

# Informe de Banca Responsable 2015





# Índice

## **Deloitte.**

- 2** Carta del Presidente
- 5** Estructura Directiva
- 6** Perfil de BBVA Provincial
- 11** Visión, misión y política
- 14** Sistemas de gobierno
- 18** Materialidad y diálogo con grupos de interés
- 23** Impacto en la sociedad
- 26** Prioridad 1: Comunicación TCR
- 27** Prioridad 2: Educación financiera
- 29** Prioridad 3: Productos de alto impacto social
- 32** Gestión responsable de clientes
- 40** Riesgos sociales, ambientales y reputacionales
- 43** Equipo
- 52** Proveedores
- 54** Sociedad
- 59** Criterios y estándares de la información
- 60** Indicadores GRI
- 68** Informe de revisión independiente
- 71** Progresos 2015 y objetivos 2016

# Carta del Presidente



En 2015 continuamos potenciando una relación equilibrada y de confianza con nuestros grupos de interés, bajo nuevas formas de relación enmarcadas en la era digital, lo que impulsa al equipo de BBVA Provincial a trabajar y unir esfuerzos en torno a un objetivo común: convertirnos en referente y líderes de la **banca digital** en Venezuela. De esta manera, hemos seguido avanzando en la estrategia de transformación, respaldada en una plataforma tecnológica innovadora y de primer nivel, enfocados en crear nuevos modelos de distribución, procesos y productos que mejoren la experiencia del cliente.

Nuestra política de inversión en áreas clave para generar negocio responsable y rentable, aplicando estrategias de optimización de recursos para mantener los índices de eficiencia, ha permitido desarrollar diversos proyectos e iniciativas, entre ellos, celebramos el lanzamiento de "Dinero Móvil" y "Provinet Empresa Móvil", en los que la innovación, la inversión en tecnología y la calidad de servicio son variables relevantes. Productos que ponen a disposición de nuestros clientes una gran variedad de servicios financieros de una forma sencilla, transparente, accesible, rápida, en cualquier momento y desde cualquier dispositivo.

Estamos conscientes que los bancos necesitamos cambiar muy rápido y nosotros lo estamos haciendo. Así lo demuestran cada una de las decisiones y acciones emprendidas en este último ejercicio, orientadas a mejorar nuestro potencial de crecimiento y, en todo momento, situando a las personas en el centro del negocio. Fortaleciendo así nuestro modelo de **banca responsable**, basado en una rentabilidad ajustada a principios, en las buenas prácticas y en la creación de valor a largo plazo para todos nuestros grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores, entes reguladores y sociedad).

El estricto apego a la ética y la transparencia en todos los ámbitos del negocio, así como la capacidad de adaptación a las circunstancias del entorno, la prudencia en la toma de decisiones y prevención de los riesgos son la clave del éxito de la institución.

Una gran noticia para todo el Grupo BBVA fue en 2015 la creación del área corporativa de Responsible Business, convirtiéndonos

en el primer banco del mundo en integrar la visión de responsabilidad corporativa en el propio *core business* y en toda la cadena de valor, considerando las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, sobre derechos humanos y de los grupos de interés en la actividad diaria y en las relaciones con ellos.

De esta manera, también potenciamos nuestro Plan de Negocio Responsable y concretamos claros avances en torno a sus tres líneas estratégicas: haciendo nuestras comunicaciones cada vez más transparentes, claras y responsables (TCR) y así facilitar la toma de decisiones financieras a los clientes; estableciendo la educación financiera como principal eje de actuación de nuestros programas sociales; y, desarrollando productos de alto impacto social, que incidan en mayor medida en el progreso económico y bienestar de las comunidades en donde estamos presentes.

Como parte de esta labor, ha sido relevante la presentación de la plataforma "Camino al Éxito" como parte del plan integral de formación y financiación para pequeñas y medianas empresas, importante sector de la economía nacional. Una plataforma que ofrece cursos on line, crea redes y comunidades que fomentan oportunidades de negocio y facilita el acceso a soluciones de financiamiento adaptadas a las necesidades de cada cliente. Esta iniciativa de formación para pymes que iniciamos en 2014, con colaboración del Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) y con el apoyo de la Fundación BBVA Provincial, reitera nuestro creciente y rotundo apoyo a este sector.

Asimismo, hemos afianzado la labor ejecutada a través de nuestros programas educativos: Becas de Integración, Papagayo, Cátedra de Emprendimiento Social y Educación Financiera, logrando en el último ejercicio sumar 25.300 nuevos beneficiarios. Reiterando que la educación es uno de nuestros ejes clave de acción, entendiendo que es el principal motor para un progreso económico y social sostenible.

Compromisos que asumimos y que se ven claramente plasmados en este Informe de Banca Responsable, auditado por Deloitte y elaborado bajo las directrices internacionales del Global Reporting Initiative (GRI), que en esta oportunidad evoluciona a la versión

G4 Sustainability Reporting Guidelines, manteniéndonos a la vanguardia en materia de sostenibilidad y ampliando las tareas de reporte y monitoreo de las diferentes acciones e iniciativas que llevamos adelante en torno a nuestro modelo de banca responsable y a la política de responsabilidad social corporativa. Logrando canalizar en el año 2015 una inversión social voluntaria que ascendió a Bs. 127.592.378,05, gestionada bajo los más estrictos principios de integridad, prudencia y transparencia.

Pero ante todo, creo necesario destacar la valiosa y activa participación de nuestro equipo, profesionales que con su talento son quienes día a día impulsan una cultura de compromiso social, así como los principios y valores que nos definen, siendo los principales artífices de la generación de valor en la empresa. Son ellos quienes además han hecho de BBVA Provincial el Mejor Banco para Trabajar en Venezuela, reconocimiento otorgado por la organización Great Place to Work® por cuarto año consecutivo, demostrando que "empleados comprometidos y orgullosos" es un pilar clave sobre el que articulamos la estrategia de negocio responsable y que sustenta el éxito de nuestra gestión.



**Pedro Rodríguez Serrano**  
Presidente Ejecutivo



BBVA Provincial

BBVA Provincial

BBVA Provincial

BBVA

BBVA

# Estructura Directiva

## Consejo de Administración

### Directores Principales

León Henrique Cottin

Presidente

Ignacio Lacasta

Vicepresidente

Pedro Rodríguez Serrano

Presidente Ejecutivo

Donald T. Devost

Ignacio Rojas-Marcos

Omar Bello Rodríguez

Pedro María Ricondo Ajá

### Directores Suplentes

Salvador Scotti Mata

Francisco Javier Salas Domínguez

José Manuel Doiztúa García

Aura Marina Kolster

José Conejero Alcázar

Claudio Mastrángelo

Juan Quera Font

## Administración Ejecutiva

Pedro Rodríguez Serrano

Presidencia Ejecutiva

Matilde Leirós

Vicepresidencia Ejecutiva Banca Comercial

Ana Maribel De Castro

Vicepresidencia Ejecutiva Business Development & Digital Banking

Francys Rugeles

Vicepresidencia Ejecutiva Corporate & Investment Banking

Rodrigo Egui Stolck

Vicepresidencia Ejecutiva Servicios Jurídicos

Valdemar Precilla

Vicepresidencia Ejecutiva Riesgos

María Aguirre

Vicepresidencia Ejecutiva Gestión del Talento y Protección

Esther Dafaue

Vicepresidencia Ejecutiva Financiera

Daniel Planas

Vicepresidencia Ejecutiva Engineering

Guillermo Sibada

Auditoría Interna

---

## Comisarios

José Fornos

Principal

José Norberto Da Silva Paz

Principal

Carlos Alfonzo M.

Suplente

Miguel Prato

Suplente

## Audidores Externos

Lara Marambio & Asociados

Firma miembro de Deloitte

# Perfil de BBVA Provincial

Su visión de negocio se basa en los principios, las personas y la innovación.

Posicionarse como principal referente de la banca digital en Venezuela es un objetivo clave para BBVA Provincial, una meta que es impulsada por todo su equipo de profesionales en el marco de una estrategia de transformación que logró asentar claros avances en 2015. Y es que la constante necesidad de evolucionar es una variable que describe a esta institución, la cual suma 62 años de trayectoria (fundada en 1953 como Banco Provincial y primera en convertirse en Banco Universal en el país) y que desde el año 1997 pasa a formar parte de uno de los principales grupos financieros internacionales, como lo es BBVA (con una participación de 55,21% de las acciones comunes del banco).

Contando con el respaldo de una plataforma tecnológica innovadora y de primer nivel, BBVA Provincial ofrece productos y servicios novedosos y únicos en el mercado local que imprimen mayor sencillez, agilidad, transparencia y seguridad a la relación con los clientes y usuarios, desarrollando nuevos modelos de distribución, procesos y soluciones digitales que impulsan el crecimiento y que en todo momento sitúan a las personas en el centro de su actividad. Siempre comprometido en facilitar herramientas que permitan un

manejo más eficiente de las finanzas, contribuyendo al progreso económico y, de esta manera, al bienestar social.

Una gestión que se ve sustentada en la ética, talento y vocación de servicio de 5.233 profesionales, quienes trabajan permanentemente en construir relaciones sólidas, equilibradas y de confianza con sus diferentes grupos de interés (clientes, empleados, proveedores, accionistas, entes reguladores y la sociedad), quienes han asumido el reto de hacer banca de un modo diferente, aplicando un modelo de banca responsable y del cual se desprende su Plan de Negocio Responsable. Un modelo basado en la rentabilidad ajustada a principios, ubicando a las personas en el centro del negocio y teniendo como directrices la generación de valor y el desarrollo sostenible.

En resumen, la estrategia de BBVA Provincial se basa en los principios, las personas y la innovación, lo que en 2015 se vio materializado en múltiples iniciativas y proyectos que una vez más le han hecho merecedor de diversos reconocimientos nacionales e internacionales, así como de lo más importante: la confianza de sus clientes.

## Líneas estratégicas de la institución





## BBVA Provincial Datos Relevantes

Balance General (en millones Bs.)	Diciembre 2015	Diciembre 2014	Diciembre 2013
Activo Total	569.443,0	306.289,9	197.254,4
Inversiones en Títulos Valores	81.391,4	57.828,7	44.769,3
Cartera de Créditos Neta	302.395,0	149.149,6	89.453,7
Captaciones del Público	490.580,0	259.988,3	168.159,5
Patrimonio	43.841,2	26.396,9	17.839,3
Estado de Resultados (en millones de Bs.)	Diciembre 2015	Diciembre 2014	Diciembre 2013
Margen Financiero Bruto	45.557,2	22.250,2	13.483,0
Margen de Intermediación Financiera	48.179,8	23.913,9	16.445,8
Margen Operativo Bruto	29.057,1	14.367,8	10.755,0
Margen Operativo Neto	26.203,9	13.450,2	9.639,4
Resultado Bruto antes de Impuesto	26.132,6	13.416,0	9.615,9
Resultado Neto	17.151,5	12.759,2	9.129,1
La Acción Provincial	Diciembre 2015	Diciembre 2014	Diciembre 2013
Precio de Cierre (Bs./Acción)	4.200	1.100,00	720,00
Valor Contable (Bs./Acción)	406,59	244,8	165,4
N° de Acciones en Circulación	107.827.475	107.827.475	107.827.475
Capitalización Bursátil (MM de Bs.)	452.875,4	118.610,2	77.635,8
N° de Accionistas Comunes	4.251	4.270	4.308
Utilidad por Acción <sup>(1)</sup> (Bs./Acción)	159,06	67,53	54,16
Índices de Rentabilidad, Liquidez, Solvencia Bancaria y Calidad de Activos <sup>(2)</sup>	Diciembre 2015	Diciembre 2014	Diciembre 2013
ROE (Resultado Neto / Patrimonio Promedio)	50,14%	61,02%	65,74%
ROA (Resultado Neto / Activo Promedio)	4,17%	5,38%	6,40%
Índices de Suficiencia Patrimonial	Diciembre 2015	Diciembre 2014	Diciembre 2013
Patrimonio / Activo y Operaciones Contingentes ponderadas en base a Riesgo (mínimo requerido 12%)	13,86%	18,50%	20,63%
Patrimonio / Activo Total (mínimo requerido 9% desde 31/12/13)	11,07%	10,02%	10,69%
Otros Datos	Diciembre 2015	Diciembre 2014	Diciembre 2013
Número de empleados <sup>(3)</sup>	5.233	5.363	5.326
Número de Oficinas	333	330	322
Área Metropolitana	116	114	113
Resto del país	216	215	208
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 31/12/2015.

Nota: Los datos de Estado de Resultados se expresan de forma anual, por lo que las cifras de los años 2014 y 2013 han sido ajustadas.

Alcance: BBVA Provincial.

# Principales hitos de 2015

Tres grandes hitos definen brevemente los temas clave en que se centró la gestión de la institución en este ejercicio, orientados a fortalecer su estrategia de negocio y su posicionamiento como banca digital y entidad financiera responsable.

**H1:** Relación equilibrada y de confianza con el cliente, evolucionando permanente en innovación para acompañarlo en el proceso de digitalización, ofreciendo productos y servicios de vanguardia por medio de soluciones tecnológicas más allá de los servicios bancarios tradicionales, de una forma ágil y accesible mejorando la experiencia de más de 2,3 millones de clientes digitales de manera fácil, cómoda y sencilla.

**H2:** Consolidación del modelo de banca responsable, ayudando al cliente a tomar las mejores decisiones por medio de una comunicación transparente, clara y responsable (TCR) e impulsando la educación financiera en el ámbito interno y externo, y en contacto con la sociedad a través de programas educativos, culturales y de apoyo social, que se traduzcan en

mejores oportunidades para transformar la vida de miles de personas.

**H3:** Promoción del talento, por medio de planes de desarrollo y formación, calidad de vida, crecimiento personal y profesional, compensación y estabilidad, que generan orgullo de pertenencia y actitudes positivas en el equipo, que a su vez son generadoras de reputación externa y como consecuencia de negocio.

## Indicadores clave de banca responsable

El modelo de negocio de banca responsable se sustenta en las buenas prácticas, en la generación de valor y el desarrollo sostenible, tal y como se ve reflejado en los indicadores más relevantes de responsabilidad corporativa que arrojó el banco a cierre de 2015 y que integran tanto aspectos financieros, gestión de capital humano, sociales, medioambientales y de gobernanza.

### Indicadores clave de responsabilidad corporativa

	2015	2014	2013
<b>ECONÓMICOS</b>			
Beneficio por acción (MM de Bs.) <sup>(1)</sup>	159,06	67,53	54,16
Capitalización Bursátil (MM de Bs.)	452.875	118.610	77.636
Valor Directo Tangible (MM de Bs.)	56.451	25.667	15.870
<b>CAPITAL HUMANO</b>			
Empleados	5.233	5.363	5.326
Índice de satisfacción de empleados (%) <sup>(2)</sup>	n.d	82,1	n.d.
Relación mujeres /hombres en puestos directivos (Comité de Dirección y Directores Corporativos) (%)	44,4 / 55,6	42,86 / 57,14	22,22 / 77,78
Diversidad hombre y mujeres (%)	34,71 / 65,29	34,91 / 65,09	34,96 / 65,04
Horas de formación por empleado	17,6	18,8	20,8
<b>SOCIALES</b>			
Recursos destinados a compromiso con la sociedad (MM de Bs)	127.592	91.290,6	51.133
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre el beneficio atribuido (%)	1	1	1
N° de beneficiarios por programas de educación para la sociedad <sup>(3)</sup>	19.888	19.507	18.386
N° de beneficiarios del programa educación financiera <sup>(4)</sup>	5.412	5.192	1.272
<b>MEDIOAMBIENTALES</b>			
Energía directa consumida por empleado (Kwh.)	11.495,94	11.909,04	11.558
Consumo de papel por empleado (kg)	35,29	44,35	53,88
Consumo de agua por empleado (m <sup>3</sup> )	46,08	50,88	29,23
<b>GESTIÓN Y GOBIERNO DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA</b>			
N° de Comités de Negocio Responsable	2	2	3

(1) Neta de Utilidades Estatutarias

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

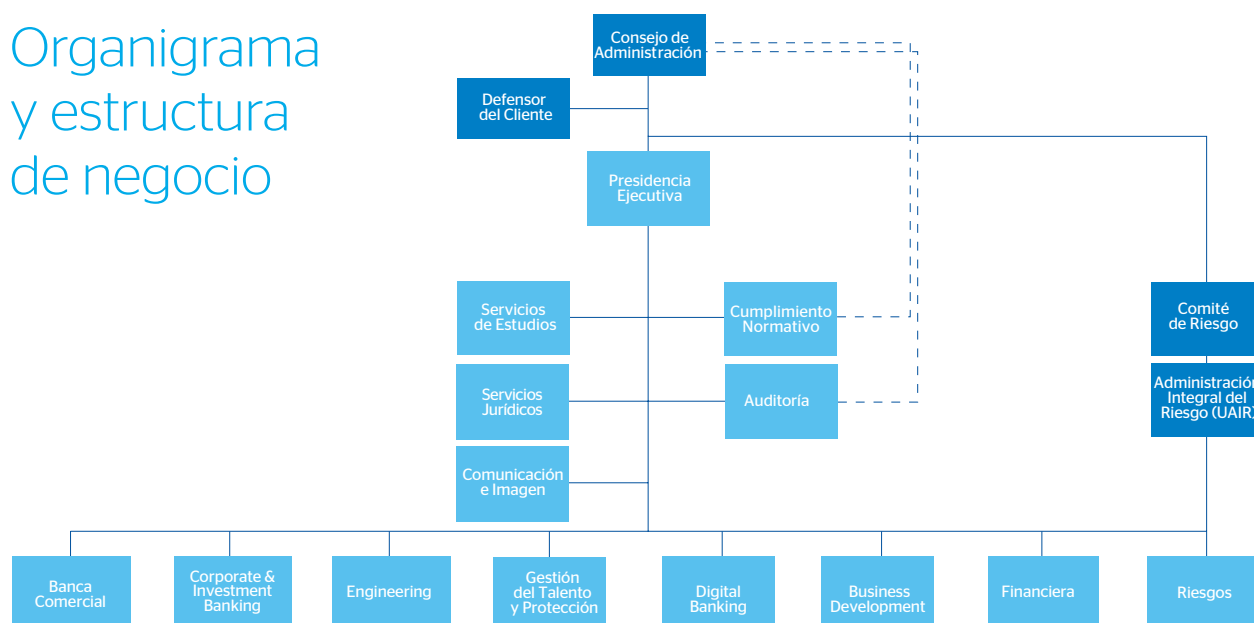
(3) Incluye beneficiarios de educación para la sociedad: Programa Becas de Integración, Programa Papagayo, Ruta BBVA, Programa Editorial y Programa Expositivo. Detalles en el capítulo Sociedad.

(4) Incluye beneficiarios de educación para los negocios: pymes y emprendimiento. Detalles en el capítulo Prioridad 2: Educación Financiera.

Nota: Se corrige la cantidad real de beneficiarios del Programa de Educación Financiera para los años 2014 y 2013.

Alcance: BBVA Provincial.

# Organigrama y estructura de negocio



## Banca Minorista

BBVA Provincial pone a disposición de clientes y usuarios 315 oficinas, 2.045 cajeros automáticos y 61.109 puntos de venta en todo el territorio nacional, además de una sucursal en el exterior, dando continuidad en 2015 al proceso de remodelación, modernización y ampliación de su red comercial. En este ejercicio se celebró la apertura de las oficinas Ciudad Bolívar II y Boleíta Norte.

Gerencia Territorial	Número de Oficinas Comerciales
Aragua Los Llanos	18
Barinas - Valera	18
Barquisimeto	20
Bolívar	16
Carabobo	25
Costa Oriental - Falcón	20
Gran Caracas	26
Lara - Poblaciones	19
La Castellana	27
La Pelota	23
Maracaibo	17
Mérida	18
Miranda	19
Oriente	17
Parque Humboldt	17
San Cristóbal	14
<b>Oficinas a nivel nacional</b>	<b>315</b>

Alcance: BBVA Provincial.

## Banca de Empresas e Instituciones (BEI)

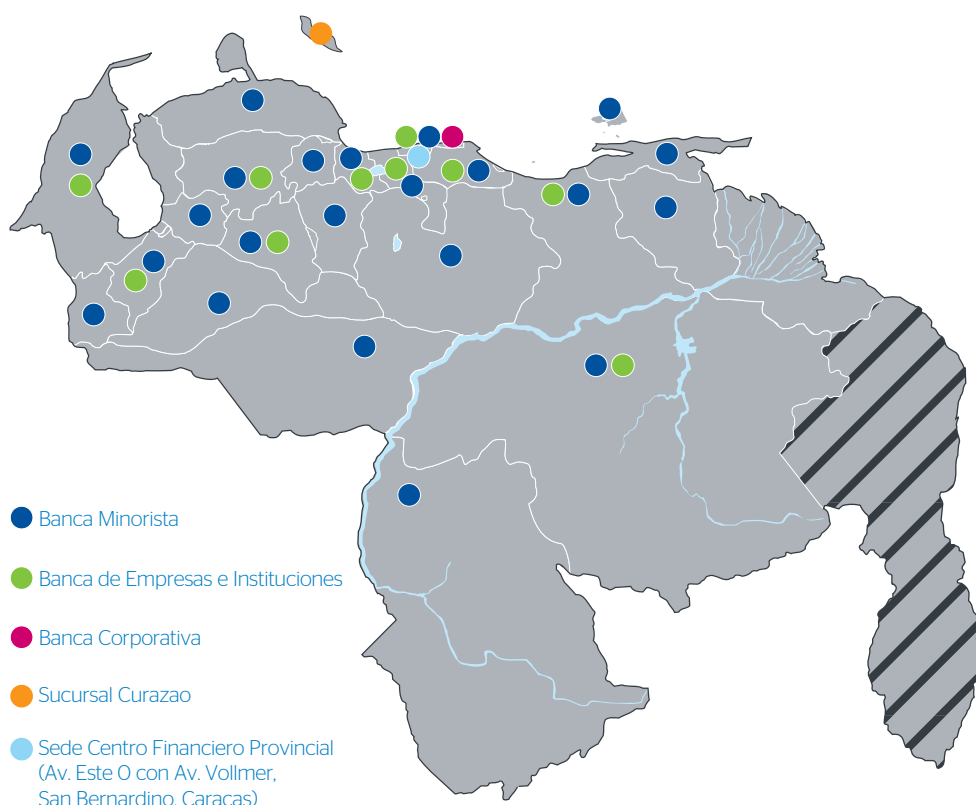
Para la atención de este importante segmento, la institución cuenta con 16 oficinas especializadas y un portafolio de productos y servicios adaptado a los requerimientos de los diferentes sectores productivos, contando con un capacitado equipo de profesionales y una plataforma tecnológica de primera.

Estado	Número de Oficinas BEI
Aragua Los Llanos	1
Barcelona	1
Barquisimeto	1
Bolívar	1
Carabobo	1
Distrito Capital	3
Mérida	1
Miranda	5
Portuguesa	1
Zulia	1
<b>Oficinas a nivel nacional</b>	<b>16</b>

Alcance: BBVA Provincial.

## Corporate & Investment Banking

Multinacionales con operaciones en diferentes países, empresas con alianzas estratégicas con el Grupo BBVA y clientes corporativos con facturaciones dentro y fuera del territorio nacional o con negocios estratégicos que requieran asesoría especializada en esta área, cuentan con el apoyo, experiencia y atención de la oficina de Banca Corporativa Global de BBVA Provincial, ubicada en la ciudad de Caracas.



La información detallada sobre la red de oficinas de BBVA Provincial se encuentra disponible en [www.provincial.com](http://www.provincial.com)

## Premios y reconocimientos

### Mejor banco en Venezuela 2015, revista Global Finance:

destacando el alcance de objetivos en un entorno macroeconómico complejo, prevaleciendo la rentabilidad de negocio junto a una gestión centrada en el cliente, por noveno año consecutivo la institución recibe este premio como parte de los "Mejores Bancos del Mundo en Mercados Emergentes de América Latina".

### Mejor proveedor de servicios de Cash Management en

**Venezuela, revista Euromoney:** contando con el aval de los ejecutivos de finanzas de las empresas e instituciones más relevantes que participan en la encuesta anual que realiza esta prestigiosa publicación, por cuarto año consecutivo la entidad destaca como proveedor de servicios en este segmento.

### Top 100 companies 2015, revista Business Venezuela:

luego de ponderar exhaustivamente aspectos tales como política fiscal, intercambio comercial Venezuela - EE.UU., capital e inversiones, el banco ocupó la posición número 2 del ranking entre un total de 471 empresas evaluadas.

### Great Place to Work® Ranking 2015:

valorado en gran medida por BBVA Provincial al ser un reconocimiento que se otorga a partir de la evaluación de sus propios empleados, por tercer año consecutivo, fue seleccionado como uno de los mejores lugares para trabajar en Venezuela, ocupando la tercera posición en el ranking general y primer banco de esta lista.

**100 gerentes más exitosos de 2015, revista Gerente:** María Elisa Fossi, directora de Recursos Humanos, y Tadeo Williams, gerente Territorial Carabobo, forman parte de este prestigioso listado de profesionales que destacan por sus logros. Fossi es una de las siete gerentes más exitosos en el área de gestión del capital humano y Williams está entre los mejores gerentes en la categoría de ventas.

## Progresos 2015 y objetivos 2016

En torno a los asuntos más relevantes para la institución, tales como principios y política de responsabilidad corporativa, grupos de interés, gestión responsable del cliente, finanzas responsables, inclusión financiera, recursos humanos, compras responsables, medioambiente y compromiso con la sociedad, se detallan los avances concretados en el recién ejercicio y los objetivos planteados en 2016, información disponible en las páginas 71 - 76 de este Informe.

# Visión, misión y política

Todo un equipo dedicado en hacerle la vida más sencilla a las personas.

## Visión y misión

Dos características que definen el diario actuar de los más de cinco mil profesionales que hacen de BBVA Provincial un referente del sistema financiero venezolano, son la sencillez, en cuanto a la agilidad, cercanía, accesibilidad y claridad con que realizan su actividad; y la responsabilidad, al estar orientados a la construcción de relaciones equilibradas, a largo plazo y basadas en la confianza, así como en contribuir con el desarrollo y bienestar de toda la sociedad. Lo que reafirma un objetivo común y que impulsa sus esfuerzos, como es “trabajar por un futuro mejor para las personas” y que se ve materializado en la entrega de los mejores productos y servicios bancarios.

