincial

Libertad de asociación y representación sindical

En materia de libertad de asociación y representación sindical, la Institución respeta a cabalidad tales fundamentos y el derecho de los empleados a constituir libremente las organizaciones sindicales que estimen convenientes para la mejor defensa de sus intereses, así como afiliarse o no a ellas de conformidad con la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras, estando protegidos ante cualquier acto de discriminación o injerencia contrario al ejercicio de este derecho.

BBVA Provincial entiende que el diálogo y la conciliación son la mejor manera de solucionar conflictos y alcanzar consensos, de conformidad con las distintas regulaciones vigentes, premisa en la cual fundamenta su actuación.

Personal con discapacidad

En el marco de la Ley para las Personas con Discapacidad, BBVA Provincial ha trabajado en el gradual cumplimiento del porcentaje requerido por Ley y que establece el 5% del total de la plantilla, además de garantizar en todo momento el adecuado tratamiento de este personal dentro de la organización. Asimismo, de acuerdo a los parámetros clínicos detallados en esta normativa que determinan las condiciones de discapacidad, se avanza en la identificación de empleados que cumplan con tales disposiciones, procediendo a su certificación ante el Consejo Nacional para las Personas con Discapacidad (Conapdis).

Avances en materia de discapacidad	2014	2013	2012
Empleados con discapacidad	24	24	22
% personal con discapacidad en plantilla	0,45%	0,45%	0,41%

Alcance: BBVA Provincial

Seguridad y salud laboral

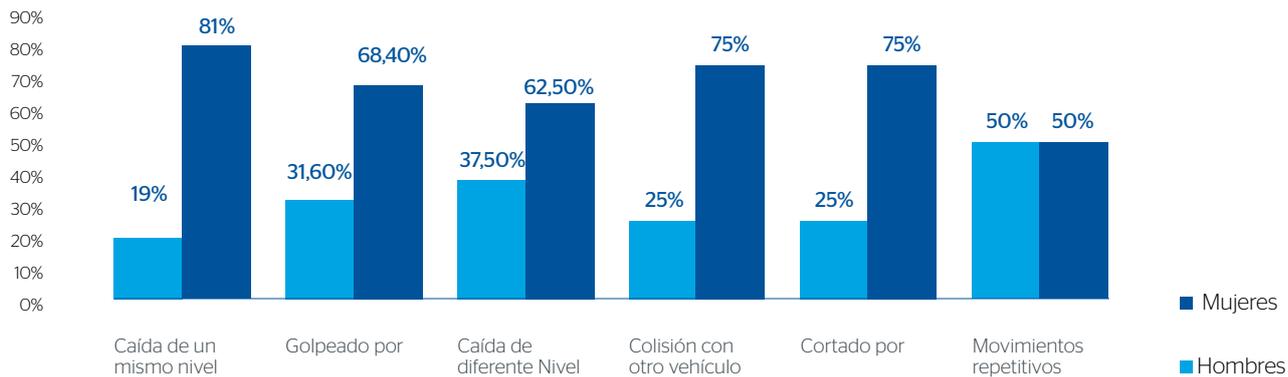
En materia de seguridad y salud laboral, la organización cuenta con una serie de iniciativas y programas continuos que tienen como cimiento el compromiso de mejorar la calidad de vida de los profesionales que forman parte de BBVA Provincial, fortaleciendo para ello una cultura de prevención y vigilancia de la salud de sus trabajadores.

Servicio Médico y otros servicios integrales

En este ejercicio, el Servicio Médico prestó asistencia por enfermedades comunes a 3.121 empleados del Centro Financiero Provincial y oficinas aledañas. Se realizaron 144 consultas ocupacionales por concepto de posibles patologías relacionadas con la actividad laboral. También se dio continuidad al servicio de laboratorio, con más de 300 tipos de exámenes a precios competitivos y envío de resultados a través de correo electrónico.

El Servicio de pausa activa y terapia ocupacional, el cual incluye atención psicológica, atendió al mes un promedio de 98 trabajadores, incorporando este año ayuda en las áreas de nutrición (91 pacientes) y traumatología (240 pacientes).

Accidentalidad por género



En el segundo año de su puesta en funcionamiento, el gimnasio del Centro de Salud Integral de BBVA Provincial cuenta con un número promedio de 715 empleados afiliados.

Jornadas preventivas

En el Servicio Médico del Centro de Salud Integral del Banco, en 2014 se realizaron las siguientes jornadas clínicas:

- Jornadas de espirometría y audiometría (74 empleados).
- Jornadas gratuitas de vacunación antigripal AH1N1 (558 empleados).
- Jornadas de despistaje de glicemia y osteoporosis (12 y 317 empleados, respectivamente).
- Jornada Oftalmológica (155 empleados), con financiamiento en cristales y monturas.
- Jornada de ecografía mamaria para la prevención y detección temprana del cáncer. También se incluyeron ecografías pélvica, abdominal, tiroidea y testicular. (180 empleados / 216 exámenes)

En el interior del país, también se realizó la Jornada Oftalmológica dirigida al personal de la red de oficinas, logrando la participación de 86% de esta plantilla. Además de ofrecer financiamiento en la compra de cristales y monturas.

Evaluaciones periódicas

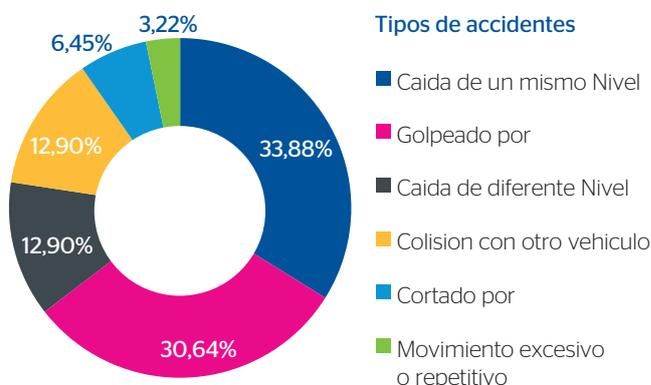
La Institución también emprende un programa continuo de evaluaciones médicas (físicas y bioquímicas) que en 2014 atendió a los siguientes colectivos:

- Equipo del Centro Financiero Provincial (969 empleados).
- Red de oficinas de la Gran Caracas (1.057 empleados).
- Red de oficinas del interior del país (1.926 empleados).
- Evaluaciones de pre-empleos para nuevos ingresos (1.147 ingresos: 639 en Caracas y 508 en el interior del país)
- Evaluaciones tutoriales (32 miembros del equipo directivo).

Tasa de Absentismo ^(*)	2014	2013	2012
	2,02%	2,78%	2,80%

Alcance: BBVA Provincial

^(*)Sin incorporar los reposos por maternidad.



Accidentalidad

Para la vigilancia y el control de accidentes, se mantuvo la actualización de las estadísticas de accidentalidad, arrojando los siguientes resultados: en todo el año 2014 ocurrieron 62 accidentes laborales (50 mujeres y 12 hombres), de los cuales 26 fueron en el Centro Financiero Provincial y 36 en la red de oficinas, todos declarados ante el Instituto Nacional de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (INPSASEL). La causa de accidente más frecuente o común fue "caída de un mismo nivel" (33,88%), seguido por "golpeado por" (30,64%).

Capacitación en salud y seguridad laboral

Impulsado una cultura de prevención y buenas prácticas en salud y seguridad laboral, en 2014 se fortaleció la campaña comunicacional "Bienestar y salud", la cual ahora se enmarca en la iniciativa corporativa Tú&BBVA, publicando 46 artículos de interés en temas relevantes, entre ellos: La importancia del entrenamiento físico; Gripe chikungunya; Formación de brigadistas; Actuación antes, durante y después de un terremoto, entre otros. Con esta labor también se da cumplimiento a Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (Lopcyamat), en materia de formación a los trabajadores.

Adicionalmente, se organizaron simulacros de desalojos parciales del Centro Financiero Provincial y que sirvieron de entrenamiento para el desalojo total realizado en el segundo semestre del año, a los fines de mejorar la preparación de los empleados en la correcta aplicación de los procedimientos en casos de emergencia.