Lo anterior refleja claramente uno de los principales pilares de la visión y estrategia de negocio de la institución, las personas. Y al

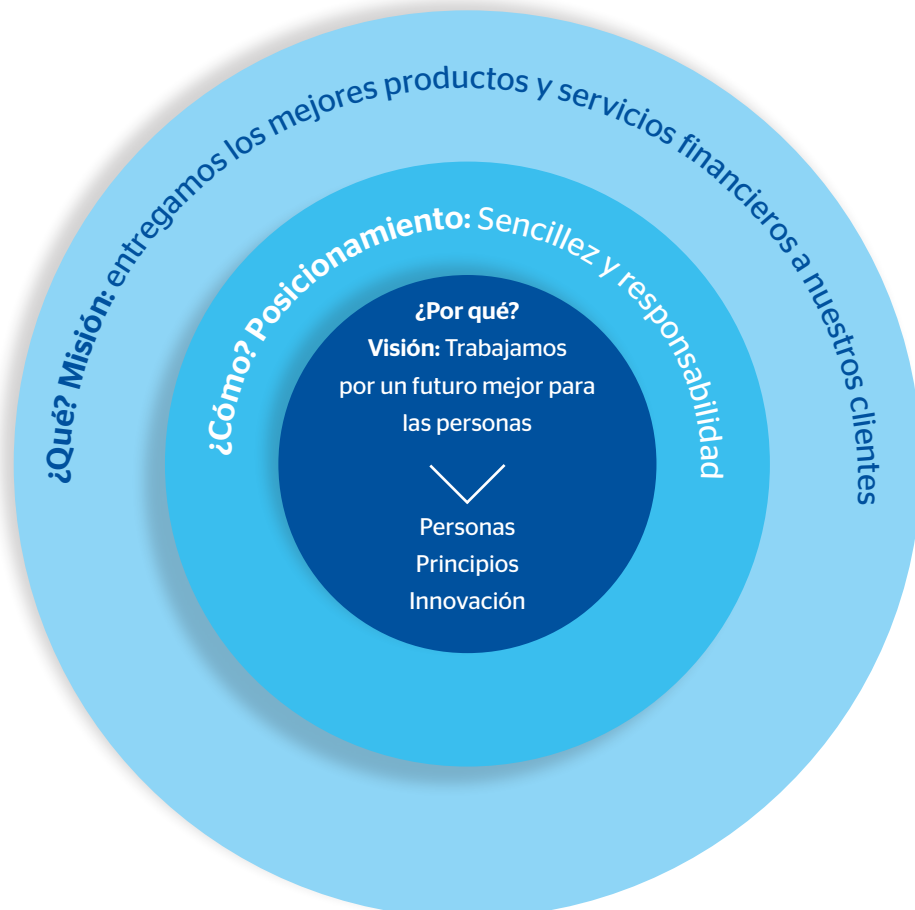
sumar los principios y la innovación como fundamentos de su gestión, dan como resultado un modo diferente de hacer banca y que en BBVA se ha definido como banca responsable. Un modelo que está basado en una rentabilidad ajustada en estos tres principios:

Principio 1: **Integridad**, como manifestación de la ética en sus actuaciones y en todas las relaciones con los grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores, entes reguladores y la sociedad).

Principio 2: **Prudencia**, como principio de precaución en la gestión del riesgo.

Principio 3: **Transparencia**, como máxima de toda la actividad para ofrecer acceso a información clara y veraz, más allá de la estricta legalidad.

Para BBVA Provincial el desarrollo de su negocio está estrechamente vinculado al bienestar de





Oficina Las Mercedes

todas las personas con las que se relaciona y que rodean su actividad, por ello, sitúa a las personas en el centro de su negocio.

## Política de responsabilidad social corporativa (RSC)

Su modelo de banca responsable ya establece claramente el sitio que concede la institución a su política de responsabilidad social corporativa, la cual tiene como principales objetivos maximizar la creación de valor sostenible y compartido para todos sus grupos de interés, prevenir y mitigar en todo momento cualquier posible impacto negativo asociado a su gestión, desarrollar su actividad de forma responsable y bajo los mayores estándares éticos, incidiendo favorablemente en la reputación del banco.

Se trata de una política que refuerza y eleva en mayor medida la visión de "trabajar por un futuro mejor para las personas", ya que con ella se busca impulsar el progreso y bienestar de los diferentes actores de la sociedad. Integrando las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, sobre derechos humanos y de los grupos de interés en el negocio y actividad diaria.

La política de responsabilidad social corporativa establece las directrices que guían la actuación de todo su equipo de profesionales, expresadas en los siguientes enunciados:

- Realizar su actividad financiera pensando en las personas.
- Establecer relaciones equilibradas con los clientes y con orientación a largo plazo.
- Ayudar a que los clientes tomen siempre decisiones informadas a través de una comunicación transparente, clara y responsable y de educación financiera.
- Ofrecer productos y servicios de alto impacto social, adaptados a las necesidades de los clientes y su entorno.

- Promover la inclusión financiera y el acceso responsable a los servicios financieros.
- Impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre los empleados.
- Apoyar al desarrollo de las sociedades a través de la actividad financiera, y de los programas sociales con foco en la educación y el conocimiento.

## Gobierno y alcance

Esta política corporativa fue actualizada en 2014 y aprobada por el Consejo de Administración de BBVA de acuerdo a su Reglamento, como órgano responsable de esta función, además recibe anualmente el reporte de su implantación en cada una de las entidades del Grupo. La labor de compilar y dar seguimiento a estos informes de gestión recae en el departamento corporativo de Negocio Responsable, además de plantear las propuestas para la concreción y evolución de esta política en la organización.

La aplicación de la política de RSC es encauzada a través de los planes de negocio responsables que llevan adelante cada uno de los países en donde opera BBVA. Contando con un Comité de Negocio Responsable corporativo que impulsa y da seguimiento a dichos planes, prestando especial atención a los riesgos operacionales asociados a la gestión. Asimismo, cada entidad cuenta con un Comité de Negocio Responsable local, el cual replica su composición y funciones.

La ejecución del Plan de Negocio Responsable de BBVA Provincial recae en su departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas, el cual forma parte de la dirección de Comunicación e Imagen. Siendo otra de sus funciones la coordinación del Comité de Negocio Responsable de la institución, del cual se detalla su composición y funciones en el capítulo Sistemas de gobierno de este Informe. Es relevante destacar que las acciones enmarcadas en la política de RSC son voluntarias, no obedeciendo a un deber regulatorio o normativo.

## Desarrollo de la política

Para garantizar la plena y adecuada aplicación de la política global de responsabilidad corporativa en sus diferentes ámbitos, ésta se desarrolla y complementa en políticas específicas, normativas y compromisos corporativos, entre ellos: compromiso en materia de derechos humanos, política de compras responsables, política medioambiental, política de voluntariado, norma de actuación en materia de defensa, estrategia de contribución fiscal, código de comunicación comercial TCR y plan de diversidad. Además de estar siempre alineada a los principios y los valores del Código de Conducta del banco.

Asimismo se contempla la adhesión del Grupo BBVA a los más importantes acuerdos y estándares internacionales, como es el 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 y que tome en consideración el departamento de Negocio Responsable.

## Plan de Negocio Responsable

Orientado a mejorar su potencial de crecimiento y situando a las personas en el centro del negocio, consciente que el beneficio económico debe estar siempre acompañado por progreso y bienestar social, BBVA Provincial ha seguido avanzado y fortaleciendo su Plan de Negocio Responsable 2013 - 2015. Con una estrategia que es reflejo de su modelo de banca responsable, así como de su política de responsabilidad social corporativa, y en

donde las personas, los principios y la innovación se ven fortalecidos como pilares de su visión.

Este plan tiene tres líneas de acción clave, abocadas a construir relaciones equilibradas y de confianza con los diferentes públicos, así como en generar valor y desarrollo sostenible. La primera es comunicación transparente, clara y responsable (TCR), la cual tiene como objetivo facilitar la toma de decisiones financieras y garantizar que el cliente cuente con la mejor información. La siguiente prioridad es educación, como principal eje de actuación de sus programas sociales y con hincapié en la educación financiera. Y por último, desarrollo de productos y servicios con un impacto social, apoyando en mayor medida a los diferentes sectores de la sociedad.

Líneas estratégicas	Iniciativas
Comunicación TCR	Proyecto TCR
Educación	- Educación Financiera - 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 y costes sociales y ambientales - Liderazgo basado en valores

# Sistemas de gobierno

---

Políticas y normativas que son reflejo de los mayores estándares éticos e integridad.

## Gobierno corporativo

La banca responsable se basa en la búsqueda de una rentabilidad ajustada a principios éticos, el cumplimiento de la legalidad, las buenas prácticas y la creación de valor para los grupos de interés. Y en 2015 la empresa ha seguido trabajando en fortalecer su gestión en este ámbito, reiterando los principios y normas que regulan el funcionamiento de sus órganos de gobierno, para garantizar el justo equilibrio entre los intereses de la sociedad y accionistas, así como una actuación transparente e íntegra.

Se aplican los más altos estándares éticos del Código de Conducta de BBVA Provincial, operativa bajo la observancia de los entes supervisores y que da cumplimiento a la Resolución No 19-1-2005: Principios de Gobierno Corporativo de la Superintendencia Nacional de Valores, así como a toda exigencia regulatoria y legislación vigente.

El Consejo de Administración y los Comités de Nombramientos y Remuneraciones, Auditoría y Riesgos, son los cuatro órganos que integran el sistema de gobierno. Regidos por principios que se ven fortalecidos a través de la asertiva gestión de recursos, orientados a la resolución de conflictos de intereses y en lograr un balance al interior del sistema, con una correcta distribución de los derechos y obligaciones de sus miembros (directores, gerentes, accionistas y otros agentes económicos relacionados).

Para las sesiones del Consejo de Administración, en el Art.23 de los Estatutos Sociales vigentes, se establece que éste se reunirá tan a menudo como lo exija el interés de la sociedad, con el fin de revisar y decidir sobre los impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.

Son permanentes los esfuerzos orientados por el banco en esta materia, lo que le han hecho merecedor de la confianza de sus grupos de interés y le han convertido en referente de solvencia e integridad, respaldado por una sólida cultura organizacional.





# Sistema de cumplimiento

El principio de integridad como manifestación de la ética en sus actuaciones y en todas las relaciones con sus grupos de interés es una constante para BBVA Provincial, por lo que su sistema de cumplimiento está avalado por normativas y procedimientos que conducen todas sus actividades y negocios conforme a los más estrictos cánones de comportamiento ético, contemplando además los más exigentes estándares internacionales en materia de prevención y control de legitimación de capitales y financiamiento del terrorismo (PCLC/FT).

Su sistema de cumplimiento también incorpora el Código de Conducta, tratándose de un elemento básico, ya que en el se detallan las pautas de actuación para cada ámbito en que el banco desarrolla su actividad. Por ello, cada año da continuidad a un completo programa de formación para empleados, tanto en la modalidad presencial como a distancia, en torno a los contenidos del Código y en materia de PCLC/FT, con el objetivo de mitigar eventuales riesgos de cumplimiento.

En 2015 también se dio seguimiento a las políticas y normas específicas para áreas funcionales, entre ellas: el estatuto de la función de cumplimiento, la política corporativa en el ámbito de los mercados de valores, el reglamento interno de conducta y los principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento. Procedimientos que fortalecen su gestión frente a los entes reguladores y el entorno financiero, destacando por su integridad y transparencia.

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

Mitigar los riesgos asociados a la legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo, evitando que los productos y servicios sean utilizados con propósitos delictivos, es un aspecto de suma relevancia para BBVA Provincial. Por esta razón, de forma permanente se lleva adelante un programa de adiestramiento dirigido a los empleados y con el cual se busca fortalecer las buenas prácticas y mecanismos de alerta que dispone la organización, potenciando esfuerzos en torno a un objetivo común: preservar la integridad corporativa.

En el ejercicio recién concluido, se contó con la participación de 2.613 empleados en estas actividades de formación, adquiriendo y actualizando conocimientos en materia de administración integral de riesgos de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo, cumpliendo en un 114% la meta prevista para 2015. Por otra parte, recibieron capacitación a distancia un total de 1.554 trabajadores.

En relación al Sistema integral de administración de riesgos de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo (SIAR LC/FT), la unidad de Cumplimiento Normativo logró constatar el nivel de eficiencia de la operativa aplicada en la red comercial, destacando los resultados obtenidos con el modelo de autoevaluación de riesgos y el testing de cumplimiento en las áreas clave del banco.

Entre otras acciones, se procedió a la actualización de las herramientas y aplicaciones destinadas al monitoreo, detección y filtrado de las transacciones bancarias, con la finalidad de robustecer los sistemas de prevención.

Formación SIAR LC/FT	2015	2014	2013
Participantes en actividades formativas	2.613	2.792	2.871
Personas especializadas en actividades de PCLC/FT	19	19	18

Alcance: BBVA Provincial

## Modelo de gestión de banca responsable

El Comité de Negocio Responsable es el órgano encargado de impulsar y dar seguimiento al Plan de Negocio Responsable de BBVA Provincial, liderado por el presidente ejecutivo del banco e integrado por los principales representantes de las áreas de Comunicación e Imagen, Servicios Jurídicos, Gestión del Talento y Protección, Engineering (Compras, Inmuebles y Servicios Generales), Financiera, Riesgos, Cumplimiento Normativo y Business Development & Digital Banking (Marketing & Publicidad). Su coordinación está a cargo del departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas.

Este comité celebró dos sesiones en 2015, teniendo la oportunidad de constatar los avances de las distintas líneas estratégicas del Plan de Negocio Responsable y de los programas sociales que lleva adelante la Fundación BBVA Provincial, así como la evolución de la reputación y gestión de los riesgos reputacionales asociados a este intangible, además de los estudios de impacto en materia de creación de valor social (grupos de interés - banco).

Tal y como se puntualizó en el capítulo anterior, la política de RSC y el modelo de banca responsable dan dirección al plan de negocio, por lo que la misión de este comité se encuentra abocada principalmente a la consecución de los siguientes objetivos:

- Concientizar a los empleados en materia de responsabilidad corporativa y mejorar la reputación interna.
- Impulsar la generación de valor en las relaciones con los grupos de interés.
- Valorar las actuaciones de la institución para generar el mayor retorno reputacional.
- Maximizar el impacto del plan de negocio y potenciar el modelo de banca responsable.

## Modelo de control interno

### Corporate Assurance

Con este esquema de *governance* se busca impulsar la actuación coordinada de las líneas de defensa del modelo de control interno del banco, incrementando la efectividad de su funcionamiento y garantizando la adecuada y eficiente cobertura de la gestión de los riesgos asociados al negocio. Además de proveer a la dirección de la institución una visión integral que permite la priorización y escalamiento de las situaciones relativas al control interno.

Las tres líneas de defensa del modelo, que dan soporte al Corporate Assurance, corresponden a las unidades de negocio, los especialistas de Control y el equipo de Auditoría Interna. Esta

## 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

última línea es responsable de verificar la correcta aplicación de las políticas corporativas, cumpliendo el rol de auditor independiente del modelo de control interno.

## Auditoría Interna

Al ser la tercera línea de defensa del modelo de control, Auditoría Interna es responsable de evaluar la gestión desarrollada por las otras dos líneas. Su alcance es global, dado que su ámbito de actuación abarca todas las actividades y departamentos de la institución, ofreciendo un enfoque sistemático y disciplinado para la evaluación y mejora de los procesos, proporcionando un asesoramiento objetivo basado en riesgos.

Dado que se trata de una función permanente, independiente, imparcial y objetiva, es controlada y supervisada por el Comité de Auditoría, órgano del Consejo de Administración, y el Comité de Dirección, reportando periódicamente la evolución de su planificación anual y avances en la mitigación de los riesgos para garantizar la oportuna aplicación de correctivos, evitando cualquier impacto en el patrimonio, resultados o reputación del banco.

Al estar orientada a la consulta, evaluación y optimización de los sistemas de gestión del riesgo, control interno y gobierno corporativo, Auditoría Interna está supeditada a las directrices del Comité de Basilea. También se cuenta con el Estatuto de Auditoría Interna, en donde se detalla el compendio de atribuciones, funciones, metodologías, principios, órganos de dirección, visión y alcance de esta actividad.

De forma breve se puede concluir que la misión de Auditoría Interna es agregar valor y apoyar al banco en la consecución de sus objetivos estratégicos, aportando eficiencia en la gestión y eficacia en los procesos operativos, así como fortalecer su modelo de banca responsable y compromisos con los diferentes grupos de interés.

## Estándares de conducta

### Código de Conducta

Herramienta de trabajo de primer orden para los profesionales del banco y elemento básico de su sistema de cumplimiento, ya que

contiene las pautas de actuación que rigen la gestión diaria y refleja los compromisos enmarcados en el principio de integridad, cuidando que en todo ámbito y relación prevalezcan valores éticos esenciales:

**Conducta con el cliente:** sitúa al cliente como centro de su actividad, estableciendo relaciones duraderas, fundadas en la mutua confianza y en la generación de valor.

**Conducta con los compañeros:** promueve un entorno de trabajo para el desarrollo profesional y humano, teniendo en cuenta que la diversidad de capacidades y experiencias hacen de la integración de personas y culturas una fuente de éxito.

**Conducta con la empresa:** pautas de actuación profesional y personal para un comportamiento íntegro y diligente, cumpliendo las obligaciones legales y evitando cualquier conducta que contradiga las normas y políticas internas, así como toda acción que afecte el patrimonio y reputación del banco.

**Conducta con la sociedad:** impulsa la visión compartida por el equipo: "trabajamos por un futuro mejor para las personas" y reafirma el compromiso de contribuir al progreso y desarrollo sostenible de la sociedad.

Las consultas relativas a la aplicación de estas pautas son canalizadas con los supervisores, el área de Cumplimiento o el gestor de RRHH. También se cuenta con un canal de denuncia, como parte del sistema de cumplimiento, para comunicar cualquier situación sospechosa que vaya contra las normas o comportamientos poco éticos, fortaleciendo la correcta aplicación del Código de Conducta.

### Asuntos controvertidos

Todo lo relativo a litigios, compromisos contractuales y contingencias legales debe ser informado a la dirección Financiera para su registro contable. En este respecto, en 2015 no se reportó ningún hecho relevante alusivo al incumplimiento de leyes o normativas en la operativa o al suministro de productos y servicios que afectasen el patrimonio, resultados financieros o la reputación de la institución.

## Políticas o normas específicas de áreas funcionales

Además del Código de Conducta, que ofrece una visión integral de las pautas de comportamiento a seguir por toda la organización, se cuenta con políticas y normativas específicas relativas a la operativa y gestión en áreas determinadas, las cuales fortalecen la política global de responsabilidad corporativa y el modelo de banca responsable, así como el principio de integridad y sistema de cumplimiento.

Entre estas políticas corporativas en áreas funcionales clave, destacan:

- Norma de actuación en materia de defensa.
- Compromiso en materia de derechos humanos.
- Política medioambiental.
- Política de compras responsables.

En relación a la norma de actuación en materia de defensa, su actualización se encuentra en vigor desde febrero de 2012 y aplica a toda las filiales del Grupo BBVA, la cual se basa en un listado de exclusión de compañías y países que es revisado trimestralmente por consultores expertos. En esta norma se expresa claramente la no prestación de servicios financieros a compañías relacionadas con la fabricación, desarrollo, mantenimiento o comercio de armas controvertidas (minas antipersona, bombas de racimo, armas biológicas y químicas). Tampoco se participa en operaciones con armamento que tengan origen en países con alto riesgo de vulnerar los derechos humanos.

## Compromisos internacionales

El Grupo BBVA forma parte de las más importantes iniciativas y acuerdos internacionales en materia de derechos humanos y

responsabilidad corporativa, consciente del importante rol que cumple en la dinámica social, ya que entiende que la evolución de su negocio está estrechamente vinculado al progreso y bienestar de todas las personas con las que se relaciona, así como de la sociedad en su conjunto.

En este sentido, la organización apoya las iniciativas internacionales: Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Principios de Ecuador, Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas, International Integrated Reporting Council, Carbon Disclosure Project, Thun Group sobre Bancos y Derechos Humanos, Natural Capital Declaration, Global Initiative for Sustainability Ratings, así como el Green Bond Principles.

La gestión y operativa del banco también se encuentran plenamente alineadas a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la normativa básica de la Organización Internacional del Trabajo, las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos para empresas multinacionales, así como a los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos.

Entre las acciones concretadas en 2015, la institución dio continuidad a una serie de programas e iniciativas que contribuyen a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Organización de Naciones Unidas, tal y como se expresa en la tabla detallada a continuación.

En el ámbito nacional, BBVA Provincial apoya a diferentes organizaciones gremiales y asociaciones, entre ellas: Cámara Venezolano Española de Industria y Comercio (Cavespa); Cámara Petrolera de Venezuela; Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Caracas; Cámara Venezolano Americana de Comercio e Industria (Venamcham); Consejo Nacional del Comercio y los Servicios (Consecomercio) y la Confederación Venezolana de Industriales (Conindustria).

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

Mantener un diálogo constante, fluido y transparente con los grupos de interés es una prioridad.

BBVA Provincial cuenta con un amplio repertorio de canales y herramientas para facilitar la consulta y diálogo con todos sus grupos de interés o *stakeholders* (clientes, empleados, accionistas, proveedores, entes reguladores y sociedad), garantizando en todo momento una atención eficaz y oportuna a estos colectivos, ya que provee a la institución de fuentes de información que le permiten conocer las prioridades y expectativas de sus interlocutores y así dar respuesta a tales inquietudes.

Se trata de una labor permanente con la finalidad de construir y fortalecer relaciones a largo plazo, fundamentadas en la confianza y valor mutuo, reiterando la premisa clave de su modelo de banca responsable y que radica en situar a las personas en el centro de su actividad. Canalizando en su estrategia de negocio las necesidades y demandas planteadas por sus diferentes grupos de interés, con el objetivo de apoyarles y potenciar el crecimiento y desarrollo sostenible de la sociedad en su conjunto.

## Herramientas de escucha y diálogo

En 2015 el banco siguió trabajando en el fortalecimiento de sus herramientas y canales de comunicación, garantizando un diálogo fluido, constante, transparente y bidireccional con cada uno de sus *stakeholders*. Siendo diverso el listado de instrumentos y canales gestionados por la institución en este ámbito, tal y como se refleja en la tabla detallada en la siguiente página.

## Análisis de materialidad

La información recabada a partir de los herramientas de escucha y diálogo es sumamente amplia, por lo que es necesario realizar una serie de análisis que permitan a la



## Herramientas de escucha y diálogo

Grupo de interés	Canal de diálogo	Frecuencia
<b>Accionistas</b> 	Asamblea de Accionistas	Semestral
	Informe Financiero	Semestral
	Informe de Banca Responsable	Anual
	Oficina del accionista	Permanente
	www.provincial.com	Permanente
	www.fundacionbbvaprovincial.com	Permanente
<b>Cientes</b> 	Oficinas	Diaria
	Línea Provinet	Diaria
	Provinet Chat	Diaria
	www.provincial.com	Diaria
	www.fundacionbbvaprovincial.com	Diaria
	Medios masivos de comunicación	Diaria
	Redes Sociales	Diaria
	Estudios de clientes	Periódica
	Encuesta de satisfacción	Mensual
	Entrevistas a profundidad	Anual
	Grupos de enfoque	Anual
	Encuesta de reputación externa (Reprak)	Semestral
	<b>Empleados</b> 	Portal Entorno Colaborativo
Revista Entorno		Cuatrimestral
Buzón de comunciación Tú y BBVA		Diaria
Buzón de Comunicaciones Internas		Periódica
Buzón Usted sabía que		Periódica
Comunidad de BBVA Purpose Google+		Diaria
Encuesta Great Place to Work		Anual
Encuesta de reputación interna (Reprak)		Anual
Intranet local		Diaria
Servicio de Atención al Empleado (SAE)		Diaria
<b>Proveedores</b> 	Cuestionarios de homologación	Bienal
	Reuniones periódicas con proveedores	Mensual
	Herramienta corporativa online de negociación y aprovisionamiento (Adquira)	Diario
	Departamento de Compras	Diario
<b>Reguladores</b> 	Reuniones	Periódica
	Comunicados	Periódica
	Comités	Periódica
	Seguimiento de la legislación	Diaria
<b>Sociedad</b> 	Reuniones con instituciones públicas y privadas	Periódica
	Redes Sociales	Diaria
	Medios masivos de comunicación (Prensa, radio, TV)	Periódica
	Encuestas de satisfacción	Anual
	www.fundacionbbvaprovincial.com	Diaria
	Encuesta de reputación externa (Reprak)	Semestral
	Correo electrónico	Diario
Grupos de enfoque	Indeterminada <sup>(1)</sup>	

(1) No existe una frecuencia determinada, se aplican de acuerdo a la naturaleza de un programa o proyecto.

## Compromisos de BBVA Provincial con sus grupos de interés



### ACCIONISTAS

Crear más valor de forma sostenible en el tiempo.

### CLIENTES

Buscar las mejores soluciones que hagan de BBVA Provincial su primera opción.

### SOCIEDAD

Contribuir de forma activa al desarrollo sostenible de la sociedad en la que BBVA Provincial está presente.

### EMPLEADOS

Un estilo de gestión que genere entusiasmo y facilite la formación, la motivación y el desarrollo personal y profesional.

### REGULADORES

Actuar con integridad y cumplir rigurosamente la legalidad.

### PROVEEDORES

Encontrar en BBVA Provincial un aliado para el beneficio mutuo.

institución identificar y determinar claramente los asuntos más relevantes para cada colectivo, así como aspectos materiales que tienen mayor impacto en la gestión y en que debe focalizar sus esfuerzos para aportar valor.

En este sentido, los resultados y hallazgos son analizados y filtrados a la luz de su visión, principios y estrategia de negocio, prevaleciendo el compromiso de BBVA Provincial con cada grupo de interés.

## Proceso de análisis de materialidad

El proceso de definición de los asuntos materiales se realiza teniendo en cuenta la realidad local, obteniendo como resultado final una matriz con los principales temas o *issues* identificados y que se clasifican en base a su importancia para los *stakeholders* y relevancia para el negocio de BBVA Provincial. Esta labor se ejecuta en todas las filiales de BBVA, consolidando todos los resultados para así definir también una matriz global del Grupo.