Voluntariado y social engagement

Con el propósito de fortalecer una cultura de compromiso social y valores compartidos entre todos sus integrantes del equipo de BBVA Provincial, como parte del Plan global de voluntariado corporativo y otros proyectos de *social engagement*, se han desarrollado diversas iniciativas que buscan promover la participación de los empleados en actividades y programas cercanos a las inquietudes sociales. En 2014 un total 866 empleados de forma voluntaria y activa se involucraron en diferentes acciones en materia de labor social, voluntariado ecológico y educación financiera a las comunidades.

Labor social

Hogar Bambi, casa-hogar para niños en situación de abandono

Acción: entrega de 60 cajas de alimentos para apoyar la gestión de la casa-hogar, además de compartir un día con los niños que ayuda esta ONG.

Voluntarios que donaron: 129 empleados.

Voluntarios que realizaron la entrega: 42 empleados.

Asociación Venezolana para el Síndrome de Down (Avesid)

Acción: se donaron 100 kits con material didáctico (rompecabezas, juegos de memorias, cuentos, colores y libros para colorear) para fortalecer las terapias educativas que imparte esta asociación.

Voluntarios que donaron: 122 empleados.

Voluntarios que realizaron la entrega: 5 empleados.

Fundación Amigos del Niño que Amerita Protección (Fundana)

Acción: aporte de 10 cajas con ropa para niños, además de celebrar un día de esparcimiento junto a un grupo de beneficiarios de esta casa-hogar.

Voluntarios que donaron: 80 empleados.

Voluntarios que realizaron la entrega: 22 empleados.

Casa de retiro INASS Dr. Antonio Iseas

Acción: se donó un equipo de sonido al club de abuelos para sus actividades recreativas, además de compartir una tarde con los ancianos de esta casa de retiro.

Voluntarios que donaron: 168 empleados.

Voluntarios que realizaron la entrega: 25 empleados.

Voluntariado ambiental

Evento Eco Azul (Barquisimeto y Maracaibo)

Acción: actividad de recolección de desechos en el marco de la 5ta. edición de Marea Azul, contando con la participación de empleados y familiares.

Barquisimeto: 48 empleados, recolectaron 160 Kg. de basura.

Maracaibo: 60 empleados, recolectaron 456 Kg. de basura.

EcoNavidad 2014: Nacimientos reciclables (Caracas)

Acción: concurso en el que los empleados crearon pesebres con material reciclado en sus oficinas, promoviendo una conciencia ecológica y el trabajo en equipo.

Participantes: 106 empleados, en 14 equipos.

Voluntariado Educación Financiera

Talleres de finanzas personales

Acción: se capacitó a un primer grupo de voluntarios como facilitadores de talleres de finanzas personales, quienes en 2015 serán responsables de impartir estos conocimientos a las comunidades beneficiarias de los programas educativos de la Fundación BBVA Provincial.

Cantidad de voluntarios formados: 18 empleados.

Otras iniciativas

Como parte de la gestión del Club Social y Deportivo Provincial, éste cede sus instalaciones culturales y deportivas a instituciones sin fines de lucro para que los beneficiarios de dichas organizaciones puedan hacer uso y disfrutar de estos espacios para la ejecución de sus actividades, apoyándoles de esta manera en sus labores y acción social.

Fiscalía Municipal Tercera del Estado Miranda

Evento: Encuentro de prevención del delito, promoción y defensa de los derechos humanos de los fiscales de este estado.

Fundación Dr. Yaso: payasos de hospital

Evento: Taller dirigido a 25 voluntarios de la sede Guareñas - Guatire.

Proyecto socio-educativo Victoria Diez

Evento: día de esparcimiento para 55 niños de sectores desfavorecidos de la parroquia San Bernardino.

U.E.E. Tito Cardozo

Evento: día de esparcimiento para 22 estudiantes de educación inicial, de sectores del Municipio Plaza.

Centro Comunal Catia

Evento: día de esparcimiento a 61 niños de los sectores de la parroquia Catia, organizados por el Centro Comunal.

Escuela de Béisbol Menor "Luis Camaleón García"

Actividad: durante todo 2014, el campo de softbol se utilizó para las prácticas y los juegos semanales esta escuela de béisbol, beneficiando a 40 niños (hijos de empleados y niños de comunidades cercanas), también se les apoyó en sus actividades de fichaje y recreativas.

Proveedores

La banca responsable integra aspectos sociales y ambientales en su proceso de aprovisionamiento.

Política de compras

El modelo corporativo de control interno en relación a la política de compras responsables determina como factores prioritarios la objetividad, transparencia, profesionalidad e igualdad de oportunidades en la selección y gestión del *outsourcing*. Y la relación entre el banco y sus proveedores está contemplada y definida en el Código de Conducta de la Institución, estableciendo como pilares fundamentales el respeto a la legalidad, integridad, concurrencia, objetividad, transparencia, creación de valor y confidencialidad.

Todas estas premisas delimitan y dan directriz a la política de compras responsables de BBVA Provincial, además de aspirar a que sus proveedores compartan sus propios estándares en materia social y medioambiental y los valores impulsados por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, enmarcados igualmente en su Código de Conducta.

El área responsable de la correcta aplicación de esta política es el área de Compras, Inmuebles y Servicios Generales, la cual se mantiene apegada a estos criterios y está vigilante a que tales principios prevalezcan en los procesos de aprovisionamiento.

Gestión de proveedores

Como parte de su política responsable de compras, el Banco cuenta con normativas y procedimientos que definen claramente el marco regulatorio para la contratación y pago a los proveedores. El cabal cumplimiento de las cláusulas contractuales acordadas y documentadas entre ambas partes es una tarea prioritaria, garantizando la adecuada prestación del servicio, en contraprestación de los pagos acordados, y bajo los criterios de calidad, oportunidad y costo-beneficio.

También se vigila el que toda operación esté apegada a la legislación vigente y cuente con la debida documentación de soporte, ya se trate de proveedores nacionales o internacionales, revisando en detalle la formalidad de las facturas, adecuado cumplimiento en los deberes impositivos y formalización de los acuerdos de servicios mediante contratos debidamente registrados.

En relación al control sistemático de los pagos, el sistema Ceprobank permite mantener un adecuado control por proveedor, tipo de servicio, naturaleza, importe, entre otras variables; además de facilitar la labor inherente a la gestión de



factores de control interno en la mitigación de los riesgos operacionales, en cuanto a: Integridad, Exactitud, Propiedad, Veracidad y Oportunidad.

Sistema de homologación

Como parte de una gestión integral, se realizan evaluaciones a los proveedores que prestan servicio al Banco, estableciendo un perfil cualitativo y cuantitativo, con el propósito de acreditar su adecuación a los estándares de calidad requeridos y validar que compartan los mismos valores y principios de la organización, contando de esta manera con un registro de proveedores confiables que permitan mejorar la gestión.

El proceso de homologación ejecutado en 2014 permitió la valoración de 61 nuevos proveedores, certificando el que estos cuentan con la capacidad productiva, técnica, financiera y calidad comercial requerida por la Institución. Sumando esta gestión, BBVA Provincial tiene 261 proveedores debidamente homologados, otorgando mayor transparencia y opciones de alternabilidad en los procesos de aprovisionamiento.

Delegación de aprovisionamiento supervisada

El área de Compras dispone de un modelo de delegación supervisado, el cual aplica a ciertas y específicas unidades del Banco a fin de que puedan directamente gestionar sus procesos de

aprovisionamiento, imprimiendo mayor eficiencia a la gestión, pero con funciones claramente definidas y delimitadas y con mecanismos de control que aseguran la correcta aplicación de la políticas de compras responsables. Con este modelo de delegación menor, en este ejercicio se registraron 321 adjudicaciones, por un monto de Bs. 2.923.216,98.

Herramientas de gestión y aprovisionamiento

Adquirea es una plataforma de comercio electrónico utilizada en la gestión de compras, la cual hace más eficiente y transparente el proceso de adjudicaciones, estableciendo con claridad las condiciones de la negociación y permitiendo maximizar en la operativa los criterios de calidad, oportunidad y costo-beneficio. Esta herramienta impacta de forma favorable en los estándares de servicio del área de Compras, reduciendo los tiempos de negociación e integrando la información en un sistema único.