El proceso consta de tres fases, como son la identificación, priorización y validación de los asuntos materiales. Y la metodología aplicada para el análisis de la materialidad es contrastada bajo las recomendaciones de la Guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI).

### 1. Proceso de definición de asuntos materiales

**1.1. Identificación:** el listado final se basa en aquellos asuntos definidos como riesgos reputacionales para la organización y en otros asuntos materiales, que en este caso no representan un riesgo. Para ambos, las fuentes consultadas son las siguientes:

- Investigaciones y contactos que proporcionan información sobre las percepciones de los grupos de interés, a través de las herramientas de consulta descritas en el apartado anterior.
- Análisis de información procedente de observadores expertos (ONG's, analistas de sostenibilidad, sindicatos y otras asociaciones civiles) que evalúan los comportamientos de las compañías.
- Tendencias regulatorias del sector.

- Análisis de competidores, en cuanto a cuáles son los asuntos más relevantes o temas conflictivos que les afectan y que también podrían afectar al banco.
- Análisis de medios de comunicación y redes sociales.

**1.2. Priorización:** en esta fase se consideran y analizan dos aspectos clave:

*Importancia para los grupos de interés:* en la medición se toman en cuenta diferentes variables, por lo que un asunto es más relevante cuando:

- Más grupos de interés estén afectados y mayor sea la importancia de estos para la institución.
- Mayor sea el impacto de los asuntos para los colectivos afectados.
- Existan requerimientos legales o compromisos por parte de la organización relacionados con ese asunto.

*Relevancia para el negocio:* consiste en determinar el impacto que tiene el asunto en el negocio actual y futuro de la organización. A nivel corporativo, el departamento de Responsible Business de BBVA identifica quiénes son los responsables de la gestión de cada asunto a nivel global y ellos a su vez identifican a sus contrapartes locales. Estos últimos, son quienes valoran el impacto en el negocio de los asuntos en su ámbito de gestión.

**1.3 Validación:** la revisión y validación del análisis de materialidad de BBVA Provincial la realiza el departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativa, bajo los criterios corporativos establecidos por el área Responsible Business de BBVA.

### 2. Matriz de materialidad:

Como resultado final se construye una matriz de materialidad para cada país, permitiendo identificar los *issues* más importantes según la realidad local. El proceso de consolidación se lleva a cabo en base a una media ponderada de la importancia para los grupos de interés y la relevancia para el negocio.

## Tabla de asuntos relevantes 2015

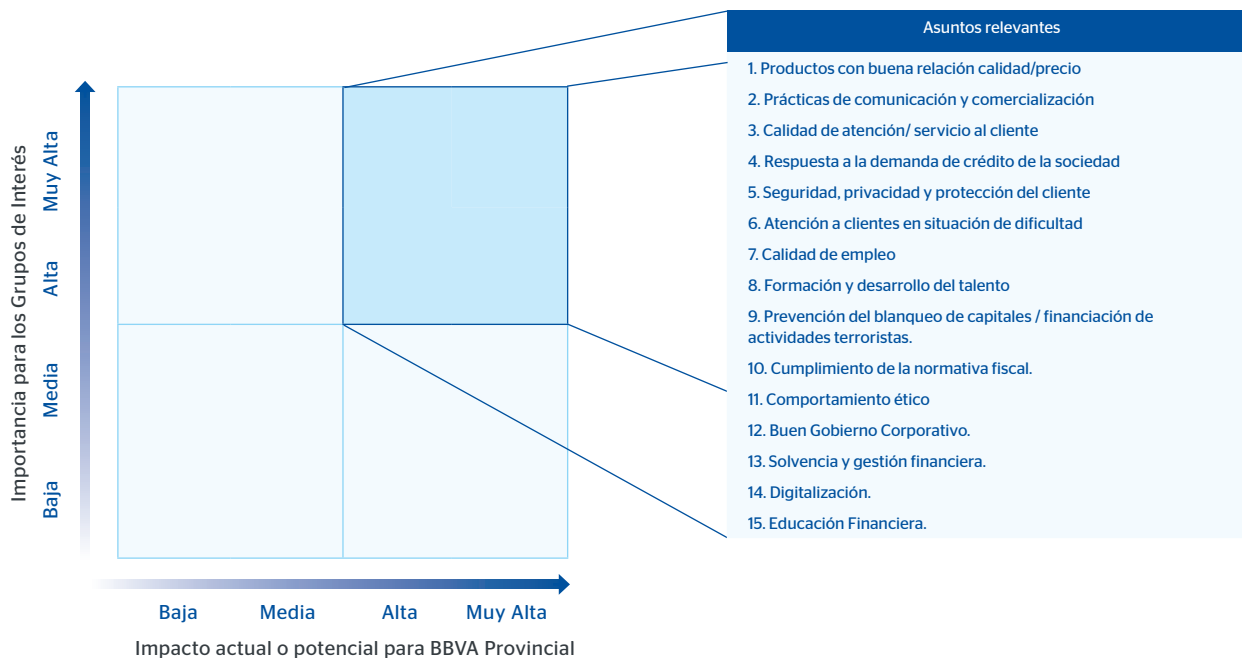
Aspectos materiales	Grupos de interés afectados	Respuesta de BBVA Provincial
1 Productos con buena relación calidad / precio (sin cláusulas abusivas)	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Empleados	Productos de alto impacto social Comunicación TCR Gestión responsable de clientes Riesgos sociales, ambientales y reputacionales
2 Prácticas de comunicación y comercialización	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Empleados	Prioridad 1: Comunicación TCR
3 Calidad de atención / servicio al cliente	Sociedad Clientes Accionistas Empleados	Gestión responsable de clientes
4 Respuesta a la demanda de crédito de la sociedad	Sociedad Clientes Regulador Empleados	Prioridad 3: Productos de alto impacto social
5 Seguridad, privacidad y protección del cliente	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Empleados	Gestión responsable de clientes
6 Atención a clientes en situación de dificultad	Sociedad Clientes Regulador Empleados	Gestión responsable de clientes
7 Calidad del empleo	Sociedad Regulador Empleados	Equipo: Selección, formación y desarrollo
8 Formación y desarrollo del talento	Sociedad Clientes Accionistas Empleados	Equipo: Selección, formación y desarrollo
9 Prevención de blanqueo de capitales / financiación de actividades terroristas	Sociedad Accionistas Regulador Empleados	Sistemas de Gobierno
10 Cumplimiento de la normativa fiscal	Sociedad Accionistas Regulador Empleados	Impacto en la sociedad
11 Comportamiento ético	Sociedad Accionistas Regulador Empleados	Sistemas de Gobierno
12 Buen Gobierno Corporativo	Sociedad Accionistas Regulador Empleados	Sistemas de Gobierno

Aspectos materiales	Grupos de interés afectados	Respuesta de BBVA Provincial
13 Solvencia y gestión financiera	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Empleados Proveedores	Perfil de BBVA Provincial Riesgos sociales, ambientales y reputacionales
14 Digitalización (utilizar la tecnología para dar un buen servicio al cliente)	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Empleados Proveedores	Gestión responsable de clientes
15 Educación Financiera	Sociedad Clientes Regulador	Prioridad 2: Educación Financiera Sociedad

## Asuntos relevantes

El análisis de materialidad de BBVA Provincial arrojó como resultado 15 asuntos relevantes de alta importancia para los grupos de interés y de alto impacto para el negocio, hallazgos

que reafirman que el modelo de la institución responde a las necesidades y expectativas de sus grupos de interés, estableciendo como prioridad el dar eficaz y oportuna respuesta a tales demandas.





# Impacto en la sociedad

Todo crecimiento económico debe traducirse en progreso y bienestar social.

Cuando habla de la huella social de su actividad, BBVA Provincial asume como objetivo el ser cada vez más transparente en los temas más relevantes, especialmente en aquellos que demanda su entorno, y el reto de fortalecer y retribuir la confianza de sus diferentes grupos de interés. Por esta razón, en 2015 su equipo de profesionales siguió trabajando para dar respuesta a estas exigencias sociales, con un modelo diferencial de banca responsable que integra las expectativas de sus clientes y demás públicos, teniendo como directriz la creación de valor en cada una de sus relaciones.

Sus mayores esfuerzos están orientados en crear oportunidades de negocio que generen valor social y maximizar los impactos positivos de su operativa, siendo también necesario identificar, prevenir y mitigar cualquier posible efecto negativo. Sumando a esto el papel que cumple el banco en la sociedad, tenemos que los principales impactos de su actividad financiera son:

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

Indicadores de impacto en la sociedad			
	2015	2014	2013
<b>Clientes</b>			
Número de pymes financiadas	20.342	17.364	12.596
Número de microcréditos concedidos <sup>(1)</sup>	19.389	20.266	17.853
Inversión para la construcción en viviendas <sup>(2)</sup>	18.538.264.166,89	7.920.115,10	5.809.614,00
<b>Empleados</b>			
Altas de empleados	463	450	337
% de nuevas incorporaciones menores de 30 años de edad	79	85	89
<b>Proveedores</b>			
Número de proveedores	115	261	228
<b>Sociedad</b>			
Contribución fiscal <sup>(3)</sup>	8.730.179.198,00	3.966.429.395,00	2.761.102.335,00
Inversión en programas sociales	127.592.378,05	91.290.699,93	51.133.124,65
Beneficio atribuido después de impuestos dedicado a programas de acción social (%)	1 %	1 %	1 %
Número de beneficiarios directos por programas de educación para la sociedad	19.888	19.507	18.386
Número de participantes por programas de educación financiera <sup>(4)</sup>	5.412	5.192	1.272

<sup>(1)</sup> Destaca que en 2015 los saldos de cartera se incrementan en un 76 % con respecto al año 2014.

<sup>(2)</sup> Corresponde a la adquisición de "Valores Bolivarianos para la Vivienda", recursos dirigidos a la construcción de viviendas para los extractos de la población con mayores necesidades.

<sup>(3)</sup> Bs. Históricos: hace referencia a bolívares completos, es decir, no es en miles, ni en millones, ni re-expresados. Incluye impuestos propios de BBVA Provincial e impuestos de terceros. Detalles en tabla de Contribución fiscal.

<sup>(4)</sup> Incluye beneficiarios de educación para adultos y negocios (pymes y emprendimiento). Detalles en el capítulo Prioridad 2: Educación financiera.

Alcance: BBVA Provincial



Dado que la institución sitúa a las personas en el centro de su actividad, los indicadores de balance social derivados de su gestión se desglosan según su impacto en las relaciones con los clientes, proveedores, empleados y la sociedad.

## Inversión en programas sociales

En 2015 la inversión social de BBVA Provincial ascendió a Bs. 127.592.378,05, aporte voluntario que corresponde al 1% del beneficio neto del ejercicio anterior, destinado a iniciativas sociales y, primordialmente, a los programas educativos que lleva adelante la Fundación BBVA Provincial, orientando el 68% de estos recursos a la consolidación y ampliación de los programas Becas de Integración, Papagayo, Emprendimiento, Educación Financiera y apoyo a pymes.

La Fundación BBVA Provincial es una organización sin fines de lucro que gestiona la inversión social del banco, bajo los principios de transparencia, prudencia e integridad, responsable de promover su participación en programas cercanos a las inquietudes sociales y consolidar las directrices que enmarcan la política de responsabilidad social corporativa, entre ellas, apoyar

al desarrollo de las comunidades a través de la actividad financiera y mediante programas con foco en la educación.

Es amplio el portafolio de programas e iniciativas de la Fundación, destacando los programas propios que ejecuta directamente y que durante años han beneficiado a miles de familias venezolanas, con especial énfasis en la educación y la cultura, además de brindar apoyo a proyectos de alto impacto social a través de alianzas estratégicas. La información de estos programas e iniciativas está disponible en el capítulo Sociedad de este Informe.

Inversión Social de BBVA Provincial			
Área de actuación	Aportación monetaria (Bs.)		
	2015	2014	2013
Educación	86.762.817,07	62.077.676,63	30.679.874,79
Cultura y acción social	19.138.856,71	13.693.604,14	10.226.624,93
Comunicación y gestión	21.690.704,27	15.519.419,16	10.226.624,93
<b>Total inversión social</b>	<b>127.592.378,05</b>	<b>91.290.699,93</b>	<b>51.133.124,65</b>

Alcance: BBVA Provincial

## Contribución fiscal

Contribución fiscal			
Contribución fiscal global (Bs. históricos)	2015	2014	2013
Impuestos propios de BBVA Provincial	3.509.447.693	1.873.408.637	1.780.926.324
Impuestos de terceros de BBVA Provincial	5.220.731.505	2.093.020.758	980.176.011
<b>Total contribución fiscal</b>	<b>8.730.179.198</b>	<b>3.966.429.395</b>	<b>2.761.102.335</b>

Alcance: BBVA Provincial

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

## Valor Económico

Valor Económico Añadido					
(Miles de Bs.)			2015	2014	2013
Accionistas	Dividendos	(1)	-	3.420.461	2.850.774
Empleados	Gastos de personal	(2)	5.397.867	2.579.385	1.726.056
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	(3)	34.968.923	16.183.282	9.223.439
Proveedores	Otros gastos generales de administración	(4)	6.975.372	2.735.562	1.531.419
Sociedad	Impuesto sobre beneficios	(5)	8.980.983	656.745	486.796
	Contribuciones a la comunidad: recursos destinados	(6)	127.592	91.291	51.133
	<b>Creación de Valor Directo Tangible</b>		<b>56.450.737</b>	<b>25.666.725</b>	<b>15.869.617</b>

Fuente: Balance de Gestión Diciembre 2015

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

(2) Total Gastos de Personal, Balance de Gestión

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

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

(5) Impuestos Sociedades

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

Valor económico generado y distribuido					
(Miles de Bs.)			2015	2014	2013
<b>Valor económico generado (VEG)</b>			<b>47.827.364</b>	<b>23.419.013</b>	<b>14.961.496</b>
Margen de intermediación	(1)		45.241.787	22.097.059	13.360.077
Comisiones netas	(2)		6.398.221	3.578.891	2.080.031
Actividad seguros	(3)		156.508	175.447	150.724
Otros ingresos ordinarios	(4)		379.039	227.687	832.078
Otras ganancias y pérdidas netas	(5)		-4.348.190	-2.660.071	-1.461.415
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>			<b>26.347.277</b>	<b>11.182.291</b>	<b>7.653.141</b>
Accionistas: Dividendos	(6)		-	3.420.461	2.850.774
Resultado atribuido a la minoría	(7)		-	-	-
Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios)	(8)		6.975.372	2.735.562	1.531.419
Sociedad: Impuestos	(9)		13.846.446	2.355.593	1.493.759
Recursos destinados por el Banco y su Fundación en apoyo a la comunidad	(10)		127.592	91.291	51.133
Empleados: Gastos de personal			5.397.867	2.579.385	1.726.056
<b>Valor económico retenido (VER=VEG-VED)</b>			<b>21.480.087</b>	<b>12.236.722</b>	<b>7.308.355</b>
Provisiones y amortizaciones	(11)		6.240.054	2.984.441	1.081.188
Reservas	(12)		15.240.033	9.252.281	6.227.167

Fuente: Balance de Gestión Diciembre 2015

(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)

(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. Más contribuciones e impuestos

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

# Prioridad 1: Comunicación TCR

Una comunicación transparente, clara y responsable genera confianza.

Lograr ser percibido como uno de los bancos más transparentes, claros y responsables del mercado financiero venezolano, es un objetivo en torno al cual se han concentrado esfuerzos en 2015. Consciente que es un tema relevante para sus grupos de interés, BBVA Provincial sigue trabajando en el fortalecimiento de esta línea estratégica de su Plan de Negocio Responsable, la cual se enmarca en el proyecto de comunicación transparente, clara y responsable (TCR), ayudando al cliente en la toma de decisiones financieras informadas.

Una comunicación que se basa en un lenguaje TCR, puede ser descrita de la siguiente manera:

- Cuenta con toda la información relevante para el cliente, manteniendo un equilibrio entre ventajas y costos (transparente).
- Se entiende fácilmente (claro).
- Cuida de los intereses del cliente en el corto, medio y largo plazo (responsable).

Situar a las personas como centro de su negocio es una constante que también prevalece en esta línea estratégica, ya que se sustenta en una serie de investigaciones y estudios realizados por la organización, donde se evidencia que para los clientes un lenguaje TCR contribuye a la toma de decisiones informadas y es un elemento clave para generar confianza. Una variable que también impacta en la construcción de relaciones a largo plazo y equilibradas, en donde la confianza es el valor más preciado.

Con este proyecto se pretende abarcar todas las comunicaciones entre cliente - banco, pero prestando mayor atención, y en una primera etapa, a los contenidos de las fichas de productos y contratos. De esta manera la institución se mantiene a la vanguardia, ya que las leyes son cada vez más exigentes en lo relativo a transparencia y claridad para favorecer y proteger a los clientes.

## Iniciativas 2015

En relación a las fichas de productos o argumentarios de venta, se concretó la adaptación del contenido a un lenguaje TCR de



26 documentos, correspondientes a productos de préstamos dirigidos a personas naturales y jurídicas, así como de Cuenta Corriente y Tarjetas de Crédito, material que está a disposición de todos los empleados a través de la intranet del banco y del público en general en [www.provincial.com](http://www.provincial.com).

Como parte de esta labor, también se llevaron a cabo 28 *focus group*, contando con la participación de clientes y el equipo de la fuerza de ventas del banco, que permitieron conocer las inquietudes y expectativas en torno a la información de los productos y grado de conocimientos. Insumo que permite a la institución dar una eficaz respuesta y atención ante las necesidades planteadas en esta materia, lo que se traduce en una comunicación transparente, clara y responsable.

Con la intención de ampliar este proyecto al ámbito digital y fortalecer la implantación de buenas prácticas en estos entornos, se organizaron los Talleres de Formación Digital, Diseño y Comunicación Publicitaria en TCR, brindando a los equipos de las áreas de Banca Digital, Marketing y Publicidad, Servicios Jurídicos, Desarrollo del Negocio, Comunicación Corporativa y Redes Sociales, así como a la agencia de publicidad, las herramientas necesarias y adecuadas para el diseño y comunicación de productos.

A nivel corporativo se creó el Código de Comunicación Comercial TCR, documento con los principios que debe seguir la comunicación comercial y publicitaria en el Grupo para garantizar que sea transparente, clara y responsable, estableciendo tanto principios generales como por tipo de producto.

# Prioridad 2: Educación financiera

---

Se busca promover la toma de decisiones financieras informadas.

Apoyar el desarrollo de la sociedad a través de la actividad financiera, así como mediante los programas sociales con foco en la educación en valores, la educación financiera, el emprendimiento y el conocimiento, es un compromiso permanente para BBVA Provincial y, de esta manera, lo enuncia en su política de responsabilidad social corporativa. Pero un ítem que ha adquirido en los últimos años mayor relevancia es el relativo a la educación financiera, buscando promover la toma de decisiones financieras informadas y con conocimiento.

Un objetivo que comparte con la iniciativa de comunicación TCR, convirtiéndose ambas en prioridades estratégicas del Plan de Negocio Responsable de la institución, pero en esta vertiente incorporando variables como la enseñanza y la promoción de conocimientos, con la finalidad de promover una cultura financiera en las personas, en cada una de sus etapas, y ya en el caso de sectores específicos, como pymes y emprendedores, ayudándoles en la formación para los negocios.

Para llevar adelante esta labor, se implementan diversas modalidades, así como plataformas y medios de difusión, pero todas ellas abocadas a la divulgación del conocimiento y el desarrollo de habilidades en el correcto manejo de las finanzas. Y al sumar cada una de las iniciativas y programas enmarcados en esta línea estratégica, tenemos que en 2015 la institución dictó 78 talleres y cursos, impartió 1.780 horas de formación y benefició a 5.412 personas, incluyendo niños, adultos, emprendedores, así como pequeños y medianos empresarios.

## Educación financiera para niños y jóvenes

Como parte de la Cátedra de Emprendimiento Fundación BBVA Provincial, en alianza con la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), se siguen impartiendo módulos en áreas financieras. Esta cátedra se ofrece a jóvenes

estudiantes de las diferentes facultades y escuelas de la universidad, contando en el último período con la participación de 119 estudiantes de las sedes de Caracas (modalidad presencial) y Guayana (modalidad e-learning). Además de cursar esta electiva, los estudiantes participan cada año en un concurso en donde se selecciona el mejor plan de negocio, el cual corresponde a su trabajo final.

También en el marco de esta alianza entre la Fundación y la UCAB, se organizaron una serie de talleres de emprendimiento y finanzas especialmente diseñados para niños de 5to. grado de Educación Primaria, logrando contar con la participación de 143 estudiantes.

A través del portal de internet "adelante con tu futuro" y su sección para niños y adolescentes, se siguen impartiendo conocimientos en aspectos básicos del ahorro y uso del dinero, ya sea con las actividades didácticas y lúdicas para niños con que cuenta la plataforma o los consejos que se ofrecen a los padres para que puedan conversar con sus hijos acerca de la importancia de estos temas, inculcando desde el hogar una educación financiera. Este portal está disponible a todo público en [www.fundacionbbvaprovincial.com](http://www.fundacionbbvaprovincial.com).

Dando mayor alcance a esta iniciativa, el banco también promociona en la radio cápsulas informativas con contenidos breves que orientan en el manejo de las finanzas y uso responsable de los recursos, utilizando un lenguaje transparente, claro y responsable y que busca promover una cultura financiera desde edades tempranas.

## Educación financiera para adultos

Hacer de la educación financiera una herramienta para el empoderamiento de las personas, es una premisa que impulsó la creación del portal "adelante con tu futuro". En



el cual se ofrece información de interés para todos (también para adultos, familia y tercera edad), brindando conocimientos y desarrollando habilidades que favorecen la toma de decisiones. Por ello, con la intención de llegar a un mayor número de personas y multiplicar su impacto, esta información también es compartida a través de cápsulas informativas en radio y con tips para el manejo de las finanzas en las redes sociales del banco.

Impulsando el voluntariado en educación financiera, 24 empleados de la entidad recibieron capacitación en materia de finanzas personales y posteriormente asumieron el compromiso de divulgar estos conocimientos en una serie de cursos en dicha temática. En total, dictaron 22 talleres contando con 300 participantes entre padres y representantes, docentes, personal administrativo y obrero en diferentes colegios de la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) y Fe y Alegría, pertenecientes al Programa Becas de Integración.

En el ámbito interno, en el marco del proyecto Forma-t para empleados se siguió potenciando el componente de educación financiera, a través de píldoras informativas que se incorporan en todos los módulos de este programa de formación dirigido al personal de la red comercial del banco.

En la Cátedra de Emprendimiento de la Fundación BBVA Provincial, se dio continuidad al programa de formación para profesionales y emprendedores comunitarios, reforzando conocimientos en planificación financiera, contabilidad, análisis financieros, entre otros. También este año se patrocinaron diversos eventos organizados por la Universidad Católica Andrés Bello en educación financiera y emprendimiento, tales como el Foro "Retos al emprendimiento venezolano", 2do. Workshop: Emprendimiento digital y opciones de financiamiento, Ciclo de

charlas de la Semana del Emprendimiento y VI Feria de emprendedores comunitarios, sumando 290 asistentes.

## Educación y formación financiera para los negocios

En este renglón también habría que considerar los talleres para profesionales y emprendedores comunitarios del punto anterior, ya que en el plan de estudios desarrollado por la UCAB para estos colectivos se incorporan contenidos relativos a la formación para los negocios, ya que parte de sus participantes tienen en marcha proyectos de emprendimiento y el objetivo es ayudarles en la consecución de sus metas.

Y es que contribuir al crecimiento sostenido de la economía nacional a través de la formación y capacitación de empresarios y emprendedores es un objetivo clave para la institución, el cual es encauzado a través de este eje estratégico. Además de impulsar diversas iniciativas, tales como el Programa de Formación para Pymes de BBVA Provincial que se organiza en alianza con el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) desde el año 2014, así como el lanzamiento de la plataforma "Camino al Éxito" que es parte de un plan integral de formación y financiación para pequeñas y medianas empresas, ratificando el apoyo que brinda el banco a este importante sector. En el siguiente capítulo de este Informe, específicamente en el apartado Apoyo a pymes, se ofrecen mayores detalles de estas acciones.

# Prioridad 3: Productos de alto impacto social

Productos y servicios financieros en los que se integran atributos sociales diferenciales.

Con esta línea estratégica del Plan de Negocio Responsable, se busca favorecer el desarrollo de productos y servicios de alto impacto, adaptados al contexto en el que viven los clientes, así como promover la inclusión financiera y la universalización del acceso responsable a los servicios financieros. Situando a los clientes como centro de la actividad, con el objeto de establecer relaciones duraderas, fundadas en la mutua confianza y aportación de valor. Lo que para el equipo de profesionales de BBVA Provincial significa convertirse en los mejores aliados, ya sea para aquella familia que desea adquirir vivienda propia o el empresario que ha decidido emprender su nuevo negocio.

## Inclusión financiera

En 2015 la institución ha seguido trabajando en el fortalecimiento de sus carteras crediticias, apoyando las diferentes iniciativas emprendidas por el gobierno nacional con la

finalidad de impulsar y fortalecer a los principales sectores productivos del país y, de esta manera, promover el crecimiento económico y bienestar social.

## Agropecuario

El financiamiento a este sector ascendió a Bs. 32.043,2 millones, con una tasa de cumplimiento de 25,97% (requerido por ley: 25%). Dando continuidad a una estrategia comercial orientada al financiamiento de maquinarias, equipos, adquisición de semovientes, consolidación de unidades de producción e infraestructura, mediante convenios con las principales asociaciones de productores y empresas relacionadas. Otra constante ha sido la capacitación y especialización de los profesionales que atienden este colectivo, incidiendo en la calidad del servicio y asesoría prestada, lo que a su vez se tradujo en la diversificación y ampliación de la cartera agrícola.



## Hipotecaria

La aportación en este ámbito está dirigida a la construcción de soluciones habitacionales para los estratos sociales más necesitados de la población, apoyándoles en la adquisición de una vivienda y, de esta manera, reducir el déficit habitacional, una labor que es impulsada desde la Gran Misión Vivienda de Venezuela y que el banco apoya a través de los Valores Bolivarianos para la Vivienda, concretando en el último año una inversión de Bs. 18.538 millones.

## Turismo

La cartera de turismo alcanzó un monto de Bs. 5.579 millones y una tasa de cumplimiento de 4,52% (requerido por ley: 4,25%). Además del financiamiento otorgado para la construcción, remodelación, ampliación, equipamiento y adquisición de proyectos turísticos, la institución ofreció asesoría y atención especializada a emprendedores con proyectos avalados por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (Mintur) y participó en las mesas de negocios que se organizaron en distintas ciudades y en la Feria Internacional de Turismo 2015 (Fitven).