El proceso de aprovisionamiento de bienes y servicios del año 2014, generó 590 adjudicaciones como resultado de las negociaciones del área de Compras y 453 adjudicaciones electrónicas mediante eventos de múltiples etapas finalizados en una subasta a través de esta herramienta.

Uso de la Herramienta de Gestión			
	2014	2013	2012
Número de negociaciones electrónicas	590	952	1175
Número de pedidos electrónicos	453	742	966
Número de referencias solicitadas contra catálogo electrónico	137	210	209

Alcance: BBVA Provincial

Homologación de proveedores			
	2014	2013	2012
Número de proveedores homologados	261	228	143
Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación	47	47	51
Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación	44	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								
2014	2013	2012	2014	2013	2012	2014	2013	2012	2014	2013	2012	2014	2013	2012
537	609	959	173	164	205	124	121	116	154	133	113	988	1.027	1.393

Alcance: BBVA Provincial

Sociedad

La banca responsable potencia su inversión social a través de iniciativas de alto impacto.

Desarrollar en todo momento su actividad de forma responsable y maximizar los impactos de su negocio en la sociedad, es uno de los principales compromisos que asume BBVA Provincial en torno a su política de responsabilidad social corporativa (RSC), consciente que este impacto debe ser positivo y abocarse en mayor medida en áreas como la educación, medioambiente, conocimiento e innovación, derechos humanos, cultura, valores y ética, entre otros. Logrando de esta manera, materializar su misión que es trabajar por un futuro mejor para las personas.

Educación para la sociedad

La educación siempre ha sido un pilar dentro de su política de responsabilidad social corporativa y foco clave de la inversión social del Banco, mas se ha reiterado su relevancia al establecerse como una prioridad estratégica dentro del Plan de Negocio Responsable, en el cual se identifican como ámbitos de actuación: la educación financiera, formación para pymes y, como tercera arista, la educación para la integración social y formación en valores para niños y jóvenes. Los dos primeros se tocaron en anteriores capítulos de este Informe, por lo que a continuación se detallan las iniciativas emprendidas en 2014 en torno a esta tercera línea.

Programa Becas de Integración

Su objetivo es incentivar la permanencia en el sistema educativo de jóvenes de escasos recursos y así favorecer su inserción social, para ello, se creó un programa de becas que cada año apoya a 4.500 estudiantes de secundaria en 100 colegios de la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) y de la red de Fe y Alegría. Entre 2008 y 2014, este programa de la Fundación BBVA Provincial ha ayudado a más de 30 mil jóvenes para que continúen y perseveren en sus estudios, con una inversión social acumulada cerca de Bs. 80 millones desde el año 2008.

Esta beca educativa está dirigida al pago de la matrícula de inscripción y mensualidades en el plantel, así como a la adquisición de textos

escolares y uniformes; aporte económico que para el período escolar 2013 - 2014 representó una inversión que superó los Bs. 27 millones.

Igualmente, se busca promover entre los becados la formación en valores, labor que es impulsada con la distribución del folleto "Valores y habilidades para la vida", series I y II, material didáctico disponible en su edición impresa y en formato digital, a través de www.fundacionbbvaprovincial.com. También se pretende que esta comunidad de becados se conviertan en sus hogares, colegios y comunidades en multiplicadores de estas enseñanzas, fortaleciendo valores ciudadanos, familiares, educativos y sociales.

Para conocer en detalle los avances e indicadores de gestión, las áreas técnicas del Banco desarrollaron un aplicativo informático que facilita esta labor, y que al cierre del año escolar 2013 - 2014 arrojó como resultados que de los 4.500 estudiantes becados un 97,38% aprobó sus estudios y 86,87% asistió regularmente a clases. Asimismo, en este período se realizó una encuesta entre los estudiantes beneficiarios y sus padres, con la finalidad de conocer sus percepciones y opiniones acerca del programa, identificando que dicha iniciativa es valorada como una importante fuente de motivación para que los jóvenes continúen con sus estudios. Los datos de esta investigación, se presentan en el capítulo Materialidad y diálogo con los grupos de interés de este Informe.

Programa Papagayo

Promover la formación en valores, la lectura y escritura creativa, así como la reflexión pedagógica, son los propósitos que impulsan la gestión de este programa educativo que a lo largo de 16 años de trayectoria ha beneficiado a más de 63.000 estudiantes y cerca de 2.300 docentes, quienes también han sido promotores de la didáctica Papagayo y coparticipes de su proceso de evolución.

Con la intención de ampliar su alcance y contar con un mayor número de participantes en todo el territorio nacional, en 2014 la Fundación BBVA Provincial realizó la convocatoria al Concurso Programa Papagayo, dirigida a maestros de 5to. y



6to. grado de educación primaria de escuelas públicas subsidiadas por la Asociación Venezolana de Educación Católica, quienes formalizaron su registro vía on line y realizaron los talleres de formación en la didáctica Papagayo a través de una plataforma e-learning, finalizando con la elaboración y entrega de un libro de creaciones literarias escrito por sus alumnos.

Esos libros de creaciones fueron el resultado de la didáctica aplicada en el aula y entre todos ellos se seleccionaron las más destacadas publicaciones y obras. Los niños autores de las mejores creaciones literarias, recibieron como premios una beca de estudios (1er. Lugar) y equipos electrónicos más un kit de lectura (2do. y 3er. Lugares). En cuanto a los mejores libros, los docentes que guiaron su elaboración ganaron aportes económicos y sus escuelas fueron premiadas con un Centro de Estudios Audiovisuales y una biblioteca de 100 títulos para niños y jóvenes.

En la decimosexta edición de Papagayo, se postularon 438 docentes de los cuales 212 culminaron el proceso, beneficiando a 6.572 estudiantes. En cuanto a los cambios concretados, estos se centraron en la incorporación de maestros de 5to. grado en la convocatoria, así como la plena migración del proceso de inscripciones y de los talleres a la plataforma digital.

En este ejercicio, se llevó a cabo una encuesta de satisfacción entre los docentes participantes, obteniendo una percepción global positiva. Los detalles de este estudio, se exponen en el capítulo Materialidad y diálogo con los grupos de interés de este Informe.

Programa Emprendimiento Social

Para la Fundación BBVA Provincial otro eje clave en materia de educación es la formación en emprendimiento, trazándose la meta de impulsar la capacitación de jóvenes y líderes comunitarios y de esta manera promover un proceso de transformación y desarrollo social, entendiendo que toda buena idea o solución novedosa necesita de emprendedores cualificados para así materializar con éxito tales proyectos. En este marco de actuación se llevan adelante dos iniciativas, el Concurso Actívate y Emprende y la Cátedra en Emprendimiento.

Concurso Actívate y Emprende

En esta oportunidad se celebró su segunda edición, recibiendo propuestas de 97 equipos, integrados por 262 jóvenes de entre 20 y 26 años de edad y provenientes de diferentes regiones del país, quienes presentaron proyectos orientados a mejorar o solucionar de modo sostenible un problema de su entorno y propuestas innovadoras en las áreas de educación, salud, turismo, tecnología, redes sociales, web 2.0.



Durante el desarrollo del concurso, estos emprendedores recibieron la asesoría de Ashoka Venezuela, brindándoles las herramientas necesarias para la ejecución de sus respectivos proyectos. Una vez seleccionados los 10 equipos finalistas, estos tuvieron la oportunidad de presentar sus ideas en un programa de radio, dando a conocer sus emprendimientos e invitando a la audiencia a votar por ellos a través de www.activateyemprende.com.

En base a criterios relacionados a su impacto social, ambiental y económico, así como creatividad e innovación y, en especial, viabilidad y potencial de sostenibilidad, los proyectos que resultaron ganadores fueron "Venezuela Voluntaria", plataforma web que sirve como puente entre estudiantes que desean realizar labor social y fundaciones, asociaciones y empresas que requieren de este apoyo; y "Volare", una organización sin fines de lucro, adscrita a la Dirección de Extensión de la Universidad Central de Venezuela, cuyo objetivo es incentivar a la comunidad universitaria a ser parte del emprendimiento en Venezuela, a través de un ecosistema online y offline en cada núcleo de esta casa de estudios.