## Manufactura

Se ha seguido trabajando en el fortalecimiento y ampliación del portafolio de productos y servicios dirigido a este sector productivo, alineados a las políticas gubernamentales y con la finalidad de potenciar en mayor medida el apoyo brindado a este colectivo, dando como resultado a cierre de diciembre de 2015 una tasa anual de cumplimiento que ascendió a 10,22% (exigido por ley: 10%).

## Microcrédito

Al culminar este ejercicio, esta cartera de crédito mostró un crecimiento de 75,73% y contabilizó un total de 19.389 operaciones en la gestión de este sector de la economía nacional, una actividad fundamentada en un servicio y asesoría adaptadas a las necesidades del microempresario, con el objeto de facilitarle el acceso a soluciones de financiamiento que incidan en el crecimiento de su negocio. La tasa anual de cumplimiento se situó en 6,09% (exigido por ley: 3%).

## Apoyo a pymes

BBVA Provincial desarrolla soluciones e impulsa diferentes iniciativas abocadas a fortalecer su apoyo a pequeños y medianos empresarios, fomentando el networking y brindándoles herramientas y formación que propicien su crecimiento e impacto social: ya que entiende que más allá de la financiación, este colectivo requiere capacitación, contenido de valor y asesoría para cada etapa de su negocio.

Por ello, en 2015 concretó el lanzamiento del programa "Camino al Éxito" mediante la puesta en marcha de una plataforma integral disponible en internet ([www.caminoalexito.com](http://www.caminoalexito.com)), en donde los empresarios pueden registrarse y contar con una amplia variedad de herramientas para potenciar e impulsar sus negocios, que va desde cursos on line, redes y comunidades digitales que buscan promover oportunidades y sinergias, así como el acceso a soluciones y asesoría especializada ajustadas a cada uno de sus requerimientos.



Un eje clave de esta iniciativa es la educación, por lo que se ofrece a los participantes un programa de e-learning en temas gerenciales, financieros y liderazgo, además de la opción de postularse a la formación presencial para pymes organizada por la Fundación BBVA Provincial en alianza con el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), iniciativa que inició en el año 2014.

Para diciembre de 2015, "Camino al Éxito" contaba con más de 7.600 pymes registradas, de las cuales más de 2.300 se postularon para la formación presencial. Como resultado, más de 600 empresarios recibieron capacitación a través de su plataforma e-learning y un total de 146 participaron en los cursos dictados por el IESA. De los participantes del programa presencial, se premiaron las tres mejores pymes en las categorías: Mejor idea de negocio, Innovación, Impacto social y Votación popular, obteniendo condiciones preferenciales en los productos y servicios del banco.

## Apoyo a particulares con requerimientos especiales

### Comercio exterior

A cierre de diciembre la institución liquidó ante el Banco Central del Venezuela USD 1.582 millones, con una cuota líder de 31,84% dentro de la banca privada y un porcentaje de 22,77% del global del sistema financiero, incluyendo la banca pública. Además de incorporar 37 nuevos clientes importadores a la cartera de comercio exterior, con una gestión en divisas de USD 37,6 millones.

Entre las estrategias y acciones emprendidas, la entidad reforzó la atención de los sectores prioritarios en las importaciones del país (alimentos, salud, químicos y comercio), con una oferta de servicios innovadora en el segmento de medios de pago internacionales, impulsando también las relaciones comerciales con los bancos del Grupo en Latinoamérica y la calidad del servicio prestado a las empresas importadoras nacionales y a sus proveedores.

Adicionalmente, se siguió avanzando en la atención especializada para importaciones y exportaciones con el Servicio Móvil Empresarial y el Servicio Training Móvil, apalancados en un equipo de profesionales altamente cualificado y experto en la materia. Y en lo relativo al pago de pensiones, jubilaciones y ayudas económicas originadas en el extranjero, se establecieron procesos más sencillos y ágiles para los clientes, además de dar el alta masiva de estos adultos mayores en su red de oficinas.



## Actividades fiduciarias

Entre sus resultados, destaca la incorporación de 26.611 nuevos clientes y 86 planes fiduciarios, registrando un incremento del patrimonio de 69% con respecto a 2014. De esta manera, la institución afianzó su liderazgo dentro de la banca fiduciaria privada, impulsando como principal producto de su portafolio los Fideicomisos de Prestaciones Sociales, con múltiples beneficios tanto para el cliente fiduciario como para sus trabajadores. Con la intención de imprimir mayor agilidad a la operativa, se implementó el servicio de emisión de los estados de cuentas a través de [www.provincial.com](http://www.provincial.com) para los clientes fideicomitentes.

## Productos y servicios responsables

Con el producto Nómina, el banco ha seguido favoreciendo y facilitando el acceso de un mayor número de personas a los servicios financieros, sumando a cierre de diciembre 864.238 clientes naturales que reciben el abono de su nómina a través de BBVA Provincial, disfrutando de una variedad de servicios y beneficios (asistencia médica laboral, seguro de accidentes personales y urgencia del hogar), además de contar con soluciones de financiamiento adaptadas a sus necesidades, ampliando y fortaleciendo la relación comercial entre cliente y banco.

## Inversión responsable

### Criterios ambientales en productos y servicios

La innovación y la implementación de tecnología de punta además de imprimir mayor transparencia, agilidad, eficiencia y seguridad en las transacciones, han permitido reducir el impacto de estas en el medioambiente, al prácticamente eliminar el uso de papel en la operativa o la necesidad de traslado de los clientes al banco. La institución ofrece múltiples soluciones que cumplen con estas variables, dirigidas a diferentes colectivos, destacando entre ellas el Crédito Flexible, el Crédito Líquido y la Línea de Crédito Instantánea, todas abocadas a la autogestión a través de los canales electrónicos de BBVA Provincial.

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

Otra iniciativa que ha tenido gran impacto es el portal [www.mispagosprovincial.com](http://www.mispagosprovincial.com), en donde 351.000 usuarios registrados realizan el pago de los servicios y productos de 349 empresas inscritas en esta innovadora plataforma, la cual les permite efectuar sus procesos de recaudación y cobranzas de manera cada vez más ágil y sencilla. En este ejercicio, se mejoró la comercialización del servicio de recaudación, incluyendo en una misma oferta los distintos canales de pago que las empresas pueden ofrecer a sus clientes pagadores.

### Dinero móvil

En el primer trimestre de 2015, la institución lanzó el nuevo servicio Provinet Dinero Móvil, único servicio a nivel nacional que permite a los clientes enviar dinero en efectivo desde Provinet al celular de la persona que deseen, sea cliente o no del banco. Su



funcionamiento es muy sencillo, ya que el cliente solo debe ingresar a Provinet y en la opción "Dinero Móvil" completar los campos solicitados (número de cuenta de débito de los fondos, así como número de cédula y teléfono del beneficiario). Luego el beneficiario recibirá en su celular un mensaje de texto (SMS) con una clave digital, con la cual podrá retirar los fondos en los cajeros automáticos del banco.

### Provinet Empresas Móvil

Potenciando su oferta digital para personas jurídicas y pensando siempre en las necesidades de las pymes, también se concretó el lanzamiento de Provinet Empresas Móvil. Nuevo servicio multiplataforma que ofrece más de 40 funcionalidades, brindando el mayor número de funcionalidades de la banca móvil de Venezuela. Para disfrutar de esta aplicación, el cliente solo debe estar registrado en Provinet Empresas e ingresar desde cualquier dispositivo móvil a <https://bancamovil.provincial.com/empresas>.

### Financiamiento de proyectos

En el ámbito del mercado de capitales, a cierre del ejercicio, el monto en papeles comerciales al portador fue de Bs. 843,3 millones y las obligaciones quirografarias de Bs. 185 millones, que al sumarse representan 24% del monto de circulación. A través de su Casa de Bolsa, el banco estructuró varias emisiones como la de una empresa líder en el área de ingeniería y construcción, así como de una compañía productora de envases, vidrio y tapas de plástico; también fue el agente líder en colocación de una empresa dedicada a la compra de materia prima e insumos agrícolas; y, participó en la colocación de una transnacional dedicada al otorgamiento de financiamientos para la adquisición de vehículos. Por otra parte, BBVA Provincial fue representante común en la emisión de papeles comerciales de una importante institución del sector financiero.

# Gestión responsable de clientes

El cliente se sitúa en el centro del modelo de negocio de BBVA Provincial.

Con el proceso de transformación digital que lleva adelante la institución, y que potenció en mayor medida en 2015, se busca mejorar la experiencia de los clientes en cada interacción y a través de todos los canales, para que sientan que operar con BBVA Provincial es una experiencia completamente distinta. Su modelo de banca responsable se centra en el cliente, en dar respuesta a sus necesidades y en ofrecerle un servicio de máxima calidad, una gestión respaldada por el mejor equipo de profesionales y sustentada en procesos sencillos, ágiles, seguros y amigables.

## Conocimiento del cliente

### Estudios clientes y no clientes

Una estrategia de negocio centrada en el cliente requiere un amplio conocimiento de él y de sus necesidades financieras, para así poder brindarle una oferta de valor y ser capaces de

generar experiencias que le resulten únicas. Para ello, BBVA Provincial sigue avanzando en sus líneas de investigación, aplicando cada año estudios de mercados cualitativos, cuantitativos y mixtos, dirigidos tanto a clientes y no-clientes, así como en los segmentos particulares y jurídicos. En las siguientes páginas se detallan las fichas técnicas de los estudios realizados en este ejercicio.

### Modelo integral de calidad

Conscientes que la calidad de atención es respaldada por el talento humano, en este ejercicio se fortalecieron los programas e iniciativas de formación y capacitación del personal en esta materia, dirigidos a los equipos de los servicios centrales y red de oficinas. Se continuó el plan de visitas del área de Calidad a la red minorista, para facilitar herramientas y reforzar los aspectos que inciden en la mejora de la gestión y atención al cliente. Acciones orientadas a potenciar el servicio e impulsar la recomendación entre clientes y usuarios.



## Fichas técnicas de los estudios de mercado 2015

Tracking publicitario	
Objetivo	Evaluar el desempeño de las diferentes campañas comerciales que ofrecen los bancos del peer group a clientes y no clientes.
Técnica	Entrevistas on line.
Metodología	Cuantitativa.
Universo	Hombres y mujeres bancarizados, mayores de 18 años de edad, de niveles socioeconómicos A/B, C y D.
Muestra	200 entrevistas por ola (12 olas), para un total de 2.400 entrevistas anuales.
Tipo de cliente	Persona natural.
Alcance geográfico	Zonas representativas del territorio nacional.
Período de ejecución	Febrero - diciembre.

Cash Management	
Objetivo	Conocer en profundidad el mercado de los servicios transaccionales y la valoración que tiene BBVA Provincial, así como sus principales competidores.
Técnica	Entrevistas estructuradas y entrevistas en profundidad.
Metodología	Cuantitativa.
Universo	Empresas pequeñas, medianas, grandes y CIB (Corporate & Investment Banking).
Muestra	Pymes: 250, empresas: 150 y CIB: 33. Total: 433.
Tipo de cliente	Jurídicos.
Alcance geográfico	Caracas, Valencia, Maracaibo y Barquisimeto.
Período de ejecución	Abril - junio.

Persona natural con actividad económica	
Objetivo	Desarrollar el perfil de los clientes con actividad económica y/o comercial
Técnica	Entrevistas en profundidad
Metodología	Cualitativa.
Universo	Personas naturales con actividad económica, persona comercial y productores agropecuarios.
Muestra	56 entrevistas.
Tipo de cliente	Personas naturales y comerciales.
Alcance geográfico	Caracas, Maracaibo y Valencia.
Período de ejecución	Septiembre - noviembre.

FRS particulares y jurídicos	
Objetivo	Determinar el posicionamiento de los bancos del peer group, su imagen y calidad de servicio.
Técnica	Entrevistas en profundidad.
Metodología	Cuantitativa.
Universo	Clientes pertenecientes a los segmentos: empresa y pymes top, masivo y mass affluent.
Muestra	Particulares: 1.250 / Jurídicos: 400.
Tipo de cliente	Personas naturales y jurídicas.
Alcance geográfico	Caracas, Maracaibo, Valencia, Maracay, Puerto La Cruz, San Cristóbal y Barquisimeto.
Período de ejecución	Abril - junio.

Posicionamiento de Nómina	
Objetivo	Conocer la percepción de personas jurídicas (empresas y pymes) y naturales (beneficiarios) acerca del producto Nómina de BBVA Provincial y principales competidores del peer group.
Técnica	Entrevistas en profundidad.
Metodología	Cualitativa.
Universo	Empresas y pymes con servicio de Nómina, así como empleados beneficiarios.
Muestra	90 entrevista en profundidad.
Tipo de cliente	Jurídico y particulares.
Alcance geográfico	Caracas, Maracaibo y Valencia.
Período de ejecución	Septiembre - noviembre.

Pymes y empresas	
Objetivo	Identificar las motivaciones de los clientes jurídicos -de los segmentos Pyme y Empresas- para incrementar o reducir su nivel de relación con entidades de la competencia.
Técnica	Entrevistas en profundidad.
Metodología	Cualitativa.
Universo	Personal responsable de las relaciones financieras, pertenecientes a actividades económicas como comercio, industria y servicios.
Muestra	46 entrevistas.
Tipo de cliente	Jurídicos.
Alcance geográfico	Caracas.
Período de ejecución	Septiembre - diciembre.

Posicionamiento de Auto	
Objetivo	Identificar las condiciones de financiamiento para autos y los distintos sistemas de incentivos a los concesionarios que le están ofreciendo los bancos competidores.
Técnica	Entrevistas en profundidad, focus group y mystery shopper.
Metodología	Cualitativa.
Universo	Encargados de concesionarios y personas con experiencia reciente en adquisición de vehículos mediante financiamiento.
Muestra	20 entrevistas, 8 focus con grupos de 10 personas cada uno y 30 mystery shopper.
Tipo de cliente	Particulares y jurídicos.
Alcance geográfico	Caracas y Valencia.
Período de ejecución	Septiembre - diciembre.

## Estudios Sindicados

Desde el rincón de los jóvenes	
Objetivo	Comprender el estilo de vida del segmento adolescente y sus experiencias con las marcas y la tecnología.
Técnica	Variada (Ómnibus Teens, investigación exploratoria y perfiles en redes sociales)
Metodología	Cualitativa y cuantitativa.
Universo	10% de la población venezolana.
Muestra	Adolescentes entre 13 y 17 años de edad.
Tipo de cliente	Personas naturales.
Alcance geográfico	Nacional.
Período de ejecución	Datos a mayo.

Tendencias del consumidor venezolano	
Objetivo	Analizar las principales variables macroeconómicas, microeconómicas y políticas que inciden en los niveles de consumo.
Técnica	Entrevista.
Metodología	Cualitativa y cuantitativa.
Universo	Personas naturales, de sexo masculino y femenino, de más de 18 años de edad y de niveles socioeconómicos AB, C, D y E.
Muestra	1.000 personas.
Tipo de cliente	Personas naturales.
Alcance geográfico	Nacional.
Período de ejecución	Datos a febrero.

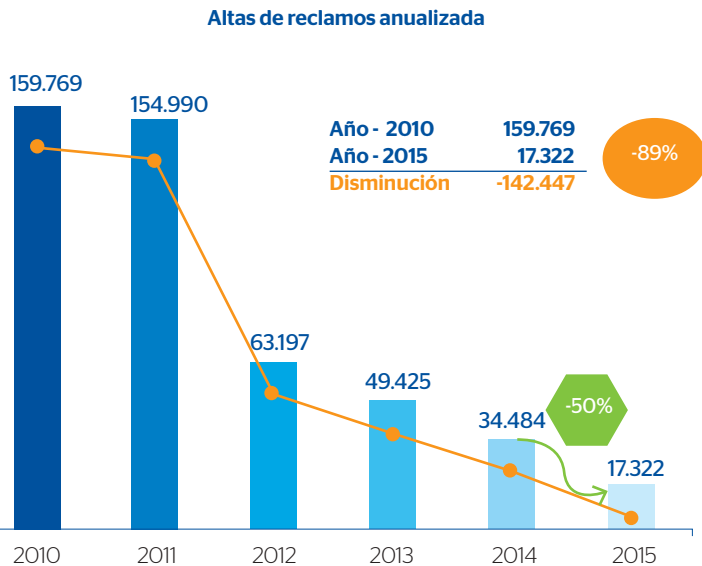
Usos del internet en Latinoamérica	
Objetivo	Analizar en profundidad el comportamiento de los usuarios de internet en Latinoamérica y su influencia sobre distintos ámbitos de interés, como la publicidad, banca, comercio electrónico, redes sociales, entre otros.
Técnica	Encuestas on line.
Metodología	Entrevistas.
Universo	Usuarios de internet de Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.
Muestra	6.537 entrevistas.
Tipo de cliente	Personas naturales.
Alcance geográfico	Latinoamérica.
Período de ejecución	Datos a septiembre.



Para la atención preferencial de personas con discapacidad, tercera edad y embarazadas, las oficinas cuentan con el puesto de Atención Integral para que realicen sus operaciones de forma más cómoda y segura. Y el colectivo de tercera edad, dispone del sistema biométrico en los cajeros multiexpress.

## Gestión de quejas y reclamos

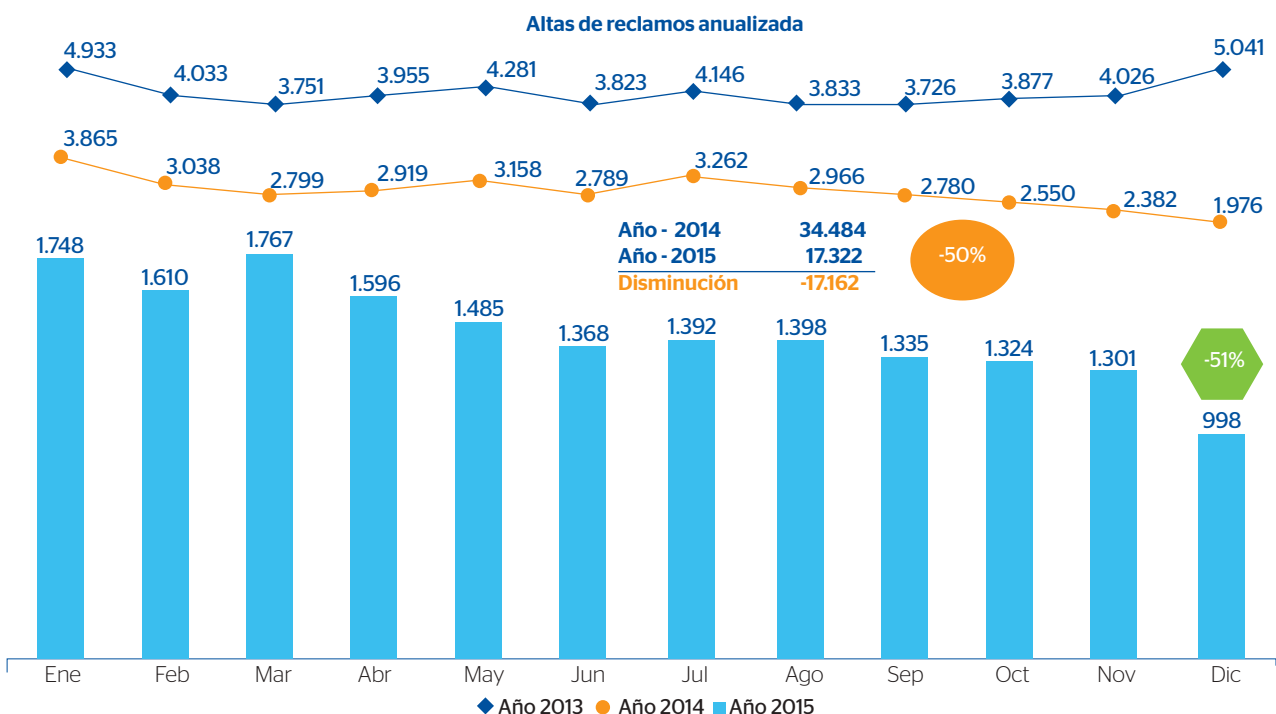
La gestión de reclamos también está estrechamente vinculada e incide en la calidad de atención y servicio. Y en este sentido, son diversos los proyectos y acciones que se han emprendido, bajo el liderazgo del equipo de Gestión de Reclamos y con el apoyo de diversas áreas, permitiendo que por sexto año consecutivo el banco reporte un descenso en el alta de reclamos, además de concretar avances en lo relativo al uso de canales alternos en su



formulación, disminución de la carga operativa en las oficinas y optimización de los tiempos de respuestas, lo que sin duda favorece y mejora la experiencia del cliente

Como resultados, a cierre de año se contabilizó el alta de 17.322 reclamos a través de los diferentes canales, un 50% menos con respecto a 2014 y 89% menos al comparar con 2010, lo que demuestra su evolución y el impacto positivo de las continuas mejoras realizadas. Se observó una sistemática reducción en el alta de reclamaciones, promediando 1.444 quejas al mes (promedio mensual año 2014: 2.884), y logrando en el mes de diciembre registrar solo 998 reclamos, estableciendo así el umbral más bajo en la última década. Y en lo referente a la calidad de atención, se evidenció mejoras en las respuestas en un primer nivel, dado que solo 696 de estos casos solicitaron reconsideración (4,01% del total de reclamos).

Las acciones acometidas en 2015 por la institución en este proceso de mejora continua, han estado principalmente dirigidas a las siguientes áreas:



- Enmarcado en el Plan DIR (Directores) y otras mejoras en los cajeros multiexpress y recicladores de las Zona Express, se optimizó el proceso de regularización automática por operaciones de depósito en efectivo no abonado, pago de tarjetas de crédito, pago de servicios en efectivo, retiro y dinero móvil no dispensado, sin tener el cliente la necesidad de formular el reclamo.
- Mejoras en los reversos automáticos, antes de las 48 horas, por dinero no dispensado en cajeros automáticos ajenos y asociados a la red Suiche 7B, sin requerir que los clientes formulen su reclamación.
- A través del alta de reclamos de tipología fraude se identifican los diferentes modus operandi, aportando información relevante al área de Prevención del Fraude Tecnológico, favoreciendo las alertas y parámetros de la herramienta Monitor Plus.

Tipología de reclamos Fraude			
Tipo	Año 2014	Año 2015	Variación
Cuentas y cheques	1.059	445	-614
Tarjeta de débito	2.394	2.336	-58
Tarjeta de crédito	5.172	2.152	-3.020
Transferencias	469	259	-210
<b>Sub total Fraude</b>	<b>9.094</b>	<b>5.192</b>	<b>-3.902</b>

Alcance: BBVA Provincial

Tipología de reclamos No Fraude			
Tipo	Año 2014	Año 2015	Variación
Retiros ATM's Ajenos	4.839	2.566	-2.273
Retiros ATM's Propios	3.865	2.756	-1.109
ATM's Multiexpress	5.650	3.650	-2.000
Puntos de Ventas tarjeta de débito	7.196	1.540	-5.656
Puntos de Ventas tarjeta de crédito	2.144	455	-1.689
Control cambiario	741	299	-442
Otros (Intereses / comisiones)	955	864	-91
<b>Sub total Fraude</b>	<b>25.390</b>	<b>12.130</b>	<b>-13.260</b>
<b>Total Fraude y No Fraude</b>	<b>34.484</b>	<b>17.322</b>	<b>-17.162</b>

Alcance: BBVA Provincial

En relación a su tipología, de las 17.322 reclamaciones recibidas en este período, 5.192 eran por fraude y 12.130 por otros conceptos (no-fraude). Al revisar el comportamiento de cada tipología según el canal utilizado por el cliente, tenemos una marcada reducción en los reclamos por fraude con tarjetas de crédito y por no fraude la mayor disminución fue en las operaciones en los puntos de venta con tarjetas de crédito.

En cuanto a los canales utilizados por los clientes para la formulación de reclamos, los más usados siguen siendo Provinet

(www.provincial.com) y Línea Provincial (0500-508.74.32), gestionando los canales alternos el 52% del total de reclamaciones y la red de oficinas el 48% restante. El tiempo promedio de respuesta se mantuvo en cuatro días, muy por debajo de los 20 días estipulados por ley (Sudeban y Defensoría del Cliente).

A pesar de pasar de un promedio mensual de 37.804.259 transacciones en 2012 a 51.603.806 operaciones promedio en 2015, reflejando un aumento significativo en la volumetría, el índice de reclamos disminuyó de 1,4 a 0,28 por cada 10 mil operaciones, siendo el umbral más bajo alcanzado.

Ante el Defensor del Cliente se presentaron 1.647 reclamos, dictaminados improcedentes en primer nivel, siendo reconsiderados -en segundo nivel- a favor del cliente 324 de ellos (20%), cumpliendo con la normativa 06315 Normas Relativas a la Protección de Usuarios y Usuarías de los Servicios Financieros. Esta instancia vela por la defensa y protección de los derechos e intereses de clientes y usuarios, actúa como un ente independiente y reconsidera con imparcialidad los reclamos no resueltos a satisfacción del cliente por las oficinas o áreas responsables: Gestión de Reclamos y Calidad y Atención al Cliente.

En este período, también se atendieron 777 oficios correspondientes a denuncias por reclamaciones de los clientes ante la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario (Sudeban), reflejando un descenso de 28% con respecto al año anterior (con 1.086 oficios), brindando oportuna respuesta en los plazos indicados por el ente y sin incurrir en procedimientos administrativos que pudiesen afectar la reputación de la institución.

En el ámbito corporativo, BBVA Provincial presentó en 2015 los mejores indicadores del Grupo en cuanto a la disminución del alta de reclamos (-50%) y tiempos de respuesta (cuatro días). En las mediciones de calidad de BBVA, en el índice de recomendación neta (iReNe) se alcanzó el nivel más alto de valoración positiva entre los clientes (54%), ubicándose por tercer año en la primera posición entre los bancos de la organización.

Adicionalmente, por cuarto año consecutivo, la institución se hizo merecedora de la distinción por "Calidad y máximo nivel de eficiencia en la tramitación de los reclamos administrativos interbancarios" otorgada por la Corporación Suiche 7B, destacando su gestión dentro del sistema financiero nacional.