Cada emprendimiento ganador recibió como capital semilla un aporte de Bs. 70.000, a ser entregado por etapas, y durante seis meses continuarán recibiendo la asesoría de Ashoka Venezuela. Los otros ocho proyectos finalistas, se les entregó una contribución económica de Bs. 20.000, motivándoles a seguir impulsando sus proyectos e ideas emprendedoras.

Cátedra de Emprendimiento Fundación BBVA Provincial

Junto a la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) desde 2011 se lleva adelante este programa, con el objetivo de promover la formación de la población en áreas prioritarias para la eficaz consecución de iniciativas de emprendimiento y propiciar un ambiente en donde se estimule la generación de ideas y nuevas soluciones, ya sea desde la perspectiva de una microempresa o un emprendimiento social que contribuya al crecimiento del país. Dicha cátedra se plantea bajo tres modalidades de ejecución:

- Formación para estudiantes de pregrado de todas las carreras de la UCAB (electiva de emprendimiento). Esta modalidad se impartió en formato virtual, lo que permitió la participación de alumnos de la sede de ciudad Guayana de esta casa de estudios. Un total de 72 jóvenes cursaron esta electiva en 2014, estudiantes de las carreras de Economía, Administración, Sociología, Contaduría, Psicología y Comunicación Social. Al final del curso los participantes debían presentar un proyecto final, premiando ese año a dos planes de negocios.
- Formación en emprendimiento para profesionales, modalidad que contó en su más reciente edición con 29 participantes, quienes



adquirieron conocimientos para el diseño y gestión de planes de negocio, contando con las herramientas necesarias para concretar e impulsar sus proyectos.

- Formación comunitaria, con este programa en 2014 se capacitó a 784 emprendedores con propuestas o negocios en las áreas de alimentos, artesanía, ecología, educación, vestido, entre otras. En este período se consolidaron tres importantes alianzas que permitieron extender el impacto de esta iniciativa a sectores populares de Caracas, Miranda, Lara y Zulia.

La Fundación BBVA Provincial también patrocinó la Feria de Emprendedores Comunitarios 2014 de la UCAB, la cual contó con 50 expositores y más de 300 visitantes, que se organizó en el marco de la Semana Mundial del Emprendimiento, incluyendo el Taller mercadeando tu emprendimiento por redes sociales (48 asistentes) y una jornada de información y asesoría financiera (78 personas atendidas).

Cultura y otras iniciativas de acción social

En el área de cultura, el compromiso de la Fundación BBVA Provincial se traduce en un apoyo constante a las artes plásticas, la música y la literatura, a través de su programa expositivo, su programa editorial y la Ruta BBVA. Además de destacar las alianzas estratégicas establecidas con diversas ONG e instituciones, para la puesta en marcha de proyectos e iniciativas de interés social.

Ruta BBVA

En la vigésima novena edición de la Ruta BBVA: "En Busca de las Fuentes del Río de las Amazonas", los ruteros tuvieron la oportunidad de recorrer diversos lugares de Perú y España, es un viaje que combinó la educación en valores, el intercambio cultural y la aventura. La delegación de Venezuela estuvo integrada por nueve jóvenes entre 16 y 17 años de edad, de los cuales seis resultaron ganadores del concurso externo promovido por BBVA Provincial y tres son hijos de empleados que fueron seleccionados en un concurso interno coordinado por BBVA.

En esta oportunidad se buscó sensibilizar a los participantes hacia el compromiso social y temas de emprendimiento. Para ello, los jóvenes aspirantes debían presentar un trabajo literario o una composición musical sobre un personaje relevante peruano o español del siglo XX, además de un proyecto de emprendimiento social original que solucionase de modo sostenible alguno de los problemas de la realidad del Perú. Los trabajos fueron seleccionados bajo un mismo



criterio de corrección para los aspirantes de todos los países, por una comisión asignada por la Universidad Complutense de Madrid.

A finales de 2014, se dio inicio a la convocatoria del concurso para la Ruta BBVA 2015: "Aventura en el país de las esmeraldas", en ocasión de la celebración de su trigésima edición se organiza una expedición que contará con 200 jóvenes de España, Portugal y toda América, quienes recorrerán parte de España y Colombia.

Programa expositivo

En 2014 la Fundación BBVA Provincial incorporó dos nuevas muestras expositivas a su extenso listado de exhibiciones, apoyando de esta manera a la promoción del trabajo y obra de diversas tendencias artísticas, grupos e individualidades en el país, fecunda labor que inició en el año 1998. Como es habitual, estas muestras estuvieron abiertas al público en general, además de incluir una completa programación con talleres, obras teatrales y conciertos en el marco de estas actividades.

Exposición Juan Vicente Fabbiani, puente a la modernidad, abril - julio 2014

Se presentó un compendio de la obra de este artista venezolano que abarcó las décadas entre 1930 y 1980. Fabbiani fue un artífice excepcional, un creador ubicado en una encrucijada de la historia del arte nacional y universal, discreto a pesar de los numerosos premios que obtuvo durante su carrera artística. A los 25 años de su muerte, se le rindió este homenaje en reconocimiento a su valiosa aportación al arte moderno en Venezuela. Esta exposición recibió más de 1.300 visitas. Para ampliar el alcance y la promoción de esta iniciativa, en el lobby del Centro Financiero Provincial se exhibió parte de las obras que integraban esta muestra.





Exposición EFE. 75 años en fotos, octubre-diciembre 2014

Fundación BBVA Provincial exhibió una selección del extenso archivo gráfico de la reconocida agencia de noticias, donde se recogen importantes momentos históricos de las últimas décadas, en reconocimiento a la labor realizada durante siete décadas y media por la Agencia EFE y su aporte a la historia contemporánea. 75 imágenes recorrieron la trayectoria del periodismo en España, en Iberoamérica y en el mundo, que fueron exhibidas en Venezuela como parte del aniversario de EFE. A esta muestra asistieron más de 1.100 personas.

Programa editorial

La Fundación BBVA Provincial editó un libro infantil, el cual obsequió a los hijos de los empleados (hasta 12 años de edad) y a sus relacionados. En esta ocasión se trató de la publicación "Lo que escriben los niños IV", edición especial que presenta un compendio de las obras ganadoras del Concurso de Creación Literaria del Programa Papagayo entre los años 2010-2013. La serie de libros "Lo que escriben los niños" se inició en el año 2003, con una selección de los mejores cuentos, retahílas, poemas, sortilegios y canciones de los participantes de este programa educativo.

Los libros infantiles de esta serie se encuentran disponibles al público en formato digital en www.fundacionbbvaprovincial.com, con la finalidad de propiciar el acercamiento de niños y jóvenes, así como de sus familiares, a la lectura y a la educación en valores.

En este ejercicio, también se celebró la presentación oficial del libro "Panorama Breve de la Literatura Infantil en Venezuela" del escritor Fanuel Hanán Díaz, publicación editada en 2013, una obra invaluable e inédita que logra recuperar parte de la memoria de nuestro país a través de los libros y lecturas para niños y niñas desde la Colonia hasta la actualidad, tratándose de un recorrido histórico de la literatura infantil venezolana. Con esta propuesta editorial, la Fundación BBVA Provincial reitera su compromiso en aportar un legado de la identidad y la diversidad cultural del país.

Otras iniciativas de acción social

Además de los programas sociales de ejecución directa de la Fundación BBVA Provincial, se brinda apoyo a diversas iniciativas y proyectos de alto impacto social a través de alianzas estratégicas con organizaciones e instituciones de reconocida trayectoria en el país.

- **Comité de Alianza Social de Venamcham:** se patrocinó el Foro Perspectivas Sociales 2014 "Conciliación: Herramienta de paz" y la publicación "La RSE en perspectiva. Ideas para su diseño,

implantación, desarrollo y evaluación" del profesor Víctor Guédez, la cual fue presentada en el marco del XIV Simposio de Responsabilidad Social.