## Banca digital

En 2015 se avanzó en la profundización del proceso de transformación hacia una banca digital, consolidando el modelo de distribución multicanal y ofreciendo a los clientes una gran variedad de servicios financieros de una forma sencilla, transparente, accesible en cualquier momento y desde cualquier dispositivo. Y es que la estrategia omnicanal de BBVA Provincial permite al cliente elegir el canal que más le interese para cada operativa, brindándole una experiencia única en su relación con la entidad y dando eficaz respuesta a sus necesidades.

Comparativo	Índice de reclamos (promedio mensual de operaciones y reclamos)			
	2012	2013	2014	2015
Opciones operativas mes	37.804.259	40.975.465	66.934.078	51.603.806
Reclamos promedio mes	5.299	4.087	2.874	1.444
<b>Total Índice</b>	<b>1,4</b>	<b>0,99</b>	<b>0,43</b>	<b>0,28</b>

Alcance: BBVA Provincial

## Transformación de los comportamientos y las necesidades de los clientes



### Canales digitales (web y móvil)

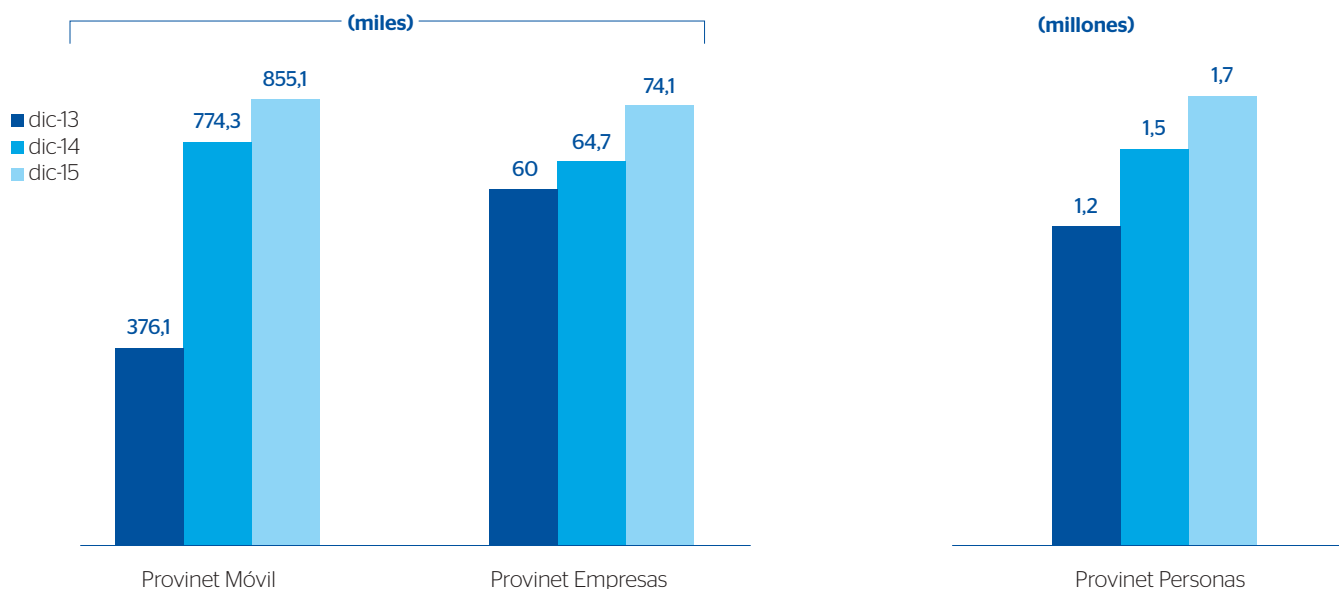
Un mayor número de personas se sumó a este proceso de transformación, logrando ampliar la base de clientes digitales a 1.722.322 y mostrar un crecimiento de 10,29% con respecto al año anterior (1.561.620 clientes digitales). También en el segmento jurídico se observó una marcada evolución, al registrar un incremento de 14,60%, al pasar de 64.715 a 74.163 pymes activas en su banca web a cierre de diciembre de 2015. Igualmente, su banca móvil creció a 855.109 clientes registrados, frente a los 774.322 cliente móviles de 2014.

En relación al número de transacciones gestionadas a través de su bancas web y móvil, en Provinet Personas se realizaron más de 577.123.582 operaciones, con un promedio mensual de más de 48 millones; Provinet Empresas contabilizó 43.091.773 en el año, promediando unas 3,5 millones al mes; y, Provinet Móvil cerró con 280.539.705 transacciones y una media de 23 millones al mes.

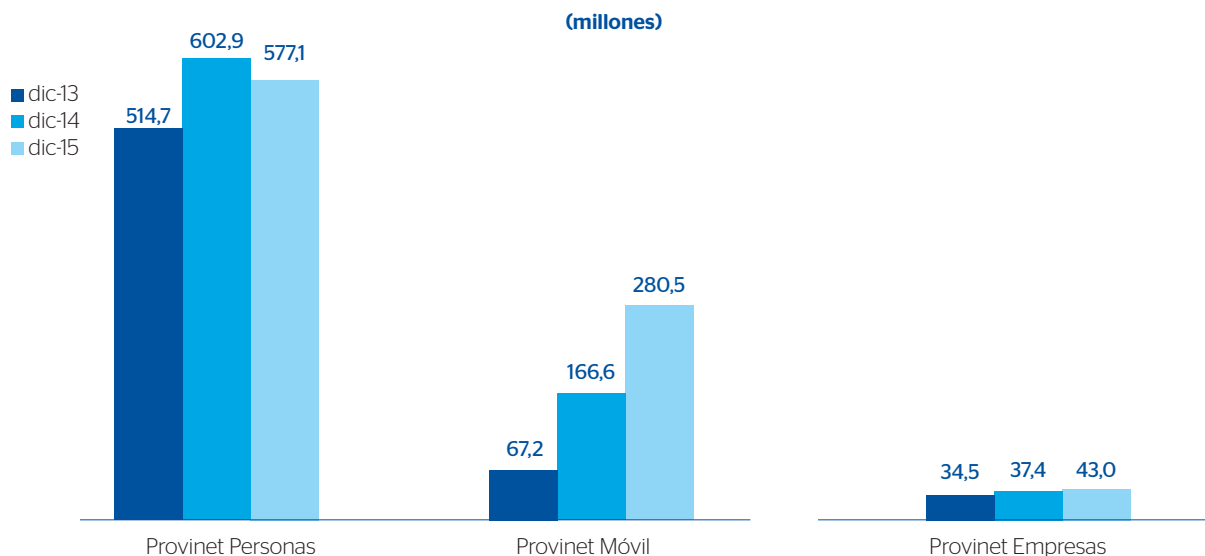
Entre las diferentes acciones que se llevaron a cabo en este ejercicio, se intensificó la estrategia de venta de productos y servicios a través de los canales digitales, para ello, se optimizó el proceso de contratación y amplió el catálogo de tarjetas de crédito por Provinet, incidiendo favorablemente en los indicadores de usabilidad, al disminuir los pasos requeridos para la contratación y mejorar su *look&feel*.

En Provinet Móvil, se siguió trabajando en el fortalecimiento de los aspectos relativos a la seguridad, con la tarjeta de coordenadas y el código de autorización. En noviembre se concretó el lanzamiento de la nueva versión de Provinet Móvil Personas para Android, ofreciendo al cliente la posibilidad de registrarse, solicitar dinero móvil, mejorando la experiencia con una interfaz más amigable y un diseño más moderno. La campaña de este lanzamiento tenía como lema "Descarga la app y participa por un Samsung S5", con la intención de impulsar un

### Crecimiento de clientes por canal



## Crecimiento de operaciones por canal



mayor uso de la banca móvil entre los clientes y así ofrecerles una experiencia única.

### Zona Express

Imprimiendo mayor rapidez y sencillez en la forma en que el cliente puede realizar sus operaciones en la red comercial ya 253 oficinas cuentan con esta área de autoservicio, de las cuales 250 estaban en pleno funcionamiento para cierre de este ejercicio y tres corresponden a próximas aperturas de oficinas. En cuanto al parque de cajeros automáticos de BBVA Provincial este asciende a 2.045 unidades, incluyendo 1.020 cajeros multifuncionales o multiexpress.

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

Al cierre de 2015, esta plataforma de internet contaba con 349 empresas afiliadas, canalizando sus procesos de recaudación y cobranzas, con una población aproximada de 351.000 usuarios registrados y con un crecimiento promedio de 7.000 usuarios al mes. Actualmente, 22 sectores de la economía nacional tienen presencia en este site transaccional.

### Workflow

Orientada a imprimir mayor eficiencia a la gestión, a través de la automatización de procesos y la digitalización de documentos, la

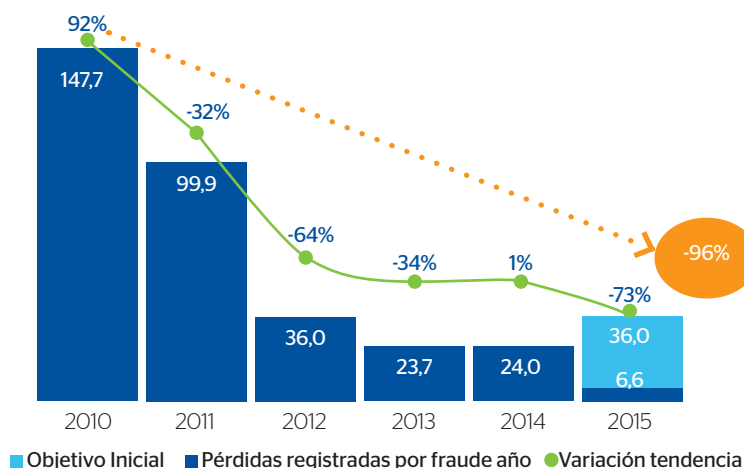
plataforma Workflow incorporó nuevas funcionalidades. Parte de estas mejoras, incluye la digitalización en las oficinas de los documentos necesarios en las evaluaciones de Admisión de Riesgos, teniendo mayor control en las aprobaciones de operaciones; la funcionalidad de control de inventario de expedientes gestionados, facilita la validación de la documentación vencida o por vencer relacionada a los mayores deudores; y la incorporación de las operaciones de préstamos y pagarés comerciales en el expediente digital, optimizan las labores de seguimiento. Workflow cuenta con 5.405.769 expedientes digitalizados, disponibles para la operativa de la red y servicios centrales.

## Protección al cliente

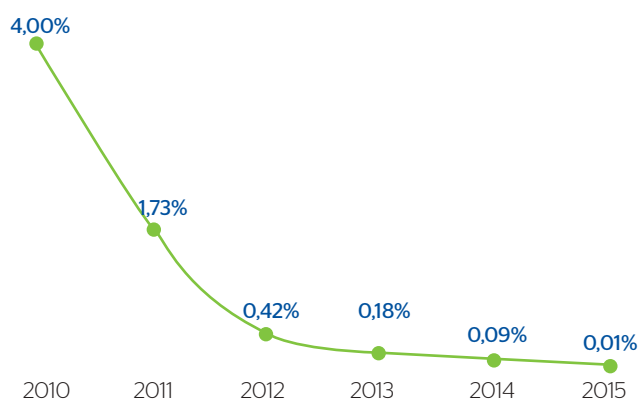
### Prevención del fraude

La constante revisión de los procesos de gestión del fraude y la aplicación de novedosas herramientas tecnológicas en el control y mitigación de este tipo de riesgo, han permitido que BBVA Provincial presente en los últimos años los mejores resultados en esta materia, registrando a cierre de diciembre la cifra de Bs. 6.590.909,69 por concepto de pérdidas, a pesar del marcado crecimiento en las operaciones del banco y el volumen monetario. Además de obtener un índice anual de pérdidas por fraude / margen financiero de solo 0,01%.

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



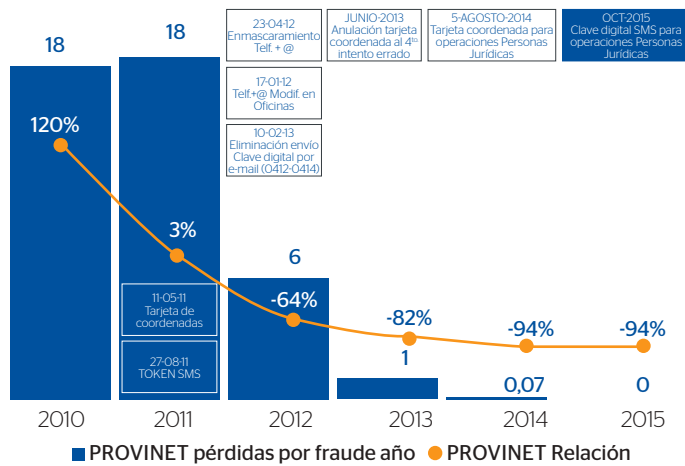
### Índice de pérdidas fraude/márgen financiero (MM Bs.)





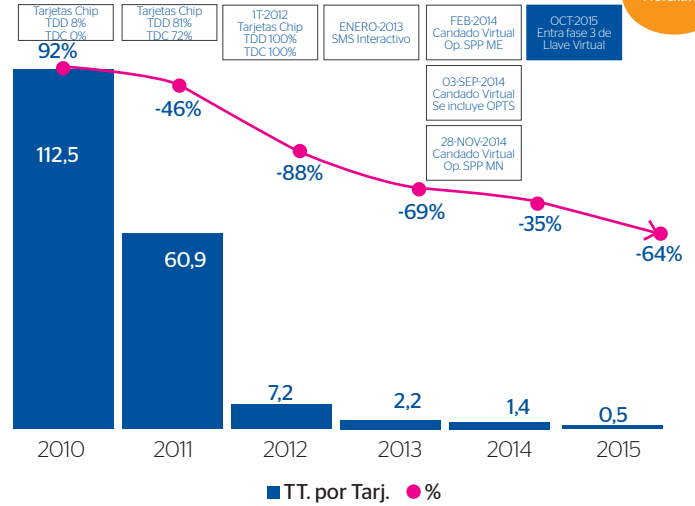
## PROVINET

### Pérdidas por fraude comparación anual (MM Bs.)



## Tarjetas

### Pérdidas por fraude comparación enero (MM Bs.)



Acciones Preventivas

Al revisar los resultados por canal, se observa en detalle su evolución:

- Provinet destaca con un monto de Bs. 4 mil en pérdidas, lo que representa un 94% menos con respecto al año anterior, gracias a instrumentos como la Tarjeta de Coordenadas y las claves dinámicas para la firma de operaciones vía mensajes de texto.
- Tarjetas alcanzó a disminuir el importe por pérdidas por fraude en 64%, obteniendo nuevamente una cifra récord de Bs. 400 mil, como consecuencia de la implantación de la Llave Virtual.
- Cheques registró pérdidas por Bs. 345 millones y que al comparar con los Bs. 144 millones del año 2014 dan una variación de - 58,2%.

Sin duda estos logros son reflejo de la sinergia y trabajo en equipo, contando con la activa participación de áreas como Prevención de Fraude Tecnológico y Seguridad de la Información, Operaciones, Seguridad Bancaria, Gestión y Desarrollo, Comunicaciones Corporativas, Innovación y Desarrollo, así como de toda la red de oficinas.

## Formación en seguridad

Una cultura de prevención en materia de seguridad sigue siendo una constante en la gestión de BBVA Provincial, impulsada desde todas sus áreas, por lo que se dio continuidad a la campaña de comunicación interna ¡Sí, seguro!. Campaña que hizo hincapié en las buenas prácticas en la banca digital, consolidando los principios y aspectos relevantes en la prevención del riesgo tecnológico y financiero, convirtiendo a los más de cinco mil empleados en sus principales promotores.

## Seguridad física

Diversas iniciativas se han emprendido en este ámbito, como fue la extensión del servicio de atención de urgencias y emergencias del

Centro de Gestión de Alarmas a todo el territorio nacional. Además de fortalecer una cultura de prevención a través de actividades formativas, con charlas a los cuerpos de seguridad del Estado en temas como "Cheque único y sus características de seguridad" y "Modalidad delictiva cambio"; y dirigida a 136 empleados del banco, se dictó la conferencia "Entorno de inseguridad en el país y medidas de autoprotección". Reiterando de esta manera lo que es una prioridad para la institución, como es garantizar la seguridad de sus clientes, usuarios, empleados y demás grupos de interés.

## Continuidad de negocio

Con el objetivo de garantizar la continuidad operativa de las actividades críticas ante eventos de baja probabilidad de ocurrencia pero de muy alto impacto, en 2015 la institución aprobó nueve planes de continuidad de negocio, los cuales se mantienen actualizados a través de los comités locales con las diferentes áreas involucradas y la realización de pruebas de simulación de crisis, dando cumplimiento a la metodología de continuidad de negocio corporativa y a los requerimientos regulatorios en esta materia.

También se actualizó la Norma interna 00.20.017 "Gestión de Continuidad de Negocio" que instruye acerca de la aplicación metodológica, así como el uso y administración del centro de operaciones alterno (COA). Y en materia formativa, se incorporó a la plataforma Campus BBVA los cursos de Continuidad de Negocio en los niveles básico, avanzado y especializado, dirigido a los empleados de los servicios centrales y red de oficinas.

# Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

---

La prudencia como principio de precaución en la gestión del riesgo.

## Modelo de gestión de riesgo reputacional

La reputación corporativa se define como la percepción que los grupos de interés tienen de la institución en función de su comportamiento, la cual se mide según el grado de confianza, admiración / respeto, buena impresión y reputación. En este sentido, el riesgo reputacional es la exposición a la incertidumbre de resultados como consecuencia de eventos que pueden afectar negativamente esta percepción.

El modelo de gestión de riesgo reputacional de BBVA Provincial, contempla en el análisis de la reputación aspectos como liderazgo, finanzas, trabajo, innovación, oferta ética y ciudadanía, y que junto a las actividades de mitigación y control fortalecen la gestión integral de este riesgo. Asimismo, el Comité Operativo de Riesgo Reputacional, integrado por las áreas de Riesgo Operacional y Control, Cumplimiento Normativo,

Comunicación Corporativa, así como Responsabilidad y Reputación Corporativas en la función de secretaría, es el órgano encargado de diseñar este modelo y promover su adecuada implantación.

Entre las acciones ejecutadas en 2015, a través de la Herramienta de Riesgo Reputacional, se establecieron y registraron las medidas de mitigación según el mapa de riesgos reputacionales del banco, logrando homogenizar los análisis locales en cada una de las áreas susceptibles a esta tipología de riesgo, además de reforzar su gestión y labores de control.

## Riesgo operacional y control interno

En este ejercicio, el Comité de Riesgo Operacional dio continuidad a la gestión preventiva del seguimiento de eventos significativos, permitiendo a las áreas del banco identificar sus niveles de exposición ante este tipo de riesgos y aplicar las medidas correctivas correspondientes. De manera similar, se afianzó la gestión del Comité de Nuevos Negocios y





Productos, como foro de admisión del riesgo operacional e incorporando el análisis del riesgo reputacional, alineado con los nuevos modelos de negocio y el impulso de las nuevas tecnologías en la oferta de servicios.

## Concesión responsable del crédito

El modelo de banca responsable está basado en una rentabilidad ajustada en los principios de integridad, prudencia y transparencia. Una prudencia entendida como principio de precaución en la asunción del riesgo, además de considerar e integrar aspectos sociales, éticos, ambientales y reputacionales en la gestión de ese riesgo. Aplicando el banco plenamente y en todo momento los criterios de ESG (environmental, social and governance), referidos a la incorporación de variables ambientales, sociales y de gobierno corporativo en el negocio y en todas sus actividades.

### Principio de precaución

La gestión del riesgo se sustenta en dos enfoques diferenciados que contribuyen a la generación de valor y garantizan una adecuada actuación en la toma de decisiones. En este sentido, los procesos y metodologías de la unidad de Administración Integral brindan un marco de actuación que está ajustado a las normas establecidas en la Resolución N°136.03 de la Superintendencia de Instituciones del Sector Bancario (Sudeban), el cual contribuye en las decisiones de admisión de los diferentes tipos de riesgos.

Adicionalmente, los procesos de admisión y seguimiento del riesgo se concentran en el área de Gestión del Riesgo, estableciendo una división funcional que fortalece la independencia en la toma de decisión de admisión. Funciones sustentadas en un robusto sistema de gobierno corporativo, que otorga independencia, autonomía y profesionalismo a la labor de gestión del riesgo en la institución.

Operativa que además está inspirada en las mejores prácticas internacionales, determinadas por organismos como el Comité de Basilea para la Supervisión Bancaria, y que favorecen a la configuración de modelos de gestión especializados en cada una de las tipologías de riesgos.

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 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 responsables de evaluar las solicitudes recibidas por el área comercial, de acuerdo al monto de la autorización, tratándose del Risk Management Committee (RMC), el Comité Técnico de Operaciones (CTO) y el Comité Central de Riesgo Mayorista y Minorista (CCR).

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.
3. Un marco de identificación, evaluación, seguimiento e información de los riesgos asumidos, en condiciones normales y de tensión que permite una valoración estática y dinámica del riesgo.
4. Un conjunto de herramientas, metodologías y cultura de riesgos que constituyen la base sobre la cual la institución construye su esquema diferenciador en la gestión de riesgos.

Estas estructuras, junto a objetivos específicos de actuación, han impulsado nuevos modelos de negocios, apalancados en la tecnología y teniendo como principio clave el criterio de prudencia.

## Gestión del riesgo

La independencia de la función de riesgos dentro de la institución, así como la aplicación de herramientas y metodologías específicas, orientadas a la gestión predictiva del riesgo, además de una política permanente de formación del talento humano, han sido factores clave para la mejora continua de los niveles de calidad del riesgo. Muestra de ello, al cierre del segundo semestre de 2015, la cartera de créditos neta registró un crecimiento de 102,75% con respecto al año anterior, mejorando el nivel de morosidad y cobertura de la cartera, al ubicarse el ratio de mora en 0,25% (año 2014: 0,35%) y la cobertura de provisiones sobre créditos dudosos en 1,188% (año 2014: 980%). Similar desempeño evidenció la prima de riesgo crediticio, al disminuir en 12 puntos básicos y cerrar el año con 2,20%.

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 y 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 sus siglas en inglés) y que refleja el nivel de riesgo ambiental y social del proyecto.

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 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.

## Principios de Ecuador

Los Principios de Ecuador (PE) brindan un marco de gestión de los riesgos, adoptado por las instituciones financieras para determinar, evaluar y gestionar los riesgos ambientales y sociales en la financiación de proyectos. 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.

BBVA Provincial está plenamente comprometido con estos estándares de referencia de la financiación responsable, por lo que incorpora estos principios en sus políticas internas y contempla el financiamiento solo de aquellos proyectos que cumplan con los PE. El cumplimiento de estos principios permite un control responsable del riesgo, garantizando que los financiamientos se destinen a la realización de proyectos socialmente responsables y que se ejecuten mediante procedimientos que no impacten de forma negativa en el medioambiente.

## Norma de defensa

Entre los objetivos del área de Gestión del Riesgo, está gestionar eficazmente los riesgos financieros y garantizar resultados operacionales mediante el financiamiento de actividades productivas, rentables, generadoras de empleo, que signifiquen crecimiento económico para el país y, especialmente, que se realicen dentro de estándares éticos, sociales, medioambientales y de derechos humanos.

El Código de Conducta de BBVA Provincial se fundamenta en principios y valores éticos, por lo que considera que determinadas actividades y productos relacionados con la industria de defensa van en contra de tales principios y normas empresariales. En este sentido, con estricto apego a la legislación vigente y garantizando que todas las normativas aplicables a sus actividades y operaciones se observen sin excepción, la institución da así cumplimiento a una política específica sobre derechos humanos y un compromiso en la defensa de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, contando además con norma de actuación en materia 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. La normativa, denominada Norma de Actuación en Materia de Defensa, fue aprobada en febrero de 2012 por el Risk Management Committee.

# Equipo

En BBVA Provincial las personas constituyen su principal fuente de valor.

Las principales directrices que impulsan el diario actuar de sus profesionales son el cliente, respeto a las personas, trabajo en equipo y actuar conforme a los más altos estándares éticos, los que unidos al esfuerzo y dedicación de cada uno de ellos construyen y fortalecen a BBVA Provincial. Empresa que en los últimos tres años ha sido seleccionada como uno de los mejores lugares para trabajar en Venezuela, ocupando en 2015 la tercera posición del ranking global elaborado por Great Place to Work® Institute y siendo el banco mejor posicionado en esta lista.

Distinción de mayor importancia para la institución, ya que es otorgada por los propios empleados, quienes valoran principalmente aspectos como "el orgullo" al trabajo individual, al equipo y a la organización; "el compromiso" como sentido de vinculación con la empresa y con la labor que desempeñan; "la empresa" con la imagen que proyecta tanto interna como externamente; "la motivación" como incentivo para realizar el trabajo y "la camaradería" a las relaciones, al sentido de unidad y de hospitalidad.

Y es que BBVA Provincial es consciente que el talento y la iniciativa de sus 5.233 empleados son

los factores que realmente le conducen al éxito, siendo el pilar de su estrategia de negocio responsable, entendiendo que son una empresa de personas para personas.

## Selección, formación y desarrollo

### Empleo y selección

Una de las acciones más relevantes en materia de captación de talentos, fue el ingreso de 55 ingenieros de sistemas y su incorporación a los equipos de las áreas de Gestión y Desarrollo, Tecnología y Explotación, Seguridad Informática y del Centro de Atención Inmediata (CAI), proceso impulsado por la internacionalización de la empresa Soluziona (la cual forma parte de Indra) y que contempló una rigurosa selección a través de filtros y pruebas que miden tanto habilidades individuales como grupales.



## Datos relevantes plantilla BBVA Provincial

Empleados			
Año	2015	2014	2013
Total	5.233	5.363	5.326

Alcance: BBVA Provincial

Altas Empleados			
Año	2015	2014	2013
Total	463	450	337

Alcance: BBVA Provincial

Bajas Empleados			
Año	2015	2014	2013
Total	585	413	327

Alcance: BBVA Provincial

Dimisiones Voluntarias de Plantilla (turn over)(%)			
Año	2015	2014	2013
%	7,43	4,27	2,57

Alcance: BBVA Provincial

Distribución de empleados por Región y Estado	2014	2013
Región	Estado	Total
Región Guayana	Amazonas	7
Región Oriental	Anzoátegui	153
Región Los Llanos	Apure	30
Región Central	Aragua	199
Región Los Llanos	Barinas	68
Región Guayana	Bolívar	171
Región Central	Carabobo	328
Región Centro - Occidental	Cojedes	16
Región Capital	Distrito Federal	2.439
Región Centro - Occidental	Falcón	66
Región Los Llanos	Guárico	56
Región Centro - Occidental	Lara	346
Región Los Andes	Mérida	206
Región Capital	Miranda	225
Región Oriental	Monagas	48
Región Insular	Nueva Esparta	43
Región Centro - Occidental	Portuguesa	93
Sucursal Exterior: Curazao	Sin identificar	9
Región Oriental	Sucre	39
Región Los Andes	Táchira	160
Región Los Andes	Trujillo	76
Región Capital	Vargas	33
Región Centro - Occidental	Yaracuy	56
Región del Zulia	Zulia	366
	Total general	5.233

Alcance: BBVA Provincial

Plantilla por Edad											
2015				2014				2013			
Media	<25	25-45	>45	Media	<25	25-45	>45	Media	<25	25-45	>45
37,7	8,4	69,2	22,3	38,1	6,1	67,1	26,8	38	5,3	73,7	21,10

Alcance: BBVA Provincial

Contratos por género (%)	2015			2014			2013		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
Fijos o indefinidos tiempo completo	34,48	64,93	99,41	34,27	64,09	98,36	34,81	64,82	99,63
Temporales	0,229	0,363	0,59	0,63	1,01	1,64	0,15	0,22	0,37

Leyenda: H= hombres y M=mujeres.  
Alcance: BBVA Provincial

Distribución funcional por género y categoría profesional (%)	2015		2014		2013	
	%H	%M	%H	%M	%H	%M
Total BBVA Provincial	34,7	65,3	34,91	65,09	34,96	65,04
Comité de dirección y directores corporativos	44,4	55,6	57,14	42,86	77,78	22,22
Directivos	53,65	46,34	54,55	45,45	57,78	42,22
Mandos medios	43,62	56,37	39,55	60,45	44,96	55,04
Especialistas / Fuerza de ventas	32,28	67,71	30,47	69,53	44,99	55,01
Puestos base	36,53	63,46	35,80	64,20	36,47	63,53

Leyenda: H= hombres y M=mujeres.  
Alcance: BBVA Provincial



Por otra parte, afianzando su posicionamiento como uno de los principales empleadores en Venezuela y con la finalidad de promover la inserción de jóvenes profesionales, la institución estuvo presente en las ferias de empleo organizadas por la Universidad Católica Andrés Bello y la Universidad Central de Venezuela.

## Formación

Con el objetivo de hacer del profesional de BBVA Provincial el mejor en su función e impulsar su desarrollo, cada año se fortalece la inversión en el área de formación y se orientan mayores esfuerzos en ofrecer una oferta formativa personal, en la que se tienen en cuenta áreas clave de mejora, los elementos a potenciar y cursos más adecuados para cada empleado; además de ofrecer iniciativas y canales de ejecución innovadores, apalancados en plataformas tecnológicas de primera.

La gestión en 2015 permitió incrementar a 290.885 horas de formación impartidas, distribuidas en 209.600 horas on line y 81.285 horas bajo la modalidad presencial, dirigidas mayormente a actividades de autodesarrollo y especialización, a través de una amplia diversidad de programas e iniciativas alineadas a las estrategias de negocio responsable y a las necesidades de cada equipo y de sus integrantes.

Entre las actividades que se llevaron a cabo en este ejercicio, están el Taller de Scrum & Agile Essentials y la Jornada Agile Weekend Venezuela, ambas dirigidas al equipo de Banca Digital; la certificación de riesgo operacional básico; la formación de nuevos mentores para el Baddy Program; además de dar continuidad a la oferta de cursos de idiomas (Inglés) y de desarrollo de habilidades y conocimientos financieros, apalancados en la plataforma Campus BBVA.

## Principales programas de formación

### Preindicaciones de cheques: Herramienta Net Cash

*Objetivo:* mejora de los procesos de los servicios transaccionales y

Equipo

Formación	2015	2014	2013
<b>Inversión total en formación (en miles de Bs.)</b>	25.592.651	16.485.000	15.800.000
<b>Inversión en formación por empleados (en Bs.)</b>	4.477,37	2.730,7	2.711,52
<b>Horas de formación impartidas</b>	290.885	224.107	255.733
<b>Horas de formación por empleados</b>	17,6	18,8	20,8
<b>Actividades formativa mediante e-learning (%)</b>	92%	98%	91,60%
<b>Empleados que han recibido formación en el año (%) al cierre 2015</b>	93,51%	93,74%	97,09%

Alcance: BBVA Provincial

Canales de Formación (%)	2015	2014	2013
<b>Formación Presencial</b>	28%	49,7%	51%
<b>Formación a través de e-learning</b>	72%	50,3%	49%

Alcance: BBVA Provincial

mitigación del riesgo de fraude, contando con el apoyo de Transaction Service Venezuela.

*Participantes:* 108 empleados de la red comercial, entre gestores de negocio, gerentes y subgerentes de oficina.

### Programa de Desarrollo Directivo

*Objetivo:* correspondiente a su 16ta. edición, este programa de Global Management de BBVA refuerza competencias en gerencia de proyectos, gestión de equipos de alto desempeño y liderazgo, contando localmente con el apoyo del Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA).

*Participantes:* 33 directores de áreas, responsables de equipos y gerentes de oficinas.



### Programa de formación integral de gestores internos BEI

*Objetivo:* reforzar la calidad de servicio en la red comercial, impulsando la especialización de sus profesionales y promoviendo en mayor medida valores éticos, el trabajo en equipo, la iniciativa y el liderazgo.

*Participantes:* 49 empleados de BEI.

### Programa Forma-t: Olimpiadas del Conocimiento

*Objetivo:* formación a distancia en las áreas de inversión, medios de pago, servicios jurídicos, riesgo, Workflow, modelos y segmentos, con la finalidad de maximizar la gestión comercial.

*Participantes:* 3.500 empleados de la red de oficinas, tanto Minorista como BEI.

### Programa de supervisión y liderazgo

*Objetivo:* en sus ediciones 7 y 8, se reforzaron habilidades en liderazgo y gestión de equipos de trabajo, contando los participantes con la supervisión y asesoría de un coach externo para la realización de sus trabajos finales.

*Participantes:* 30 responsables de equipos.

### Programa ¡Depende de ti!

*Objetivo:* bajo la modalidad de autopostulación, se organizaron 19 actividades dirigidas al desarrollo de habilidades personales y el sano esparcimiento, potenciando valores familiares y una mayor calidad de vida. Los talleres desarrollaron temáticas como la resiliencia, coaching, paternidad, liderazgo, entre otras.

*Participantes:* 846 empleados en todo el país.

### Desarrollo de habilidades para la prevención en el sistema financiero

*Objetivo:* actualizar y profundizar conocimientos en la prevención y mitigación de riesgos de legitimación de capitales, financiamiento al terrorismo y otros delitos, además de fortalecer los principios y valores del Código de Conducta de BBVA Provincial.

*Participantes:* 2.613 empleados en los cursos presenciales y 1.554 en la plataforma e-learning.

### Movilización actitudinal, integración y trabajo en equipo: El desafío de hacerlo juntos

*Objetivo:* se organizaron tres actividades, orientadas a impulsar el

liderazgo asertivo, la comunicación efectiva y una mayor sinergia entre los integrantes del equipo de trabajo, potenciando su desempeño y excelencia. Dos de estas actividades fueron charlas y la tercera fue un cine foro.

*Participantes:* equipo de Gestión y Desarrollo, sumando 135 participantes.

### MOOC Campus BBVA

*Objetivo:* con esta iniciativa los empleados pueden estudiar en las grandes universidades y escuelas del mundo de forma gratuita y vía on line, participando en foros y promoviendo el autodesarrollo. Existen aproximadamente 128 MOOC (Massive Open Online Course), disponibles en español e inglés, en distintas categorías: digital, engineering, riesgos, finanzas y negociación, así como ventas y marketing.

## Diversidad y conciliación

Como parte de su programa Pasión por las personas, la institución emprendió diversas acciones con los objetivos de incrementar la motivación y la vinculación de su equipo de profesionales, así como promover los principios y valores corporativos, iniciativas enmarcadas en las tres aristas de este programa: diversidad de género, clima laboral y conciliación.

En materia de diversidad de género, que se centra en los vectores de maternidad, desarrollo profesional y sensibilización, impulsando la igualdad de oportunidades y fortaleciendo el rol de la mujer en la organización, la familia y la sociedad, se organizaron una serie de lecturas acerca de la familia, la mujer en la actualidad, el rol del padre en la familia, entre otros tópicos; además de juegos didácticos y ferias especiales.

También se llevaron a cabo lecturas en temas vinculados al clima laboral, parte de ellas estaban dirigidas a los líderes de la organización, las cuales buscaban reforzar habilidades gerenciales y en gestión de equipos. Las lecturas para todos los empleados, trataban de promover el manejo eficiente del tiempo y una mejor planificación de la jornada laboral.



Con la intención de lograr una mayor conciliación entre los intereses personales y profesionales, se dio continuidad al programa de autodesarrollo ¡Depende de ti! con una completa e innovadora programación de actividades y talleres, a los que el empleado puede postularse de forma voluntaria de acuerdo a sus inquietudes y preferencias.

Como eventos relevantes dentro del programa Pasión por la personas, los cuales favorecen al clima laboral e intensifican la conciliación, se celebraron las nuevas ediciones de siguientes iniciativas:

**9na. Carrera caminata:** Siembra valores y aprecia la vida: evento deportivo organizado por BBVA Provincial en alianza con el Fondo Nacional Antidrogas (FONA) que pretende fomentar el sano esparcimiento, el cual se realiza de manera simultánea en España y en la mayoría de países donde el Grupo BBVA está presente. Participaron 4.200 personas, entre empleados, familiares, clientes y relacionados.

**6ta. Marea Azul:** esta iniciativa forma parte del Proyecto de prevención integral social del banco que coordina junto al Fondo Nacional Antidrogas (FONA), fortaleciendo hábitos que inciden en una mejor calidad de vida. En esta oportunidad, se organizaron cuatro recorridos en diferentes Parques Nacionales, de entre tres y seis kilómetros de distancia, contando con la participación de 719 personas, entre empleados y familiares.

## Compensación y remuneración

### Valoración, desarrollo profesional y remuneración

Reiterando su compromiso y consolidando su competitividad dentro del sector bancario en materia de remuneración, la institución ha seguido trabajando en la mejora de las condiciones económicas y calidad de vida de sus profesionales, para ello, realizó cuatro revisiones salariales en 2015, en los meses de abril y octubre según contrato colectivo y, adicionalmente, dos especiales en julio por decisión unilateral de la empresa.

Una compensación fija y otra variable, componen la retribución total del empleado, siendo el salario base de cada categoría profesional el mismo con independencia del género. El bono DOR/AOR, corresponde a la incentivación variable y se otorga de acuerdo al cumplimiento de objetivos, desempeño y ética profesional, beneficiando al 100% del personal elegible y siendo un elemento de diferenciación con respecto al mercado de referencia, además de incrementar la vinculación y motivación del equipo.

En cuanto a las labores de gestión del talento, el Centro de Gestión Masiva logró realizar más de 1.600 entrevistas a empleados, adicionales a las más de 1.400 del área de Gestión de Personal, sumando más de 3.000 entrevistas en este ejercicio, brindando la oportunidad de conocer de cerca las inquietudes y necesidades de

Histórico de incrementos (Valores promedio)	2015	2014	2013
	122%	56%	32%

Alcance: BBVA Provincial

sus profesionales. Como resultado, se concretaron más de 830 promociones.

## Beneficios sociales y otras iniciativas

Los empleados también disfrutaron de una serie de beneficios sociales como retribución de su esfuerzo y dedicación, los cuales buscan favorecer su calidad de vida y que en algunos casos corresponden a obligaciones legales, acuerdos contractuales e iniciativas unilaterales del banco. Entre estos beneficios destacan:

**Compra bien:** nuevo beneficio que consiste en un mecanismo de financiamiento dirigido a los empleados fijos, apoyándoles en la adquisición de bienes y servicios. Al cierre de diciembre, se liquidaron 4.601 préstamos y alcanzó una suma de Bs. 1.100.729.274.

**Obsequio de navidad y bono convención colectiva:** nuevamente se realizó un reconocimiento especial en el mes de diciembre, otorgando una asignación económica extra a 5.097 empleados fijos.

**Beneficios de útiles escolares:** comprometidos con la educación, esta ayuda económica para la adquisición de los útiles escolares benefició a 2.804 hijos de empleados, entre 6 y 17 años de edad.

**Planes vacacionales:** se trata de una ayuda socio-económica para los hijos de los empleados, en edades de 4 a 17 años, que en esta ocasión benefició a 3.424 niños y jóvenes.

**Beneficio de juguetes:** en el mes de diciembre 3.079 hijos de empleados, hasta 12 años de edad, disfrutaron de este beneficio contractual.

**6ta. Jornadas familiares "Sembramos valores":** como parte del Proyecto de Prevención Integral Social de BBVA Provincial, coordinado junto al Fondo Nacional Antidrogas (FONA), esta iniciativa promueve una cultura de prevención en el consumo de drogas, con actividades educativas y deportivas que fomentan la integración, el trabajo en equipo, valores individuales y familiares. Estas jornadas se celebraron en las ciudades de Barquisimeto, Mérida, Punto Fijo, Ciudad Ojeda y Valencia, con la asistencia de 606 empleados.

**Servicio de Atención al Empleado (SAE):** el empleado dispone de diferentes canales para realizar sus consultas sobre las políticas, procesos e iniciativas de RRHH. En 2015, el SAE gestionó 46.865 llamadas y 14.848 correos electrónicos, contabilizando además 18.258 visitas en su portal de intranet AUTOSAE.

## Club Social y Deportivo Provincial

Los empleados y sus familiares directos cuentan con un club deportivo en la zona de Mampote con amplias instalaciones para su recreación y esparcimiento, así como un servicio de transporte gratuito desde el Centro Financiero Provincial, además de disfrutar de una completa agenda de actividades deportivas, culturales y recreativas a lo largo de todo el año.

Entre los torneos multidisciplinarios y prácticas deportivas que se organizaron en 2015, destacan:

**Torneo de Fútbol "Copa Jorge Contreras 2015":** organizado entre abril y septiembre, contó con la participación de 125 empleados y 54 familiares.

## Gestión de Beneficios para el Personal

Obligaciones legales	2015	2014	2013
<b>Beneficio</b>	<b>Inversión ejecutada en Bs.</b>		
Ticket Alimentación (Sodexo Pass)	210.233.162,4	85.584.260,1	51.336.704,4
Guardería	16.628.820,2	10.021.984,5	6.162.740,1
Bono Vacacional	264.532.128,8	115.145.429,9	73.699.130,3
Servicio de Salud y Riesgo Laboral	20.272.598,4	10.900.793,9	7.937.371,0
Seguridad Social <sup>(1)</sup>	1.015.647.959,6	507.334.060,6	331.165.626,8
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>1.527.314.669,5</b>	<b>728.986.529,0</b>	<b>470.301.572,6</b>

(1) Incluye las contribuciones del SSO, nuevo régimen Prestaciones sociales sencillas, Nueva LOTT, INCES, Paro forzoso, Política habitacional.  
Alcance: BBVA Provincial

Acuerdos contractuales	2015	2014	2013
<b>Beneficio</b>	<b>Inversión ejecutada en Bs.</b>		
Créditos hipotecarios	178.644.281,1	121.969.725,9	162.887.934,4
Créditos de vehículos	6.870.393,3	15.421.194,5	20.996.602,50
Becas para estudios <sup>(1)</sup>	8.807,3	14.446,9	42.458,2
Contribución funeraria	503.000,0	434.600,0	261.200,0
Póliza HCM	186.989.587,2	101.579.533,2	77.273.964,7
Seguros accidentales laborales <sup>(2)</sup>	2.892.349,4	-	23.620,7
Aporte caja de ahorros	27.057.960,0	22.869.978,4	10.936.937,1
Dotación de uniforme	33.877.673,9	10.941.598,1	6.732.390,6
Prima por bonificación de matrimonio	49.800,0	61.840,0	11.100,0
Subsidio familiar	-	-	123.584,4
Nacimientos <sup>(3)</sup>	378.400,0	424.400,0	42.000,0
Juguete navideño	4.988.582,4	3.251.760,1	2.505.411,0
Plan vacacional	11.363.264,0	6.119.151,4	3.469.340,0
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>453.624.098,7</b>	<b>283.088.228,4</b>	<b>285.276.543,5</b>

(1) Para el financiamiento de estudios de Pregrado y Postgrado

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

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

Alcance: BBVA Provincial

Beneficios no contractuales	2015	2014	2013
<b>Beneficio</b>	<b>Inversión ejecutada en Bs.</b>		
Ayuda social	52.718,3	62.231,0	51.000,0
Subsidio comedor	63.868.552,3	18.187.779,4	12.014.290,0
Subsidio estacionamiento	395.664,0	275.251,2	250.000,0
Chequeo médico tutorial	1.236.987,8	542.559,3	376.870,5
Obsequio navideño	33.391.140,2	11.375.209,7	9.000.000,0
Libro infantil	3.605.952,00	739.521,8	331.025,1
Útiles escolares	6.355.767,1	4.116.611,2	2.758.049,6
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>108.906.781,8</b>	<b>35.299.163,7</b>	<b>24.781.235,3</b>

Alcance: BBVA Provincial

**Torneo de multi-empresarial de baloncesto, fútbol sala y voleibol mixto “Copa Juan Briceño”:** actividad que se desarrolló entre marzo y diciembre, en donde participaron 48 empleados y 9 familiares.

**Copa Navidad de Sóftbol 2015:** se realizó entre los meses de octubre y diciembre, participando 12 equipos, integrados por 122 empleados y 47 familiares.

**Prácticas de voleibol y baloncesto:** se emprendieron entrenamientos semanales entre empleados y familiares, con la finalidad de conformar delegaciones internas y externas en estas disciplinas.

**Prácticas de fútbol sala infantil:** para los hijos de empleados, entre 9 y 12 años de edad, se iniciaron prácticas semanales de fútbol sala.

La agenda de eventos recreativos, contó con celebraciones como el Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño, Cumpleaños del Mes y una obra teatral.

## Condiciones laborales

### Convención colectiva

En 2015 se suscribieron dos actas convenio con las organizaciones sindicales del banco. En una de ellas, el objetivo fue proporcionar y garantizar las condiciones adecuadas de seguridad, salud y bienestar para los hijos de los empleados, por lo que se acordó mejorar lo contemplado en la cláusula 26 de la Convención Colectiva relacionada al beneficio de juguetes para los hijos hasta 12 años de edad. En la segunda, se dio continuidad a la cláusula 38 del Contrato Colectivo referente a los planes vacacionales, reiterando su sustitución por un aporte económico por cada hijo de entre 4 y 17 años de edad.

### Libertad de asociación y representación sindical

El diálogo y la conciliación siempre son aspectos clave en la resolución de conflictos y logro de consensos en la institución, prevaleciendo el respeto entre las partes y a las regulaciones vigentes. En este sentido, se garantiza 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, rechazando cualquier discriminación o injerencia contraria al ejercicio de este derecho.

### Comité de Disciplina Laboral

Este comité vela por el cumplimiento de los mayores estándares éticos y de conducta en la actividad diaria de los profesionales de la institución, contemplando entre sus funciones su observancia sistemática, contando en todo momento con el compromiso y apoyo de todo el equipo de empleados, ya que se trata de una labor que reafirma principios clave de su cultura corporativa, como son la integridad y la ética. La gestión de este comité en 2015, se refleja en los siguientes indicadores:

Expedientes disciplinarios	2015	2014	2013
Sobreseimientos	1	8	6
Sanciones	27	169	64
Despidos a causa de sanciones	19	39	34
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>216</b>	<b>104</b>

Alcance: BBVA Provincial

Asuntos contenciosos	2015	2014	2013
Actuaciones de los órganos de la administración de expedientes disciplinarios cerrados	34	60	17
Reclamaciones individuales	43	52	62
Conflictos colectivos	0	0	0
Actuaciones de los órganos de la administración	70	76	97
<b>Total de reclamaciones individuales más actuaciones de los organismos de la administración</b>	<b>113</b>	<b>128</b>	<b>159</b>

Alcance: BBVA Provincial

### Personal con discapacidad

Se diseñó un plan estratégico con el fin de incrementar la inserción efectiva de trabajadores con discapacidad, tal como lo exige la legislación vigente. Este plan contempla la adecuación de los espacios, la capacitación y la sensibilización de todo el personal de la institución para favorecer la integración de este personal.

### Seguridad y salud laboral

Garantizar entornos saludables y mejorar la calidad de vida de las personas, mediante el impulso de iniciativas y campañas de promoción y prevención en materia de salud, así como actividades de formación, información y sensibilización, son una constante para BBVA Provincial. En este sentido, en 2015 se dio continuidad a los siguientes programas:

**Centro de Salud Integral:** este centro de salud cuenta con un gimnasio, con un promedio de 680 empleados inscritos, y su servicio médico atendió un total de 3.096 consultas, además de ofrecer más de 300 tipos de exámenes de laboratorio a precios especiales y envió de resultados vía email. En cuanto a las consultas realizadas en el ejercicio, se segmentaron de la siguiente manera:

- *Consultas curativas comunes:* 2.299 casos en el Centro Financiero Provincial y oficinas de la Gran Caracas.
- *Consultas ocupacionales:* 62 empleados con posibles patologías relacionadas a la actividad laboral, cifra que representa un 50% menos con respecto al año anterior.
- *Consultas nutricionales:* 384 empleados.
- *Consulta por traumatología:* 197 empleados.
- *Servicio de psicología:* 152 sesiones.
- *Servicio de pausa activa y terapia ocupacional:* 667 sesiones.

**Jornadas preventivas:** entre las diferentes acciones concretadas en este ámbito, destacan:

Tasa de Absentismo <sup>(*)</sup>	2015	2014	2013
	1,93%	2,02%	2,78%

Alcance: BBVA Provincial  
 (\*)Sin incorporar los reposos por maternidad.

- **Jornadas oftalmológicas:** 214 empleados participaron en la jornada del Centro Financiero Provincial y 1.445 profesionales fueron atendidos en las jornadas en la red de oficinas, quienes se realizaron exámenes gratuitos y contaron con financiamiento en la adquisición de monturas y cristales.
- **Jornada de ecografía mamaria:** participaron 143 empleadas, quienes se realizaron exámenes a precios especiales para la detección temprana del cáncer de mama.

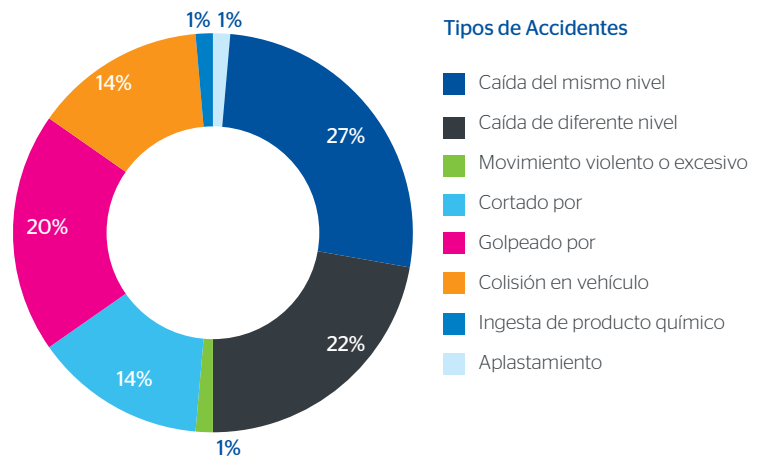
**Evaluaciones periódicas:** a lo largo de todo el año se realizaron diversas evaluaciones:

- **Evaluaciones médicas:** 4.370 empleados se realizaron los exámenes de laboratorio y la evaluación física, atendiendo aproximadamente al 85% de todo el personal.
- **Evaluaciones pre-empleo:** 809 nuevos ingresos participaron en estas evaluaciones.
- **Evaluaciones tutoriales:** fueron atendidos 71 miembros del equipo directivo.

**Accidentalidad:** como todos los años, se realizó un riguroso seguimiento a las estadísticas en esta materia, reportando a cierre de año un total de 72 accidentes laborales y que al clasificar por género, fueron 52 mujeres y 20 hombres; por núcleo de trabajo, 36 empleados del Centro Financiera Provincial, 35 de la red de oficinas y uno del Club Provincial; y según la tipología de accidentes, el más frecuente fue por "caída de un mismo nivel" (27%), seguido por "caída de diferente nivel" (22%). Casos oportuna y debidamente declarados ante el Instituto Nacional de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (Inpsasel).

**Capacitación en materia de seguridad y salud laboral:** formar y concienciar a los empleados acerca de la importancia de adquirir y practicar hábitos saludables es un compromiso permanente, por ello, la institución dio continuidad a la campaña de comunicaciones interna "Tú & BBVA" y publicó más de 40 artículos de bienestar y salud, promoviendo una mejor calidad de vida y un mayor equilibrio físico - mental entre todo su equipo, además de dar cumplimiento a la obligación prevista en Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (Lopcyamat).

## Accidentalidad



## Voluntariado corporativo y social engagement

Reafirmando su compromiso con las personas, la institución lleva adelante un programa de voluntariado que se ve reforzado por la política de voluntariado corporativa del Grupo BBVA, facilitando a sus profesionales participar de forma activa en iniciativas y acciones cercanas a las inquietudes sociales, contribuyendo así al desarrollo del Plan de Negocio Responsable del banco. En 2015, participaron como voluntarios 991 empleados (18,93 % del total de la plantilla) y se acumularon 1.094 horas de voluntariado.