- **Festival de la Lectura de Chacao:** patrocinio de la sexta edición de este festival, organizado por la Alcaldía de Chacao, la Embajada de España y el Grupo SOB, fomentando de esta manera la lectura como valor ciudadano.

- **Feria Iberoamericana de Arte (FIA):** patrocinio del catálogo de la feria y del acto de homenaje que se realizó a Sofía Ímber. La Fundación también contó con un stand en este evento, exhibiendo las sedas originales del movimiento artístico de los años 70: Taller Cobalto.

- **Exposición "Goya, la mirada inconforme":** patrocinio de la muestra que reunió 173 grabados pertenecientes a la colección de la Fundación Museos Nacionales, organizada por el Ministerio del Poder Popular para la Cultura y la Embajada de España.

- **Restauración de la escultura "La maternidad", de Baltasar Lobo:** se patrocinó el proyecto de restauración de esta obra de la Ciudad Universitaria de Caracas, conscientes de su valor cultural.

- **Carrera 7K y caminata 5K de Unicef:** patrocinio de la VI edición de este evento deportivo, a través del cual se recogen fondos para el programa social "Más protección, menos violencia" que promueve el buen trato hacia y entre niños, niñas y adolescentes.

- **Donaciones en apoyo a la gestión de diversas organizaciones:** en el año 2014 se realizaron aportaciones a la Fundación Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) para la Educación Permanente y Continua, Fundación Paso a Paso, Fundación Social Marista de Maracay, Invedin, Banco de Sillas de Ruedas (Bandesir), Dr. Yaso - Payasos de Hospital, Fundación Amigos del Niño con Cáncer, Sociedad Anticancerosa de Venezuela, Asociación de Padres y Amigos de Niños Excepcionales (Avepane), Fundación Cardioamigos, Asociación Venezolana de la Espina Bífida, Fundación Amigos del Hospital San Juan de Dios, Fundahígado, entre otras.

Innovación y conocimiento

La innovación siempre ha sido un eje clave en la estrategia del Grupo, entendiéndola como palanca de progreso y buscando impulsar la creatividad eficiente y la inquietud hacia nuevas soluciones, generando de esta manera valor social y económico. Por esta razón, BBVA apoya la innovación tecnológica y el desarrollo de productos y servicios novedosos, por lo que se mantiene atenta en cuanto a lo que sucede en el ecosistema de la innovación a nivel global.

BBVA Open Talent

Bajo un modelo de innovación abierta se han emprendido diversas iniciativas corporativas, entre ellas, BBVA Open Talent que potencia el emprendimiento innovador. Su objetivo es captar proyectos y talento que puedan generar valor para el banco y al mismo tiempo hacerlos crecer, dándoles una oportunidad de colaborar y desarrollar sinergias. En 2014 se abrió la convocatoria para su sexta edición, recibiendo propuestas de Venezuela, Colombia, Argentina, México y Perú, además de países de Europa y Norteamérica.

El jurado seleccionó proyectos innovadores de base tecnológica (Digital Life) y la orientada a iniciativas financieras o de nueva banca (New Banking). Los ganadoras en cada categoría recibieron premios

en metálico y la oportunidad de participar en el *NYC Crash Acceleration*, programa organizado por BBVA Open Talent que les brinda herramientas para alcanzar mayor visibilidad y conexión de sus proyectos con públicos internacionales. También podrán asistir a encuentros privados con inversores, crear redes con otros *startups* de éxito y participar en la competición del *Empire Startup Summit*.

Innova Challenge MX

Con esta iniciativa se busca promover la cultura abierta y colaborativa entre BBVA y una comunidad activa de desarrolladores con el objetivo de hacerles participar en el proceso creativo y de desarrollo tecnológico de la organización. Para la edición del año 2014 se convocaron al InnovaChallenge MX un total de 378 desarrolladores en 36 países, incluyendo Venezuela.

En Innova Challenge el protagonista es el *Big Data*, que describe el conjunto de procesos, tecnologías y modelos de negocio que están basados en datos y en capturar el valor que estos encierran. A raíz de este concurso, BBVA abrió, por primera vez en la historia, datos de actividad comercial real, ya que el reto fue crear una herramienta usando la data de transacciones con tarjeta de las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey de BBVA Bancomer que permitiese a empresas e instituciones públicas tomar decisiones a partir de estos datos y ser más eficientes, favoreciendo de esta manera la calidad de vida de los ciudadanos.

La calidad de los trabajos presentados superaron las expectativas del jurado que analizó a más de medio centenar de nuevas propuestas, seleccionando los tres mejores proyectos en dos categorías, aplicaciones para ciudadanos y empresas.

Medioambiente

Uno de los objetivos de la política de responsabilidad social corporativa de BBVA Provincial es identificar, prevenir y mitigar los posibles impactos negativos de su gestión. De allí que reducir su huella ambiental y el llevar adelante diferentes acciones en torno a esta labor, adquieren cada vez mayor relevancia para la Institución. Este compromiso se ve fortalecido con una política corporativa en materia medioambiental y la consecución de un Plan Global de Ecoeficiencia (PGE), a fin de establecer claras directrices en torno a este importante ámbito de actuación.

Política corporativa medioambiental

Esta política es coordinada por el Comité de Ecoeficiencia y Compras Responsables de BBVA, garantizando su cumplimiento en toda la organización. En este marco normativo se expresan los compromisos y objetivos en materia de gestión ambiental que rigen la actividad de BBVA Provincial, dirigidos a fortalecer las mejores prácticas en ecoeficiencia y lograr reducir su impacto en el entorno, tanto los efectos directos relativos a la administración de sus inmuebles como aquellos asociados a sus productos y servicios. Entre sus principales objetivos, destacan los siguientes:

1. Cumplir la normativa medioambiental 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 medioambiente 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 está alineada a los compromisos suscritos por el Grupo con las más relevantes iniciativas internacionales que promueven una gestión ambiental sostenible y la lucha contra el



cambio climático, como son el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, los Principios de Ecuador, el *Global Investor Statement on Climate Change*, entre otros.

Plan Global de Ecoeficiencia (PGE)

Para toda la organización la principal expresión de su compromiso con el medioambiente y la gestión eficiente de los recursos naturales es su Plan Global de Ecoeficiencia. Tras concluir el PGE 2008-2012, en 2013 se presentó un nuevo plan para el período 2013-2015, en torno al cual se han fijado metas más retadoras, entre ellas, una reducción de 3% del consumo de electricidad. Para la consecución de este objetivo, se finalizaron en este ejercicio los siguientes proyectos:

- Sustitución de lámparas con bombillos fluorescentes tipo T12 (4 x 40 watt) por lámparas con bombillos tipo T-8 (3 x 32 watt), labor que se concretó en 95% de la red de oficinas y en todo el Centro Financiero Provincial.
- Reemplazo de aires acondicionados por equipos con nueva tecnología y mayor ratio de eficiencia energética, en aproximadamente 50% de la red de oficinas.

Indicadores de gestión medioambiental

Consumo de electricidad			
	2014	2013	2012
Electricidad consumida (Kwh)	63.868.181,32	61.557.673,25	56.411.818,31
Electricidad consumida por empleado (Kwh)	11.909,0	11.557,96	10.611,70

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

Consumo de papel			
	2014	2013	2012
Total papel consumido (Kg.)	237.862,89	286.989,78	266.213,89
Papel consumido por empleado (Kg.)	44,35	53,88	50,07

Gestión de residuos			
	2014	2013	2012
Toners (Kg)	289,2	374,4	335,6
Papel reciclado (Kg)*	44.284	84.349	50.180*
Aluminio / latas (Kg)*	164	171	192
Plástico (Kg)*	1.681	934	6.289

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

Consumo de agua			
	2014	2013	2012
Total agua consumida (m3)	272.890,49	155.659,85	243.431,69
Agua consumida por empleado (m3)	50,88	29,23	45,79

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

Sensibilización ambiental

Consolidando una cultura de reciclaje y hábitos ecoeficientes entre los empleados, la Institución cuenta con un programa interno de reciclaje que consiste en la disposición de contenedores para la recolección segmentada de desechos de plástico, aluminio y papel, los cuales se encuentran en la planta baja y niveles del estacionamiento del Centro Financiero Provincial. En 2014 se realizaron labores de mejora en los contenedores, con el apoyo de la Recuperadora Fino Fino, responsable de recoger y trasladar los residuos para su reciclaje, contando para ello con personal en rehabilitación social de la Fundación Renacer.