### Voluntariado en labor social

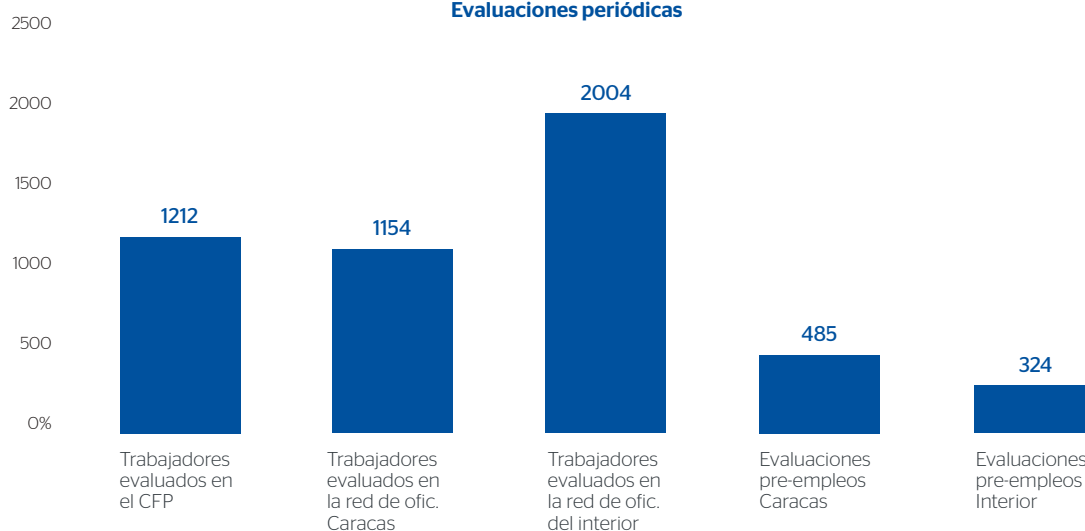
**Capacitación con Doctor Yaso:** con esta actividad los voluntarios aprendieron herramientas básicas de la técnica "clown", realizando luego visitas guiadas a instituciones hospitalarias en el rol de payasos para alegrar a los niños y adolescentes pacientes con actividades lúdicas.

Número de voluntarios: 96 empleados.

Hospitales visitados y pacientes beneficiados:

- Caracas: Hospital Universitario (100 pacientes) y Hospital JM de Los Ríos (182 pacientes)
- Valencia: Hospital Enrique Tejera (198 pacientes)

### Evaluaciones periódicas





- Mérida: Hospital Universitario de Los Andes (30 pacientes)
- Maracaibo: Hospital Coromoto (85 pacientes)

**Casa Hogar Madre Teresa de Calcuta:** empleados de la GT Lara Poblaciones entregaron un donativo con ropa, calzado, medicinas y alimentos, que favoreció a las personas que hacen vida en esta casa hogar y que se encuentran en situación de abandono.

Número de voluntarios: 35 empleados.

Beneficiarios: 50 personas.

## Voluntariado ambiental

**¡Vamos a sembrar árboles!** en alianza con la Fundación Provita, se llevó a cabo la reforestación del cerro El Volcán, ubicado en el Municipio El Hatillo del Estado Miranda, con la siembra de 30 árboles Copey, especie que solo crece en esta zona.

Número de voluntarios: 22 empleados.

**EcoNavidad 2015:** actividad que promovió el reciclaje de materiales de desecho, a través de la creación de motivos navideños elaborados a partir de estos materiales.

Número de voluntarios: 95 equipos y un total de 814 empleados.

## Voluntariado en educación financiera

**Adelante con tu futuro:** los voluntarios se formaron como facilitadores en temas de finanzas personales, para posteriormente dictar talleres a las comunidades con la intención de promover el uso eficiente de los recursos. La población beneficiada con esta iniciativa está vinculada al programa Becas de Integración de la Fundación BBVA Provincial, información que se amplía en el capítulo Prioridad 2: Educación Financiera de este informe.

Número de voluntarios: 24 empleados.

Beneficiarios: 300 personas.

## Otras iniciativas

Como parte de su compromiso social, el Club Social y Deportivo Provincial cede sus instalaciones a organizaciones sin fines de lucro para la realización de actividades y así apoyar la labor que estas vienen desempeñando.

**Proyecto socio-educativo Victoria Diez:** 40 niños disfrutaron de un día de esparcimiento, provenientes de sectores desfavorecidos de la Parroquia San Bernardino.

**Fundación Manos Sin Fronteras:** 50 niños y jóvenes discapacitados, pertenecientes a la Catequesis de Guarenas y Caracas, hicieron uso de las instalaciones del club.

**Fundación somos el pueblo de Dios:** 100 niños y 35 adultos de los sectores menos favorecidos de Guarenas, tuvieron acceso a las áreas deportivas y recreativas del club.

**Alcaldía del Municipio Ambrosio Plaza:** en tres ocasiones se cedió el uso de las instalaciones deportivas y recreativas, a 80 funcionarios para la celebración de la "Copa de la Policía Municipal de Plaza 2015"; a 50 jóvenes del Movimiento de Recreadores del Municipio Plaza; y a 30 niños y 10 adultos de la delegación de Fútbol 7 de la comunidad de Terrazas de Belén.

# Proveedores

El banco aspira a que sus proveedores compartan sus estándares sociales y medio ambientales

## Política de compras

BBVA Provincial cuenta con una Política de Compras Responsables que fomenta los aspectos sociales y medioambientales en su relación con los proveedores, la cual se rige por el Código de Conducta y se basa en el respeto a la legalidad, integridad, concurrencia, objetividad, transparencia, creación de valor y confidencialidad. De esta manera, el banco aspira a que sus proveedores compartan sus estándares sociales y medioambientales, así como los valores impulsados por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Esta política corporativa determina las condiciones, requisitos, criterios y plazos a aplicar en los procesos de selección y gestión de proveedores, manteniendo la continuidad en el abastecimiento y los niveles de calidad de los productos, bienes y servicios demandados por la organización. Siendo el área de Compras, Inmuebles y Servicios Generales la responsable

de su correcta aplicación y garante de que sus principios prevelezcan en las labores de aprovisionamiento.

Asimismo, vigila que toda operación esté apegada a la legislación vigente y cuente con toda documentación de soporte requerida, además de incluir en los contratos cláusulas de cumplimiento por parte de los proveedores de tales normativas y de los estándares corporativos.

## Sistema de homologación

La institución contempla un proceso de homologación para sus proveedores recurrentes, así como aquellos con mayores volúmenes de compras, en el que se evalúan aspectos como su infraestructura técnica y humana, solvencia económico - financiera, cumplimiento compromisos de pago, consolidación en el



Uso de la Herramienta de Gestión			
	2015	2014	2013
Número de negociaciones electrónicas	421	590	952
Número de pedidos electrónicos	389	453	742
Número de referencias solicitadas contra el catálogo electrónico	101	137	210

Alcance: BBVA Provincial

Homologación de proveedores			
	2015	2014	2013
Número de proveedores homologados	115	261	228
Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación	48	47	47
Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación	45	44	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								
2015	2014	2013	2015	2014	2013	2015	2014	2013	2015	2014	2013	2015	2014	2013
498	537	609	155	173	164	111	124	121	57	154	133	821	988	1027

Alcance: BBVA Provincial

mercado, referencias, capacidad de suministro y abastecimiento, calidad de procesos y productos, servicio postventa y garantías, organización y tecnología.

Otro aspecto considerado es el de sostenibilidad, el cual permite conocer si los proveedores cumplen sus responsabilidades legales y normativa laboral, además de fomentar su responsabilidad social empresarial.

En resumen, este proceso de homologación tiene como finalidad valorar la capacidad productiva, técnica, financiera, jurídica y comercial requerida por la organización, garantizando el cumplimiento de los compromisos contratados, así como validar que los proveedores comparten los principios y valores del banco.

## Delegación de aprovisionamiento supervisada

El departamento de Compras ajustó su modelo de delegación supervisada en 2015, con la finalidad de otorgarle mayor eficiencia a aquellas áreas con más demanda de servicios, logrando incrementar la delegación en un 600%. Asimismo, con el ánimo de acelerar los procesos de compras en Servicios Generales, esta área fue incorporada a este modelo de delegación. Tanto por la evolución del importe como por la incorporación de una nueva dependencia, se estima que 30% de las compras gestionadas por las unidades involucradas se realizan bajo este modelo, mejorando los tiempos de emisión de órdenes, reduciendo la cantidad de propuestas presentadas en los diferentes comités y optimizando el tiempo invertido en la formalización de propuestas.

## Herramientas de gestión y aprovisionamiento

Para el proceso de aprovisionamiento se cuenta con la plataforma electrónica Adquire, la cual facilita las relaciones comerciales y favorece los niveles de servicios ofrecidos por Compras. Esta

herramienta generó 421 adjudicaciones como resultado de las negociaciones del área y 389 adjudicaciones electrónicas.

En 2015 también se orientaron esfuerzos en torno al nuevo Modelo global de procesos de aprovisionamiento de BBVA, con la finalidad de desarrollar todas sus aplicaciones y garantizar su puesta en marcha a inicios de 2016. Modelo que digitaliza todo el circuito de aprovisionamiento, desde la elaboración del presupuesto anual hasta el pago de facturas a proveedores, incluyendo los procesos financieros asociados.

Es una herramienta común y homogénea para todos los bancos del Grupo, basada en la tecnología Global Procurement System (GPS) y que aporta las siguientes ventajas:

- Plataforma tecnológica única.
- Simplificación y homogeneización de procesos.
- Soporte a requerimientos e iniciativas de mejora de áreas usuarias.
- Adaptable a necesidades locales (requerimientos legales, otros).
- Escalabilidad funcional y técnica.
- Homogeneidad de la información a nivel de Grupo.
- Facilidad de uso para los usuarios.
- Estandarización de los procesos con tipificación de roles y niveles de responsabilidad.
- Visibilidad y trazabilidad de los procesos a todo nivel.
- Obtención de un modelo de datos homogéneo que permite la explotación de información y la toma de decisiones.
- Obtención de economías de escala mediante Centros de Servicios Compartidos.
- Ahorro de costes y eficiencia en los procesos de compras.
- Reducción de los plazos de procesamiento y pago de facturas, contribuyendo a la eliminación del riesgo operacional asociado.

# Sociedad

El principal foco de atención de los programas sociales del banco es la educación.

La institución lleva adelante diversos programas enmarcados en su política de responsabilidad corporativa e impulsados por el compromiso de promover y apoyar el desarrollo y progreso social, los cuales son ejecutados por la Fundación BBVA Provincial con especial énfasis en la educación y la cultura, canalizando una inversión social que corresponde al 1% del beneficio neto obtenido por el banco el año anterior, que en 2015 ascendió a Bs. 127.592.378,05.

Inversión orientada a evitar la deserción escolar, promover valores entre los niños y jóvenes venezolanos, incentivar un mayor conocimiento de la población en materia de educación financiera y emprendimiento, además de colaborar con iniciativas cercanas a las inquietudes sociales. De esta manera, en último ejercicio un total de 19.888 personas se vieron directamente favorecidas por sus programas de educación para la sociedad.

## Educación para la sociedad

Los programas educativos de la Fundación BBVA Provincial siguen siendo sus programas bandera, iniciativas con una amplia y nutrida trayectoria que han logrado beneficiar a miles de niños y jóvenes venezolanos a lo largo de los años. Orientando esfuerzos en lograr su permanencia en el sistema educativo, en hacer de la lectura y escritura creativa herramientas



clave en la promoción de valores, así como en multiplicar y fortalecer el emprendimiento y la educación financiera, para la transformación y progreso social.

Conscientes que la dedicación y la motivación de los participantes de sus programas son la piedra angular de estas iniciativas, en 2015 se celebró la primera edición de los "Premios Fundación BBVA Provincial: adelante con la educación", en donde se ofreció un reconocimiento a los alumnos, docentes y escuelas ganadoras del Concurso Papagayo, a los estudiantes y colegios del Programa Becas de Integración y a los participantes destacados del Programa Emprendimiento Social.

La información relativa a los Programas de Emprendimiento Social y Educación Financiera de la Fundación BBVA Provincial se detallan en el capítulo Prioridad 2: Educación financiera de este Informe.

Beneficiarios de programas de educación para la sociedad	2015		2014		2013	
	Directos	Indirectos	Directos	Indirectos	Directos	Indirectos
Programa Becas de Integración	4.500	22.500	4.500	22.500	4.500	22.500
Programa Papagayo	8.184	40.920	6.784	33.920	4.993	24.965
Ruta BBVA	11	n.a	9	n.a	8	n.a
Programa Editorial	5.000	25.000	5.914	29.570	5.914	29.570
Programa Expositivo	2.193	n.a	2.300	n.a	2.971	n.a
<b>Total</b>	<b>19.888</b>	<b>88.420</b>	<b>19.507</b>	<b>85.990</b>	<b>18.386</b>	<b>77.035</b>

n.a = no aplica

n.d = no disponible

Beneficiarios indirectos calculados de acuerdo al número promedio de integrantes de la familia venezolana, que corresponde a cinco personas, según el Instituto Nacional de Estadística (INE). Alcance: BBVA Provincial





## Programa Becas de Integración

Cada año 4.500 estudiantes de bachillerato son becados por la Fundación BBVA Provincial, jóvenes de familias de escasos recursos que utilizan este aporte para el pago de su matrícula de inscripción y mensualidades, seguro escolar, uniformes y textos educativos, apoyando así su permanencia en el sistema educativo y favoreciendo su inserción social. Una iniciativa que desde 2007 se lleva adelante, junto a la Asociación Venezolana de Educación Católica y la red de Fe y Alegría.

Este programa también promueve la formación en valores, labor que impulsa a través de la entrega de un kit de obsequio a la culminación del año escolar y el folleto "Valores y habilidades para tu vida". Este material didáctico a la fecha suma tres series, disponibles en formato digital para toda la comunidad educativa en [www.fundacionbbvaprovincial.com](http://www.fundacionbbvaprovincial.com).

Para dar seguimiento a los indicadores de gestión, se cuenta con una aplicación con los reportes de escolaridad que permite medir el porcentaje de retención en el sistema educativo, número de jóvenes graduados y asistencia a clases de los estudiantes. Los resultados obtenidos desde el inicio de este programa, reflejan 36.000 becados a la fecha, un total de 5.505 jóvenes graduados y una inversión social acumulada cerca de los Bs. 104.300 millones.



## Programa Papagayo

En 2015 se realizó una nueva convocatoria del Concurso Papagayo, logrando la inscripción de 258 docentes de 5to. y 6to. grado de Educación Primaria, provenientes de escuelas subsidiadas de la Asociación Venezolana de Educación Católica y Fe Alegría (62%), así como de planteles públicos (38%) de tres niveles gubernamentales: Dirección de Educación del Estado, Ministerio Popular para la Educación y municipales. Escuelas distribuidas en todo el territorio nacional, ubicadas en zonas urbanas (79%) y rurales (21%).

En esta edición, un total de 7.926 estudiantes fortalecieron valores a través de la lectura y escritura creativa. Entre ellos, se seleccionaron las mejores creaciones literarias infantiles, recibiendo los ganadores una beca de estudios (1er. premio) y un kit de lectura más equipos electrónicos (2do. y 3er. premio).

En cuanto a los libros de creaciones literarias ganadores, los docentes que guiaron su elaboración fueron premiados con un aporte económico y una laptop, obsequiando a sus escuelas un centro de equipos audiovisuales y una biblioteca con 100 títulos para niños y jóvenes para el beneficio de toda la comunidad educativa.

En las encuestas realizadas a los docentes participantes, en relación a los efectos que la didáctica Papagayo genera en sus beneficiarios, se mantuvo una opinión altamente positiva y efectiva. También expresaron que esta iniciativa proporciona excelentes herramientas didácticas para motivar la lectura y escritura entre sus alumnos, y los lleva a internalizar los principios y valores que promociona este programa educativo de la Fundación BBVA Provincial.

Desde 1998, el Programa Papagayo ha beneficiado directamente a más de 86 mil personas entre estudiantes y docentes, razón por la cual ha contribuido al desarrollo educativo del país mediante los valores relacionados con el trabajo bien realizado y la armonía social, contando en esta loable labor con el apoyo de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, la Asociación Venezolana de Educación Católica y Fe y Alegría.



## Ruta BBVA

Once venezolanos participaron en la Ruta BBVA 2015, seis fueron seleccionados en un concurso externo organizado por la institución en todo el país y los otros cinco son hijos de empleados del banco, quienes resultaron ganadores de un concurso interno del Grupo BBVA. En esta oportunidad se trató de la trigésima edición de esta iniciativa, la cual recorrió entre julio y agosto diversos lugares de España y Colombia, en un viaje que combina la educación en valores, el intercambio cultural, la formación en emprendimiento social y la aventura.

En noviembre se emprendió la convocatoria para la Ruta BBVA 2016: Aventura en las Selvas Mayas de Yucatán, dirigida a jóvenes nacidos entre el 1 de enero de 1997 y el 15 de junio de 1998, tanto para estudiantes venezolanos como hijos de empleados. Los aspirantes realizaron propuestas de emprendimiento que solucionan problemas detectados en sus comunidades y presentaron un trabajo de investigación o una composición musical sobre las temáticas planteadas. La Universidad Complutense de Madrid participa en la corrección y selección de los mejores trabajos y en la elaboración del programa académico de la Ruta.

A lo largo de treinta ediciones de Ruta BBVA, más de 10.000 jóvenes de todo el mundo han tenido la oportunidad de viajar y descubrir las dimensiones humanas, geográficas, sociales e históricas de otras culturas.

## Programa editorial

Propiciando el acercamiento de niños y jóvenes, así como de sus familiares, a la lectura y a la educación en valores, este año la Fundación BBVA Provincial editó el libro infantil "Aves en Libertad, 24 especies comunes de Venezuela", escrito por Sabrina Caula e ilustrado por Bruno Manara. Obra que permite al lector conocer parte de la avifauna silvestre del país, a través de hermosas imágenes e información breve que responde a la curiosidad de los pequeños lectores, estimulando el aprecio a la naturaleza y una mayor conciencia ecológica.

Este programa está orientado a la promoción de temas históricos, ecológicos, tradicionales y literarios que aporten un legado de la identidad y la diversidad cultural del país. Sus publicaciones están dirigidas a los hijos de los empleados del banco, niños participantes del Programa Papagayo, diferentes instituciones relacionadas con la promoción de la lectura y el público general. Además de esta publicación, la institución ha dispuesto otras importantes publicaciones editoriales para el disfrute de sus lectores digitales, a través de [www.fundacionbbvaprovincial.com](http://www.fundacionbbvaprovincial.com).



## Cultura e iniciativas de acción social

### Programa expositivo

Con dos exposiciones al año, la Fundación BBVA Provincial da continuidad a su programa expositivo, mostrando al público las tendencias actuales del quehacer plástico en el país y brindando un merecido reconocimiento a la trayectoria de diversos artistas nacionales. En esta oportunidad, más de 2.000 personas visitaron la sala de las exposiciones ubicada en La Castellana y participaron en las actividades complementarias. Y adicionalmente, parte de ambas muestras fueron reproducidas y exhibidas en el Centro Financiero Provincial.

**“De Cerca. Luis Brito”, abril - julio:** homenaje al recientemente fallecido fotógrafo venezolano Luis Brito, con una muestra de 50 fotografías inéditas de rostros humanos, bajo la curaduría de Mariela Provenzali y Antolín Sánchez. Parte de la muestra se trasladó a los espacios del Hotel Tamanaco Intercontinental de Caracas, exhibición abierta hasta enero de 2016. Las 50 piezas fotográficas serán

donadas a la Fundación Luis Brito, como aporte a la difusión del trabajo del artista.

**“El arte de escribir sobre Arte”, octubre - diciembre:** un reconocimiento a la historiadora y crítico de arte venezolana Bélgica Rodríguez, divulgadora de los valores artísticos de muchos creadores y analista de las tendencias plásticas que han predominado en el universo cultural del país. Se presentaron 40 obras y 60 libros que establecían un vínculo entre las corrientes de las artes visuales en Venezuela, además de ilustrar los textos realizados por la autora a través del tiempo y las obras que en estos reseña y analiza.

### Iniciativas de acción social

La Fundación BBVA Provincial sigue apoyando diversas iniciativas y acciones de alto impacto social emprendidas por organizaciones de reconocida trayectoria, aliados con los cuales comparte parte de sus principios y valores corporativos, contribución que realiza a través de su programa de patrocinios y donaciones y que en el recién ejercicio canalizó una inversión de Bs. 20.254.652,20.

#### Patrocinios

- Perspectivas Sociales 2015: “Con Responsabilidad Social Empresarial ganamos todos”, de la Alianza Social de Venamcham.
- XV Simposio RSE: “Corresponsabilidad: Un camino para lograr una alianza social sostenible”, de la Alianza Social de Venamcham.
- 7mo. Festival de la Lectura de Chacao, organizado por la Alcaldía de Chacao, la Embajada de España y el Grupo SOB.
- Temporada de Música Lírica Española, organizado por la Oficina Cultural de la Embajada de España en Venezuela.
- Co-patrocinio de la nueva sede de la Escuela Técnica Popular María Auxiliadora, que impartirá formación en tecnología pesquera, alimentos y salud a la comunidad de Güiria (Estado Sucre).

#### Donaciones

Se brindó aportes a las siguientes instituciones:

- Asociación de Padres y Amigos de Niños Excepcionales (Avepane)
- Banco de Sillas de Ruedas (Bandesir)
- Fondo Andrés Bello para el proyecto de recuperación de la Biblioteca Escuela de Enfermería UCV, Ciudad de las Artes Sebuacán
- Fundación Hospital Ortopédico Infantil
- Fundahígado
- Fundación Académica José Abdalá FAJA y Universidad Metropolitana
- Fundación Amigos del Niño con Cáncer
- Fundación Cardioamigos
- Fundación Contra la Parálisis Infantil
- Fundación Jacinto Convit
- Fundación Operación Sonrisa
- Fundación Patronato del Hospital de Niños JM de los Ríos
- Fundación Universidad Pedagógica Experimental Libertador (Fundaupe)
- Fundación Venezolana Pro-Cura de la Parálisis
- Hogar Bambi Venezuela
- Instituto Hermanos Escuelas Cristianas La Salle
- Instituto Venezolano para el Desarrollo Integral del Niño (Invedin)
- Provita
- Senos Ayuda
- Sociedad Anticancerosa de Venezuela



## Innovación y conocimiento

Consciente que la innovación es palanca imprescindible para el crecimiento de la sociedad, esta forma parte de su plan de negocio responsable, por ello, se trabaja en apoyar la innovación tecnológica e innovar en el negocio mediante el desarrollo de nuevos productos y servicios. La organización promueve una cultura abierta y colaborativa con la comunidad activa de desarrolladores, afines a los valores y principios corporativos, invitándoles a participar en distintos concursos en el marco de un proceso creativo y de desarrollo tecnológico

### BBVA Open Talent

El Grupo BBVA abre la convocatoria de Open Talent en las distintas geografías en las está presente, como parte de su estrategia de innovación abierta y a través de la cual colabora con emprendedores, desarrolladores y principales actores que están cambiando o influyendo en la industria financiera. Esta iniciativa se suma a las inversiones de BBVA Ventures y a la actividad de compras y fusiones, que han dado lugar a la adquisición de Simple, Madiva o Spring Studio.

La séptima edición de BBVA Open Talent, se enfocó en el sector de las tecnologías financieras, conocido como fintech. El objetivo fue identificar startups innovadoras que estén transformando los servicios financieros, o bien estén vinculadas a la seguridad, experiencia de usuario, big data, entre otros. Entre las 652 startups inscritas, procedentes de 63 países, se seleccionaron 20 finalistas, que pasaron a concursar en las finales de Europa, Latinoamérica, Estados Unidos y resto del mundo.

En esta edición, aplicaciones para gestionar las finanzas personales, criptomonedas, sistemas de financiación alternativa y la asesoría virtual para realizar inversiones en Bolsa, fueron las áreas que recogieron el mayor número de propuestas. Nuevos servicios de pagos, análisis de datos de clientes o innovadoras tecnologías de experiencia de usuario, son otras de las áreas de interés que abordan estos emprendedores.

## Medioambiente

La política medioambiental de la institución refleja su compromiso con la gestión responsable de los recursos naturales, siendo la principal expresión de este compromiso el Plan Global de Ecoeficiencia (PGE) del Grupo BBVA, que establece objetivos por empleado para el periodo 2013-2015, en cuanto a las emisiones de CO<sub>2</sub>, consumo de papel, agua y electricidad. Además, este plan establece controles de la generación y reciclaje de residuos como el papel, aluminio, plástico y tóner

## Política corporativa medioambiental

Fundamentada en una gestión ambiental sostenible y en la preservación del medioambiente, esta política corporativa recoge los compromisos y objetivos planteados en este importante ámbito de actuación. BBVA Provincial desarrolla su actividad en base a tales lineamientos, consciente del impacto que tiene en el entorno, ya sea de forma directa a través del consumo de recursos en la gestión de sus inmuebles o de manera indirecta a través de los productos y servicios que ofrece a sus clientes.

Esta política es coordinada por el Comité de Ecoeficiencia y Compras Responsables de BBVA, teniendo entre sus funciones la revisión y actualización periódica de este marco normativo, así como garantizar su cumplimiento en toda la organización. Entre los objetivos más relevantes planteados en ella, tenemos:

1. Mejorar continuamente la identificación y gestión de los riesgos medioambientales de las operaciones financieras y de inversión.
2. Integrar las variables ambientales en el desarrollo de productos y servicios financieros.
3. Ecoeficiencia en el uso de recursos naturales, fijación y cumplimiento de objetivos de mejora establecidos en el PGE.
4. Gestionar los impactos directos a través de un sistema de gestión ambiental basado en la ISO 14.001 y otras certificaciones ambientales reconocidas.
5. Influir positivamente en el comportamiento ambiental de los grupos de interés a través de la comunicación, concienciación y sensibilización sobre la importancia del medioambiente.
6. Informar, concienciar, sensibilizar y formar a sus empleados en materia ambiental.
7. Apoyar el mecenazgo, el voluntariado y la investigación medioambiental.
8. Apoyar a las principales iniciativas de lucha y prevención del cambio climático.

### Plan Global de Ecoeficiencia (PGE)

En torno al plan para el período 2013 - 2015 se han fijado metas más retadoras, entre ellas, una reducción del consumo de electricidad, agua y papel, lo que ha impulsado la puesta en marcha de diferentes iniciativas y que en el recién ejercicio tuvieron continuidad, acciones tales como:

- Sustitución de lámparas con bombillos fluorescentes tipo T-12 (4 x 40 watt) por lámparas con bombillos tipo T-8 (3 x 32 watt), alcanzando el 100% de la red de oficinas.
- Reemplazo de aires acondicionados por equipos con nueva tecnología y mayor ratio de eficiencia energética, en aproximadamente 60% de la red de oficinas y un 20% en el Centro Financiero Provincial.
- Corrección de factor de potencia en el sistema eléctrico de los equipos de aire acondicionado de la red de oficinas.
- Inicio del proyecto de remodelación de baños del Centro Financiero, contemplando el uso de grifos temporizados de última tecnología y fluxómetros de descarga en inodoros más eficientes.
- Cambio en el Centro Financiero de tramo de tubería de aducción principal, incluyendo válvulas, con el fin de prevenir y subsanar fugas.