Adicionalmente, cada seis meses se coordina la desincorporación de cajas con documentación no vigente, material que se incluye a los indicadores de gestión de esta iniciativa. Destacar que las ganancias asociadas al reciclaje de papel, aluminio y plástico del programa interno se destinan a la Fundación Renacer.

El Banco también ha seguido donando los cartuchos de tóner a la Fundación Amigos del Niño que Amerita Protección (Fundana), en el marco de su programa "Hasta el último cartucho" y que con la venta de estos residuos a empresas de reciclaje genera ingresos que destina a su gestión, como es brindar ayuda a niños víctimas de maltrato, abandono o negligencia. En 2014 se donó la cantidad de 723 tóneres.

En esta misma línea, en 2014 se organizaron actividades de voluntariado ecológico: Eco Azul (Barquisimeto y Maracaibo) y Eco Navidad (Caracas), detalladas en el capítulo Equipo, apartado Voluntariado y social engagement, de este Informe.

Videoconferencias			
	2014	2013	2012
Videoconferencias	843	570	482
Salas equipadas con videoconferencias	18	18	9
Audiokonferencias	0	0	0
Telepresencias	44	67	76

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

Consumo de combustible			
	2014	2013	2012
Total gasoil consumido (Lt)	73.126	111.306	184.059

Viajes en Avión			
	2014	2013	2012
Tramos menores a 500 Km.	18.414	16.346	172.497
Tramos entre 500 y 1.600 Km.	353.767	269.986	1.539.538
Tramos mayores a 1.600 Km.	3.489.859	7.282.227	3.338.653

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

Viajes en Auto			
	2014	2013	2012
Kilómetros automóviles de directivos	295.073	331.277	324.450
Kilómetros automóviles de empleados	325.378,2	420.824,9	290.077,8

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

Crterios y estándares de la información

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

Con la intención de seguir potenciando su política y gestión en materia de responsabilidad corporativa, BBVA Provincial concreta nuevamente la publicación de su Informe Anual de Banca Responsable, tarea que viene realizando de forma ininterrumpida desde el año 2006. En este Informe se detallan las políticas, programas y principales acciones ejecutadas en el año 2014, labor enmarcada en su compromiso con el desarrollo económico y social del país, prevaleciendo en su elaboración las siguientes directrices:

- Se continuó con la organización de capítulos por temas relevantes, incorporando este año cambios al índice que brindan en mayor medida una visión integral de la gestión realizada en beneficio de los grupos de interés.
- Se mantuvo el diseño con un estilo más directo, con un adecuado equilibrio de información.
- Se incluyen referencias que explican posibles modificaciones en la data suministrada el año anterior, cambios a raíz de alguna mejora o de la adopción de nuevos métodos de cuantificación y medición de tales variables.

En cuanto a la relevancia y materialidad de los contenidos, se presta 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 G3. Destacar que para el Informe de Banca Responsable 2015, la Institución aplicará la nueva guía de reporting GRI versión G4, adaptándose a las mejores prácticas en esta materia.

Bajo criterios de impacto ambiental, este Informe se imprime en tiraje reducido y en papel proveniente de un molino certificado por la *Forest Stewardship Council* (FSC), garantizando 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 www.fundacionbbvaprovincial.com y www.provincial.com.

Referencias básicas y estándares internacionales

Para la elaboración de este Informe, 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 2014 y Objetivos 2015 de la Institución.

Rigor y verificación

BBVA Provincial cuenta con instrumentos para garantizar la calidad y veracidad de la información proporcionada en su Informe de Banca Responsable. La información aquí contenida es suministrada por diferentes áreas del Banco, la cual es verificada y auditada a nivel interno y externo. El área de Responsabilidad Corporativa es responsable de la compilación, revisión y edición de la información, de acuerdo a un modelo corporativo que busca asegurar la calidad, veracidad y 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.	22-24, 40-42

2. Perfil de la organización

2.1 Nombre de la organización.	4
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	30-39
2.3 Estructura operativa de la organización.	7
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	76
2.5 Número de estados en los que opera la organización.	7
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	4-5, 7
2.7 Mercados servidos.	7
2.8 Dimensiones de la organización informante.	4-5, 7
2.9 Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	4-5, 7
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	8

3. Parámetros de la memoria

PERFIL DE LA MEMORIA

3.1 Período cubierto por la información contenida en la memoria.	2-3, 61
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	68
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	61
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	76

ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA

3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	61
3.6 Cobertura de la memoria.	2-3, 61
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura.	2-3, 4, 61
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.	61

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.	61
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.	61
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	2-3,61

ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI

3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	1, 62-64
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.	65-67

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, 7, 10-15
4.2 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	16-21
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).	12, 45
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.	9-15
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.	12-15, 40-42	EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	59-60
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS		AGUA	
4.6 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	40-42	EN8. Captación total de agua por fuentes.	59-60
4.7 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	22-23, 26-31, 55-60	Biodiversidad	
4.8 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	58	EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No material *
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		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.	2-3, 16-21, 28-30	Emisiones, vertidos y residuos	
4.10 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	16-21, 28-29	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.	16-21, 28-29	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.	16-21, 28-29	EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No material *
ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES		EN 20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No material *
Dimensión Económica	Páginas	EN 21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No material *
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN		EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	60
Desempeño económico		EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No material *
EC1. Valor económico generado y distribuido.	24	Productos y servicios	
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	15, 42, 59-60	EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	59-60
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	47-49	EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil categorías de productos.	No material *
Presencia en el mercado		Cumplimiento normativo	
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	53-54	EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	14-15
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	43, 45	Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (2)	
Impacto económico indirecto		INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN	
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.	32-39, 53-54	Empleo	
Dimensión Ambiental (1)		LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo y por contrato.	45
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN		LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados desglosados por grupos de edad y sexo.	45
Materiales		Relaciones Empresa/Trabajadores	
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	59-60	LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo	50-51
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	59-60	LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	50-51
Energía		Salud y Seguridad en el trabajo	
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	59-60	LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	51
		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. 50-51

Formación y Educación

LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado. 44

Diversidad e igualdad de oportunidades

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. 45

LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. 45-46

Dimensión Social: Derechos Humanos: (3)

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN

Prácticas de inversión y aprovisionamientos

HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. 30-31, 40-42

HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia. 53-54

No discriminación

HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas no adoptadas. 14

Libertad de Asociación y convenios colectivos

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. 50

Abolición de la explotación infantil

HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. 15

Prevención del trabajo forzoso y obligatorio

HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. 15

Dimensión Social: Sociedad (4)

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

Comunidad

SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida. 9-11, 16-21

Corrupción

SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. 30, 40

SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización. 30, 43-45

SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción. 32, 34-35, 38-39

Política Pública

SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying". 14

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. 14

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. 32-39

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. 17, 25, 30

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. 17, 25, 30

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. 14

LEYENDA

IA Informe Anual 2014

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 Banca Responsable 2014

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

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE

Revisión Independiente del Informe Anual de Banca Responsable 2014 de Banco Provincial, S.A. Banco Universal

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos del Informe Anual de Banca Responsable (IBR):

1. La adaptación de los contenidos del IBR 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.
2. La información proporcionada sobre los progresos en las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2014.

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 IBR, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

1. Reuniones con el personal del Banco Provincial, S.A. Banco Universal para conocer los principios, sistemas y enfoque de gestión aplicados.
2. Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IBR 2014.
3. Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2014 del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas.
4. 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.

5. Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IBR 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 IBR.
6. Contraste de que el contenido del IBR no contradice ninguna información relevante suministrada por Banco Provincial, S.A. Banco Universal.
7. Análisis de la adaptación de los contenidos del IBR a los recomendados en Guía G3 de GRI.
8. Comprobación de que los indicadores centrales incluidos en el IBR se corresponden con los recomendados por dicho estándar y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
9. Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
10. Comprobación, mediante pruebas de revisión con base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IBR 2014 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:

- a. La preparación del IBR 2014, 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.
- b. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados a nuestra revisión.
- c. 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.
- d. 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.
- e. Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusiones

Derivado de la revisión del contenido e indicadores GRI, consideramos que:

1. No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IBR 2014 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).
2. 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 2014 contenga errores significativos.

3. El reporte cumple con los requisitos descritos en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3).

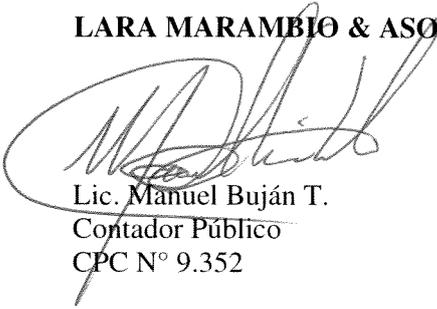
Adicionalmente, hemos observado que se han iniciado con algunas actividades de adaptación e identificación de indicadores bajo GRI versión 4.0 (G4).

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.

1. 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 reforzar la implementación de controles internos.
2. Continuar con la adaptación e implementación de los indicadores de acuerdo a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 4.0 (G4).

LARA MARAMBIO & ASOCIADOS



Lic. Manuel Buján T.
Contador Público
CPC N° 9.352

República Bolivariana de Venezuela, 6 de marzo de 2015

Progresos 2014 y Objetivos 2015

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2014	OBJETIVOS 2015
VISIÓN, MISIÓN Y POLÍTICA	Integración de la política de responsabilidad social corporativa (RSC) en la estrategia general del Banco.	<p>En cuanto a los principios y directrices se parte de la visión de BBVA y se incorporó el concepto de banca responsable como un modo diferencial de hacer banca.</p> <p>Desarrollo del Plan de Negocio Responsable, incluyendo productos de alto impacto social; comunicación transparente, clara y responsable (TCR); y programas educativos para diversos segmentos.</p>	<p>Reforzar las directrices de la política de RSC: Realizar la actividad financiera pensando en las personas. Establecer relaciones equilibradas con sus clientes y con orientación a largo plazo.</p> <p>Avanzar en la integración de nuevas iniciativas que apoyen la inclusión de la RSC en el negocio.</p>
	Gobierno y alcance de la gestión de RSC a través del Comité de Negocio Responsable (antes Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas)	Se realizaron dos Comités, incluyendo temas referentes a diversas áreas de negocio y de apoyo, al análisis de resultados de estudios de opinión externos e internos correspondientes a diversos grupos de interés, y al seguimiento al Plan de Negocio Responsable.	Realizar tres Comités de Negocio Responsable, cuatrimestrales, para impulsar el desarrollo de las líneas de trabajo en esta materia e impulsar la participación de las diferentes áreas del Banco.
MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS	Posicionamiento a nivel local como una de las empresas de referencia en RSC.	<p>Se hizo seguimiento a las diversas líneas de acción desarrolladas por las áreas en materia de RSC, haciendo énfasis en sus resultados, impacto y oportunidades de mejora.</p> <p>Desarrollo del plan de comunicación de RSC.</p>	<p>Difusión periódica, a través de los canales internos, de información relacionada con la gestión y los avances registrados en el marco del Comité de Negocio Responsable.</p> <p>Mantener el plan de comunicación y publicidad.</p>
	Informe Anual de Banca Responsable (antes Informe de Responsabilidad Corporativa), como forma de comunicar a los grupos de interés la gestión desarrollada en esta materia.	<p>Participación en eventos y alianzas con instituciones educativas y organizaciones de desarrollo social de alto impacto.</p> <p>Participación en estudios y premios en materia de responsabilidad corporativa.</p>	<p>Mantener presencia del Banco y su Fundación en eventos de referencia en materia de RSC.</p> <p>Continuar la participación en estudios y encuestas sobre RSC.</p>
		Edición del 8vo Informe de Responsabilidad Corporativa (IARC) 2013, preparado de acuerdo al Global Reporting Initiative - Versión 3.0 (G3)	Edición del 9no. Informe de Banca Responsable 2014, de acuerdo al Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3). Se comenzará a trabajar en el Informe 2015, en base al GRI - G4.
		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.	Revisar con las áreas de negocio y de apoyo la incorporación de nuevos indicadores GRI versión G4.
	Seguir la opinión de los grupos de interés.	Se llevaron a cabo investigaciones cualitativas y cuantitativas para identificar necesidades y expectativas de clientes y no clientes y estudios de reputación: Reptrack.	Continuar con el proceso de consulta y análisis de resultados.

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2014	OBJETIVOS 2015
GESTIÓN RESPONSABLE DE CLIENTES	Comunicación con los diversos grupos de interés.	Realización de la Encuesta de reputación interna a empleados. Difusión del IARC 2013 entre accionistas, empleados y el resto de los grupos de interés, a través de los sitios web del Banco y Fundación, intranet local para empleados, difusión en redes sociales y medios de comunicación.	Continuidad de la política de consulta y comunicación con los empleados. Presentar el Informe de Banca Responsable 2014 en la Asamblea de Accionistas 2015 y mantener la promoción del informe entre el resto de grupos de interés, en apoyo con las áreas de negocio y de servicios centrales.
	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 RSC 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.
	Mejorar el nivel de satisfacción de los clientes.	Se continuó avanzando en el proceso de transformación y crecimiento, mejorando la operativa clave con clientes y los niveles de eficiencia: calidad, así como descongestión de oficinas, para convertirse en un banco digital. Se desarrolló una campaña interna y externa para posicionar la Omnicanalidad, como banco pionero en ofrecer la más amplia gama de canales digitales web y móvil y cerrando el año con un aumento de 24,76% de clientes digitales.	Seguir impulsando los planes estratégicos en calidad de servicio que beneficien a los clientes y con procesos sencillos y eficientes. Potenciar los desarrollos y servicios de la banca digital
		Crecimiento a 239 Zonas Express y 1.990 cajeros automáticos, de los cuales 990 son cajeros multifuncionales.	Avanzar en la modernización de nuevas oficinas e impulsar el uso de las Zonas Express.
		Avances en resultados de disminución del fraude: campañas de comunicación interna sobre el tema y externa a través de redes sociales.	Potenciar la prevención del fraude a través de los canales y campañas comunicacionales, así como avanzar en nuevas mejoras que reduzcan el fraude.
		Se mantiene la figura del Defensor del Cliente y del Usuario Bancario. Se continuó con mejoras en los sistemas de gestión de reclamos a fin de acortar tiempos de respuesta.	Seguir impulsando mejoras en la gestión de reclamaciones y la atención al cliente.
		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 www.mispagosprovincial.com .	Optimización de procesos con la modernización de operaciones.
		Se mantuvo la información oportuna al cliente a través del Provitexto Alertas / Alertas SMS.	Mantener la gestión en esta materia.

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2014	OBJETIVOS 2015
FINANZAS RESPONSABLES Y RIESGOS SOCIALES, AMBIENTALES Y REPUTACIONALES	Mejorar la accesibilidad de los servicios financieros a todos los colectivos.	<p>Se incrementó el registro de operaciones gestionadas por Workflow (sistema de digitalización de documentos).</p> <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>Se reforzaron las aplicaciones nativas de Provinet Móvil para los dispositivos Blackberry y Android, homologando la aplicación para el Ipad, ofreciendo 50 funcionalidades de fácil uso y rápido acceso. Para el resto de los dispositivos móviles, se mantiene el servicio web browsing que ofrece las mismas funcionalidades.</p> <p>Se mantienen los estándares de seguridad en el resguardo de los datos del cliente, con medidas como es el uso de la tarjeta de coordenadas y la clave digital para nuevas operaciones.</p>	<p>Continuidad en la automatización y mejoras en los procesos de las oficinas.</p> <p>Continuar automatizando y mejorando los procesos, con nuevas funcionalidades en los canales electrónicos no presenciales</p> <p>Mejorar y ampliar servicios de acceso a Provinet para los distintos canales</p> <p>Seguir invirtiendo en los canales electrónicos, para facilitar la gestión de actualización de datos y la seguridad de los clientes.</p>
	Desarrollar productos y servicios para colectivos con necesidades especiales.	<p>Se incorporaron nuevas empresas e instituciones a www.mispagosprovincial.com, para un total de 343 empresas afiliadas y representativas de 22 sectores de la economía.</p> <p>Continuidad en sistema biométrico a través de los cajeros multiexpress, para el cobro de las pensiones.</p> <p>Mantenimiento del puesto de atención integral para personas con discapacidad, de la tercera edad y mujeres embarazadas, así como la formación del personal de la red de oficinas en la calidad de servicio.</p>	<p>Promover la relación con clientes actuales o potenciales en diversos segmentos de valor.</p> <p>Desarrollar otras iniciativas que abarquen otros colectivos.</p> <p>Mantener e incrementar este servicio en nuevas oficinas.</p>
	Mejorar el modelo para la prevención y control de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo (LC/FT).	<p>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".</p>	<p>Continuar el proceso de formación con especial énfasis en los empleados que laboran en áreas sensibles al riesgo de LC/FT.</p>

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2014	OBJETIVOS 2015
INCLUSIÓN FINANCIERA	Gestión del riesgo	Alineación con la política global de riesgos y formación de los equipos de las áreas de Riesgos, con actividades de formación y desarrollo de herramientas para la identificación y administración de los riesgos.	Mantener los criterios de concesión responsable del crédito, gestión de riesgos reputacionales y medioambientales, 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.	Seguir trabajando en el enfoque de soluciones adaptadas a las diferentes necesidades de los clientes, creando propuestas de valor innovadoras que optimizan la calidad de servicio.
EQUIPO	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 2014, ocupando la novena posición en el Ranking de las 15 empresas más destacadas.	Continuar la aplicación de la encuesta de clima laboral a nivel corporativo. Participación en el premio Great Place To Work 2015.
	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.	Promoción del autodesarrollo y la especialización, con 112.832 horas de formación on line y 111.275 horas de formación presencial. Se mantiene el 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, así como chequeos médicos para toda la plantilla.	Seguir siendo referentes en beneficios sociales y mantener iniciativas de mejora profesional, con planes de formación y mapas de trayectoria profesional. Continuar implementando iniciativas de mejora personal: evaluaciones médicas, beneficios sociales, deportivos y recreativos para el empleado y su familia.
	Proceso de homologación de los proveedores.	Actualización de 61 nuevos proveedores homologados. Actualmente se dispone de 261 proveedores con su respectiva homologación, conservando los procesos necesarios para la ampliación de dicho registro, brindando más alternativas y transparencia a esta operativa.	Mantener el registro de proveedores confiables que permitan impulsar la gestión, acreditando su adecuación a los estándares de calidad.
PROVEEDORES	Gestión outsourcing.	Se cuenta con un modelo de contratación y seguimiento de las empresas outsourcing, para una gestión del servicio que prestan los proveedores, su evaluación y control de los pagos.	Proseguir con los avances en este tema.

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2014	OBJETIVOS 2015
SOCIEDAD	Herramientas de gestión y aprovisionamiento.	Se mantiene la herramienta Adquira, estableciendo los criterios necesarios para generar adjudicaciones de forma eficiente y transparente, obteniendo el mejor costo y calidad con un resultado de 590 adjudicaciones y 453 adjudicaciones electrónicas.	Promover la aplicación de las políticas en las adjudicaciones otorgadas a través del uso de la herramienta Adquira.
	Continuidad del Programa Becas de Integración.	Se mantuvo el beneficio de la beca a 4.500 estudiantes. En el período escolar 2013- 2014 se graduaron 800 alumnos, el 97,38% aprobó sus estudios y 86,87% asistió regularmente a clases.	Fomentar el estímulo a los colegios y a los estudiantes en la consecución de sus estudios, manteniendo las acciones en la promoción de valores, actividades de emprendimiento y educación financiera.
	Continuidad del Programa Papagayo.	Se amplió el alcance del programa a través de un concurso on line, dirigido a maestros de 5to. y 6to. grado de educación primaria, realizando el taller de formación a través de una plataforma e-learning y participando en el concurso con un libro de creaciones literarias escrito por sus alumnos. Se formaron 212 docentes y se beneficiaron 6.572 estudiantes.	Mantener y reforzar la formación en valores, la promoción de la lectura y escritura creativa en docentes y estudiantes venezolanos.
	Programa de Emprendimiento Social.	Se mejoró el sistema de premiación para los ganadores del Concurso de Creación Literaria: estudiantes, docentes y escuelas a nivel nacional. Se continuó desarrollando la Cátedra de Emprendimiento Social entre la Fundación BBVA Provincial y la Universidad Católica Andrés Bello, beneficiando a 1.195 estudiantes, profesionales, emprendedores comunitarios y microempresarios Se desarrolló la 2da. edición del concurso de emprendimiento para jóvenes Actíivate y Emprende, con la participación de 262 jóvenes.	Promover la cultura del mérito para los escolares y docentes destacados. Continuidad de becas para estudios de bachillerato a los ganadores a nivel nacional y sistema de premiación general. Ampliar el alcance de la formación en emprendimiento social a un mayor número de jóvenes y microempresarios, con formación presencial y on line. Reforzar el apoyo a jóvenes emprendedores con formación y capital semilla

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2014	OBJETIVOS 2015
	Educación Financiera.	Se amplió la base de beneficiarios que recibieron educación financiera, se mantuvo el portal "Adelante con tu futuro", con información para diferentes colectivos y actividades lúdicas para niños y jóvenes. Se desarrollaron cápsulas para radio y redes sociales y se incorporó este componente en los talleres para emprendedores y pymes.	Continuar impulsando la educación financiera en la sociedad, mediante contenidos informativos, así como acciones comunicacionales y formación especial para clientes y no clientes y los segmentos: joven y pymes.
	Voluntariado Corporativo.	En 2014 un total 866 empleados de forma voluntaria y activa se involucraron en diferentes acciones en materia de labor social, voluntariado ecológico y educación financiera a las comunidades.	Desarrollar iniciativas que promuevan la participación de los empleados en actividades y programas de educación financiera, labor social y medioambiente.
	Mejorar la valoración de los impactos de las políticas de compromiso con la sociedad, a través de las actividades culturales y sociales.	Se presentaron dos exposiciones, generando alianzas con destacadas instituciones, permitiendo la itinerancia de las muestras a otros espacios fuera de la Fundación. Se otorgaron aportes a instituciones que desarrollan programas de alto impacto social y sostenibles, en materia de educación, cultura, salud y asistencia social. Se editó el libro infantil "Lo que escriben los niños IV" como parte de los resultados del Programa Papagayo y su aporte a la educación y la promoción de valores.	Continuar con los proyectos expositivos y potenciar las actividades complementarias, así como la promoción interna y externa. Realizar aportes sociales y patrocinios que favorezcan a la sociedad, apoyando a instituciones de reconocida trayectoria. 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 promoción a través de las redes sociales.
	Reducir los impactos ambientales directos.	Se mantuvieron campañas de comunicación y sensibilización a la plantilla en materia de reducción del consumo de recursos y conservación del medioambiente. Continuidad del programa interno de reciclaje, impulsando la recolección y reciclaje de residuos entre los empleados.	Proseguir con mejoras en los sistemas de medición e implementación de medidas de ahorro efectivas. Impulsar resultados positivos a través de este programa.







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
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
Páginas 74, 75: Rafael Díaz.
Pág. 76: Maite Fernández.

Archivo fotográfico de BBVA Provincial
Páginas: 8, 29, 36, 44, 47, 52, 56, 57, 59.

Banco de imágenes de BBVA
Páginas: 10, 13, 15, 17, 18, 26, 27, 28, 31, 35, 37, 38, 39, 41, 43, 46, 48, 53, 58, 59.

Fotógrafos
Abigail Machado: Pág. 2.
Automático, S.C.: Págs. 57, 58.
Carlos Vonder Heydee: Pág. 29.

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.