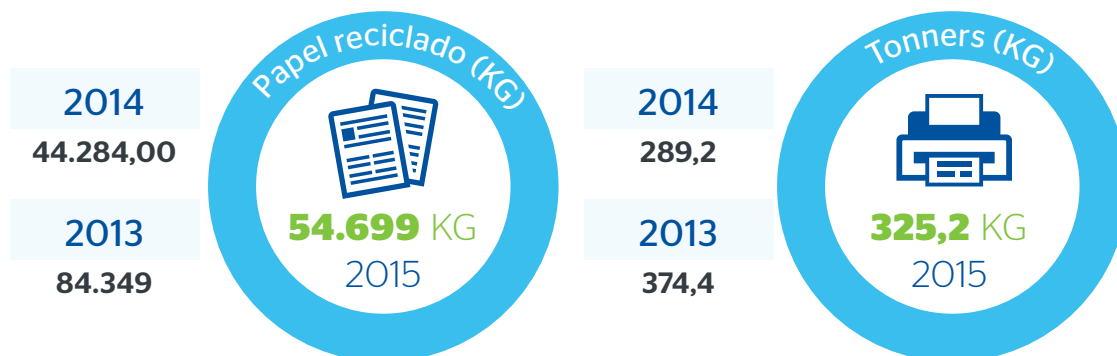
## Sensibilización ambiental

Siendo uno de los objetivos más relevantes de la política corporativa medioambiental, se ha seguido trabajando en la consolidación de una cultura y hábitos ecoeficientes entre los empleados, impulsando el programa interno de reciclaje con contenedores para la recolección segmentada de desechos de plástico, aluminio y papel, disponibles en el Centro Financiero Provincial. También cada seis meses se coordina la desincorporación de cajas con documentación no vigente para su reciclaje. Las ganancias del reciclaje se destinan a la Fundación Renacer, aliado en la gestión de este programa interno.

Asimismo, la institución donó 698 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 genera ingresos con la venta de estos residuos a empresas de reciclaje, ingresos orientados a brindar ayuda a niños víctimas de maltrato, abandono o negligencia.

Adicionalmente, BBVA Provincia ejecutó en este periodo diversas actividades de voluntariado ambiental, detalladas en el capítulo Equipo de este informe.

## Indicadores de gestión medioambiental



Gestión de residuos			
	2015	2014	2013
Tonners (Kg)	325,2	289,2	374,4
Papel reciclado (Kg)	54.699	44.284,00	84.349
Aluminio / latas (Kg)	155	164	171
Plástico (Kg)	2.442	1.681	934

Consumo de electricidad			
	2015	2014	2013
Electricidad consumida (Kwh)	60.158.275,71	63.868.181,32	61.557.673,25
Electricidad consumida por empleado (Kwh.)	11.495,94	11.909,00	11.557,96

Nota: Las cifras de noviembre y diciembre están basadas en una estimación de los 10 primeros meses del año.

Consumo de papel			
	2015	2014	2013
Total papel consumido (Kg.)	184.648,25	237.862,89	286.989,78
Papel consumido por empleado (Kg.)	35,29	44,35	53,88

Consumo de agua			
	2015	2014	2013
Total agua consumida (m3)	241.129,4	272.890,49	155.659,85
Agua consumida por empleado (m3)	46,08	50,88	29,23

Nota: Las cifras de noviembre y diciembre están basadas en una estimación de los 10 primeros meses del año.

Videoconferencias			
	2015	2014	2013
Videoconferencias	1064	843	570
Salas equipadas con videoconferencias	18	18	18
Audiokonferencias	0	0	0
Telepresencias	32	44	67

Consumo de combustible			
	2015	2014	2013
Total gasoil consumido (Lt)	48.463	73.126,00	111.306

Viajes en Avión			
	2015	2014	2013
KM Recorridos			
Viajes avión tramos menores a 500 km	28.237	18.414	16.346
Viajes avión tramos entre 500 y 1600 km	277.700	353.767	269.986
Viajes avión tramos mayores a 1600 km	1.687.055	3.489.859	7.282.227

Viajes en Auto			
	2015	2014	2013
Kilómetros automóviles de directivos	266.489	295.073	331.277
Kilómetros automóviles de empleados	394.092,2	325.378,2	420.824,9

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

# Criterios y estándares de la información

## Perfil, alcance, relevancia, materialidad y cobertura

La información incluida anualmente en el Informe de Banca Responsable (IBR) corresponde a la gestión de BBVA Provincial y en esta oportunidad pertenece al ejercicio del 2015, detallando datos comparativos referentes a los años 2013 y 2014 e indicando los alcances de los mismos, siendo 2014 la fecha de la última publicación. Este informe recopila las políticas, programas y principales acciones ejecutadas por la institución, como parte de su modelo de banca responsable y compromiso con el desarrollo económico y social del país.

Como novedad, el contenido del IBR2015 se adaptó a la Guía para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad versión G4 de Global Reporting Initiative (GRI), con un nivel "Core" o "Esencial".

En relación a la relevancia y materialidad de los contenidos, se presta atención a los grupos de interés más significativos, además de prevalecer en su elaboración las siguientes directrices:

- Organización de capítulos por temas relevantes, brindando una visión integral de la gestión realizada en beneficio de los diferentes grupos de interés.
- Diseño con un estilo más directo y 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.

La determinación de los aspectos materiales para 2015 se ha realizado a partir de una serie de análisis destinados a conocer en qué debe focalizar el banco sus esfuerzos para aportar valor. Para ello, se ha apoyado en herramientas de escucha y diálogo con los grupos de interés y en las recomendaciones de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative versión 4.0 (G4), nivel "Esencial" o "Core".

A partir de dichos análisis se han determinado los asuntos relevantes, por su importancia para los grupos de interés y el impacto que tienen en la gestión de BBVA Provincial como entidad financiera, permitiendo definir las prioridades estratégicas de la institución.

El informe se imprime en tiraje reducido y en papel proveniente de un molino certificado por la Forest Stewardship Council (FSC), garantía de una explotación responsable de los bosques, así como respeto al ecosistema y a los derechos de las comunidades. También se cuenta con una versión digital, disponible en [www.fundacionbbvaprovincial.com](http://www.fundacionbbvaprovincial.com) y [www.provincial.com](http://www.provincial.com).

## Referencias básicas y estándares internacionales

Los principios y requisitos establecidos por Global Reporting Initiative (GRI) rigen el proceso de elaboración del Informe de Banca Responsable. 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 2015 y objetivos 2016 de la institución.

## Rigor y verificación

Diversos instrumentos garantizan la calidad y veracidad de la información contenida en el IBR2015. Su contenido ha sido suministrado por diferentes áreas del banco, contemplando su verificación y auditoría tanto a nivel interno como externo, a través de la firma auditora Deloitte. Siendo el equipo del área de Responsabilidad y Reputación Corporativas, perteneciente a la Unidad de Comunicación e Imagen del Banco Provincial, S.A. Banco Universal, el encargado de la compilación, revisión y edición de la información, de acuerdo a un modelo corporativo que busca asegurar su calidad, veracidad y alcance.

## Ámbito de cobertura

La información contenida en el Informe Anual de Banca Responsable presenta los resultados de las actividades que ha llevado a cabo BBVA Provincial, conformado por el banco y sus sucursales.

# Indicadores GRI

Indicador		Capítulo	Página	Omisiones
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>				
<b>G4-1</b>	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupe el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión	Carta del Presidente	2	
<b>G4-2</b>	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades	Impacto en la sociedad / Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	23, 40	
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>				
<b>G4-3</b>	Nombre de la organización	Perfil de BBVA Provincial	6	
<b>G4-4</b>	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización	Prioridad 3: Productos de impacto social	23	
<b>G4-5</b>	Lugar donde se encuentra la sede de la organización	Perfil de BBVA Provincial	6	
<b>G4-6</b>	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria	Perfil de BBVA Provincial	6	
<b>G4-7</b>	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica	Perfil de BBVA Provincial	6	
<b>G4-8</b>	Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios)	Perfil de BBVA Provincial	6	
<b>G4-9</b>	Determine la escala de la organización	Perfil de BBVA Provincial	6	
<b>G4-10</b>	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región	Equipo	44	
<b>G4-11</b>	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	Equipo	43	
<b>G4-12</b>	Describa la cadena de suministro de la organización	Proveedores	52	
<b>G4-13</b>	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización	Perfil de BBVA Provincial	6	
<b>G4-14</b>	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	40	
<b>G4-15</b>	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado	Sistemas de Gobierno	17	
<b>G4-16</b>	Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece	Sistemas de Gobierno	17	

Indicador		Capítulo	Página	Omisiones
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>				
G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes	Perfil de BBVA Provincial	6	
G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto	Materialidad y diálogo con los grupos de interés / Criterios y estándares de la información	18-20, 59	
G4-19	Elabore una lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	21, 22	
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	21, 22	
G4-21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto: Materialidad / Asuntos relevantes	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	21, 22	
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas	Criterios y estándares de la información	59	
G4-23	Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores	Criterios y estándares de la información	59	
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>				
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	20	
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	18	
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	18	
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave	Materialidad y diálogo con los grupos de interés		En el análisis de la materialidad no aparecen asuntos sensibles que afecten a los grupos de interés de BBVA Provincial
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>				
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario)	Carta del Presidente / Criterios y estándares de la información	2, 59	
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede)	Criterios y estándares de la información	59	
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.)	Criterios y estándares de la información	59	
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria		77	

Indicador		Capítulo	Página	Omisiones
G4-32	a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al informe de verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación.	Criterios y estándares de la información	59-70	
G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria	Informe de revisión independiente: Deloitte	68	
<b>GOBIERNO</b>				
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	Visión, misión y política / Sistemas de gobierno	11, 14	
G4-35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social	Sistemas de gobierno	14	
G4-36	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno	Sistemas de gobierno	14	
G4-37	Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno	Sistemas de gobierno / Materialidad y diálogo con los grupos de interés	15, 18	
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités	Sistemas de gobierno	14	
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición	Estructura Directiva / Sistemas de gobierno	5, 14	
G4-42	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	Sistemas de gobierno	14	
G4-43	Señale qué medidas se han adoptado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales	Visión, misión y política / Sistemas de gobierno	11, 14	
G4-44	Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales	Visión, misión y política / Sistemas de gobierno	11, 14	
G4-45	Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	Visión, misión y política / Sistemas de gobierno	11, 14	
G4-46	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales	Visión, misión y política / Sistemas de gobierno	11, 14	



Indicador		Capítulo	Página	Omisiones
<b>G4-47</b>	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social	Visión, misión y política / Sistemas de gobierno	11, 14	
<b>G4-48</b>	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados	Criterios y estándares de la información	59	
<b>G4-49</b>	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno	Sistemas de gobierno / Materialidad y diálogo con los grupos de interés	14, 18	
<b>G4-50</b>	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas	Sistemas de gobierno / Materialidad y diálogo con los grupos de interés	14, 18	
<b>G4-52</b>	Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración	Equipo	47	
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>				
<b>G4-56</b>	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos	Visión, misión y política / Sistemas de gobierno	11, 16	
<b>G4-57</b>	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento	Sistemas de gobierno: Código de conducta / Gestión responsable de clientes	16, 35	
<b>G4-58</b>	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda	Sistemas de gobierno: Código de conducta / Gestión responsable de clientes	16, 35	

## Contenidos Básicos Específicos

### Categoría Económica

Aspectos materiales identificados	Indicador		Capítulo	Página	Omisiones
<b>Aspecto: Desempeño Económico</b>					
13	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido	Perfil BBVA Provincial: Datos relevantes	7	
<b>Aspecto: Presencia en mercados</b>					
7	G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo	Equipo: Compensación y remuneración	47	
<b>Aspecto: Consecuencias Económicas Indirectas</b>					
	G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios	Impacto en la sociedad	23	
	G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos	Impacto en la sociedad	23	
<b>CATEGORÍA AMBIENTAL</b>					
<b>Aspecto: Materiales</b>					
	G4-EN1	Materiales por peso o volumen	Sociedad: Medioambiente	57	
<b>Aspecto: Energía</b>					
	G4-EN3	Consumo energético interno	Sociedad: Medioambiente	58	
<b>Aspecto: Agua</b>					
	G4-EN8	Captación total de agua según la fuente	Sociedad: Medioambiente	58	
<b>Aspecto: Biodiversidad</b>					
	G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados	Equipo: Voluntariado Ambiental	51	
<b>Aspecto: Efluentes y residuos</b>					
	G4-EN23	Peso total de los residuos según tipo y método de tratamiento	Sociedad: Medioambiente	58	
<b>Aspecto: Productos y servicios</b>					
	G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales: Principios de Ecuador	42	
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>					
	G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	Sistema de gobierno: Asuntos controvertidos	16	
<b>Aspecto: Transporte</b>					
	G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	Sociedad: Medioambiente	58	

Aspectos materiales identificados	Indicador		Capítulo	Página	Omisiones
<b>CATEGORÍA SOCIAL</b>					
<b>Aspecto: Empleo</b>					
7	G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	Equipo	44	
<b>Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo</b>					
	G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral	Equipo: Condiciones laborales	49	Se reporta cualitativamente
	G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	Equipo: Condiciones laborales	50	
11	G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos	Equipo: Condiciones laborales	49	
<b>Aspecto: Capacitación y educación</b>					
8	G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	Equipo: Selección, formación y desarrollo	45	Se reporta horas de capacitación por empleados
<b>Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					
7, 11	G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Equipo: Datos relevantes de la plantilla	44	
<b>Aspecto: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>					
	G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	Equipo: Compensación y remuneración		Información confidencial
<b>CATEGORÍA DERECHOS HUMANOS</b>					
<b>Aspecto: No discriminación</b>					
11	G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	Sistemas de Gobierno: Estándares de conducta / Equipo: Diversidad y Condiciones laborales	16, 46	
<b>CATEGORÍA SOCIEDAD</b>					
<b>Aspecto: Comunidades locales</b>					
	G4-S01	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	Prioridad 2: Educación financiera / Sociedad	27, 54	Se indica número de beneficiarios

Aspectos materiales identificados	Indicador		Capítulo	Página	Omisiones
<b>Aspecto: Lucha contra la corrupción</b>					
9, 11	G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	Sistemas de gobierno: Prevención y control de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo	15	
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>					
10, 11	G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa	Sistemas de Gobierno: Asuntos controvertidos / Impacto en la sociedad: Contribución Fiscal	16, 24	
<b>CATEGORÍA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>					
<b>Aspecto: Salud y seguridad de los clientes</b>					
1, 3, 6, 14	G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras	Gestión responsable de clientes: Gestión de quejas y reclamaciones	35	
<b>Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios</b>					
1, 2	G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	Prioridad 1: Comunicación TCR	26	
3	G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	Gestión responsable de clientes: Gestión de quejas y reclamaciones	35	
1	FS15	Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros	Visión, misión y política: Plan de negocio responsable	13	
15	FS16	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario	Prioridad 2: Educación financiera	27	
<b>Aspecto: Privacidad de los clientes</b>					
1, 5, 6	G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes	Gestión responsable de clientes - Protección del cliente	38	
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>					
12	G4-PR9	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios	Sistema de gobierno: Asuntos controvertidos	16	

Aspectos materiales identificados	Indicador		Capítulo	Página	Omisiones
<b>SUPLEMENTO DEL SECTOR FINANCIERO</b>					
12	FS1	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio	Prioridad 3: Productos de alto impacto social: Criterios sociales y ambientales en productos y servicios / Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	31, 40	
12	FS2	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	40	
	FS3	Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones.	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	40	
2	FS5	Interacciones con clientes / sociedades participadas / socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	18	
4	FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: Microempresas/pymes/grandes) y el sector de actividad.	Prioridad 3: Productos de alto impacto social	29	
2	FS15	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa	Prioridad 1: Comunicación TCR	26	
15	FS16	Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario	Prioridad 2: Educación financiera	27	

## INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE

Revisión Independiente del Informe Anual de Banca Responsable de 2015 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):

- La adaptación de los contenidos del IBR a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 4.0 (G4), así como los contenidos generales y específicos correspondientes al ejercicio 2015 propuestos en dicha guía.
- La información proporcionada sobre los progresos en las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2015.

### 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 Informe de Banca Responsable y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Banco Provincial, S.A. Banco Universal para conocer los principios, sistemas y enfoque de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IBR 2015.

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

- La preparación del IBR 2015, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Unidad de Comunicación e Imagen/ Sub Unidad de Responsabilidad Corporativa del Banco Provincial, S.A. Banco Universal, el cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados a nuestra revisión.
- El alcance de una revisión limitada es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada también es menor por lo que el presente informe no puede entenderse como un informe de auditoría.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Banco Provincial, S.A. Banco Universal de acuerdo con los términos de nuestra Propuesta. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos de la Dirección de Banco Provincial, S.A. Banco Universal.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

- Análisis de cómo a partir del ejercicio de materialidad se definen los contenidos, la estructura y los indicadores del informe, de acuerdo a lo sugerido por la metodología GRI G4.
- Análisis de 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 las secciones “Criterios y Estándares de la Información” y “Materialidad y Diálogo con los Grupos de Interés”.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Contraste de que el contenido del IBR no contradice ninguna información relevante suministrada por Banco Provincial, S.A. Banco Universal.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IBR a los recomendados en Guía G4 de GRI y comprobación de que los contenidos específicos incluidos en el IBR se corresponden con los recomendados por dicha Guía y por el Suplemento Sectorial Financiero de GRI.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IBR 2015 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Banco Provincial, S.A. Banco Universal.

**Confirmación que el Informe de Banca Responsable es preparado de acuerdo con la metodología GRI G4 en su versión “Esencial” o “Core”**

*Aspectos generales*

De acuerdo a nuestra revisión el informe se ajusta a los requisitos de la opción esencial de los aspectos generales de la versión GRI G4. Los indicadores G4-1 a G4-39, G4-42 a G4-50, G4-52, G4-56 a G5-58 fueron reportados.

*Aspectos específicos*

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

<u>Aspectos Materiales</u>	<u>Indicador GRI</u>
Productos con buena relación calidad/ precio (sin cláusulas abusivas)	PR1, PR8, FS15
Prácticas de comunicación y comercialización	PR3, FS5, FS15
Calidad de atención/ servicio al cliente	PR1, PR5
Respuesta a la demanda de crédito de la sociedad	FS6
Seguridad, privacidad y protección del cliente	PR8
Atención a clientes en situación de dificultad	PR1, PR8
Calidad del empleo	EC5, LA1, LA12,
Formación y desarrollo del talento	LA9
Prevención de blanqueo de capitales / financiación de actividades terroristas	SO4

<b>Aspectos Materiales</b>	<b>Indicador GRI</b>
Cumplimiento de la normativa fiscal	SO8
Comportamiento ético	LA8, LA12, HR3, SO4, SO8
Buen Gobierno Corporativo	PR9, FS1, FS2
Solvencia y gestión financiera	EC1
Digitalización (utilizar la tecnología para dar un buen servicio al cliente)	PR1
Educación Financiera	FS16

### **Conclusiones**

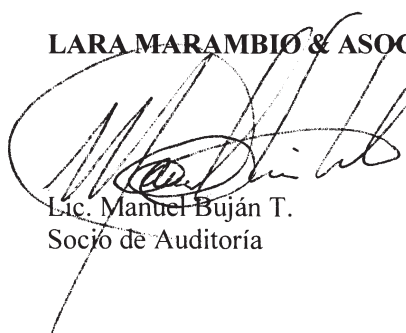
Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Banca Responsable 2015 contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (G4), en su versión “Esencial”.

### **Recomendaciones**

Adicionalmente, hemos presentado a la Unidad de Comunicación e Imagen / Sub Unidad de Responsabilidad Corporativa del Banco Provincial, S.A. Banco Universal nuestras recomendaciones relativas a los aspectos de mejora para 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.

- Fortalecer la gestión y análisis de indicadores GRI relacionados a aspectos materiales que presenten omisiones.
- Fortalecer la consolidación de los indicadores relacionados con medio ambiente (Agua, Energía, Gestión de Residuos, Consumo de Papel), con la finalidad de contar oportuna y adecuadamente con la información y las evidencias de dichas cifras.
- Continuar avanzando en la adaptación de la memoria de acuerdo al GRI G4 para alcanzar el nivel “Exhaustivo”.

**LARA MARAMBIO & ASOCIADOS**



Lic. Manuel Buján T.  
Socio de Auditoría

República Bolivariana de Venezuela, 14 de marzo de 2016



# Progresos 2015 y Objetivos 2016

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2015	OBJETIVOS 2016	
<b>VISIÓN, MISIÓN Y POLÍTICA</b>	Integración de la política de responsabilidad social corporativa (RSC) en la estrategia general del banco.	Se consolida incorporación del concepto de banca responsable en la estrategia de negocio del banco, como una forma diferencial de hacer banca.  Desarrollo del Plan de Negocio Responsable, incluyendo productos de alto impacto social, comunicación transparente, clara y responsable y programas educativos para diversos segmentos.	Cumplimiento de las directrices de la política de RSC: Realizar su actividad financiera pensando en las personas. Establecer relaciones equilibradas con los clientes y con orientación a largo plazo.  Mantener las iniciativas que apoyen la inclusión de la RSC en el negocio.	
	Gobierno y alcance de la gestión de RSC a través del Comité de Negocio Responsable (NR).	Se cambia la denominación del Comité de Responsabilidad Corporativa a Negocio Responsable (NR). Se realizaron dos Comités de NR, incluyendo temas de diversas áreas de negocio y de apoyo, el análisis de resultados de estudios de opinión externos e internos correspondientes a diversos grupos de interés, así como el seguimiento al Plan de Negocio Responsable.	Mantener dos reuniones en el año de este comité e impulsar la participación de las diferentes áreas del banco.	
	Posicionamiento a nivel local como una de las empresas de referencia en responsabilidad corporativa (RC).	Desarrollo del Plan de Comunicación de RSC.  Participación en eventos y alianzas con instituciones educativas y organizaciones de desarrollo social de alto impacto.  Participación en estudios y premios en materia de responsabilidad corporativa.	Mantener el plan de comunicación y publicidad.  Mantener presencia del banco y de su Fundación BBVA Provincial en eventos de referencia en materia de RC.  Continuar la participación en estudios y encuestas sobre RC.	
	Informe Anual de Banca Responsable (IBR), como forma de comunicar a los grupos de interés la gestión desarrollada en esta materia.	Edición del 9no. IBR 2014, preparado de acuerdo al Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3)  Avance en los puntos de mejora indicados en la revisión de los auditores externos, incorporación de la matriz de materialidad y nuevos indicadores GRI versión G4	Edición del 10mo. IBR 2015, de acuerdo al Global Reporting Initiative versión 4.0 (G4)  Revisar con las áreas de negocio y apoyo la incorporación de nuevos indicadores GRI versión G4.	
	<b>MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS</b>	Seguir la opinión de los grupos de interés (empleados, clientes, proveedores y sociedad).	Definición de los asuntos más relevantes para los grupos de interés, a partir de una matriz de materialidad.  Realización de la Encuesta de reputación interna a empleados y la Encuesta de reputación externa (Reptrak) para clientes y no clientes.	Continuar trabajando sobre los asuntos relevantes para los grupos de interés.  Continuar con el proceso de consulta y análisis de resultados.

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2015	OBJETIVOS 2016
<b>GESTIÓN RESPONSABLE DE CLIENTES</b>	Comunicación con los diversos grupos de interés.	Difusión del IBR 2014 entre accionistas, empleados y el resto de los grupos de interés, a través de <a href="http://www.provincial.com">www.provincial.com</a> y <a href="http://www.fundacionbbvaprovincial.com">www.fundacionbbvaprovincial.com</a> , intranet local para empleados, difusión en redes sociales y medios de comunicación.	Presentar el IBR2015 en la Asamblea de Accionistas de marzo de 2016 y mantener la promoción del informe entre el resto de grupos de interés.
	Fomentar el conocimiento y la colaboración de los grupos de interés en las líneas de compromiso social del banco.	Se mantuvo la comunicación de las acciones de RSC y compromiso social de la institución 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.	Avance en los procesos de transformación, mejoras digitales en los procesos clave con clientes y mayor calidad.	Seguir impulsando los planes estratégicos en calidad de servicio, que beneficien a los clientes con procesos sencillos y eficientes.
		Configuración de un modelo de distribución multicanal enfocado en los canales digitales (web y móvil) logrando 1.722.322 clientes digitales.	Continuar potenciando los desarrollos y servicios de la banca digital.
		Crecimiento de las Zonas Express (253) y red de cajeros automáticos (2.045 ATM, de los cuales 1.020 son cajeros multifuncionales).	Impulsar el uso de las Zonas Express y cajeros automáticos.
		Avances en resultados de disminución del fraude: campañas de comunicación interna y externa a través de las redes sociales.	Potenciar la prevención del fraude a través de los canales y campañas comunicacionales, así como mantener las mejoras que lo reduzcan.
		Se mantiene la figura del Defensor del Cliente y del Usuario Bancario y se continuó con mejoras en los sistemas de gestión de reclamos, a fin de acortar tiempos de respuesta.	Seguir impulsando mejoras en la gestión de reclamaciones y la atención al cliente.
	Mejorar la accesibilidad de los servicios financieros a todos los colectivos.	Se mantuvo la información oportuna al cliente a través del Provitexto Alertas / Alertas SMS.	Mantener la gestión en esta materia.
La estrategia en canales digitales (web y móvil) se reforzó con una versión mejorada de Provinet Móvil, con mejoras y funcionalidades que le permiten acceder a la banca en línea en cualquier momento y lugar.		Continuar automatizando y mejorando los procesos, con nuevas funcionalidades en los canales electrónicos no presenciales	
	Se avanzó en el lanzamiento de nuevos productos y servicios, como Dinero Móvil y Banca Móvil para Empresas.	Mejorar y ampliar servicios de acceso a Provinet para los distintos canales.	

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2015	OBJETIVOS 2016
<b>FINANZAS RESPONSABLES Y RIESGOS SOCIALES, AMBIENTALES Y REPUTACIONALES</b>	Desarrollar productos y servicios para colectivos con necesidades especiales.	<p>Se mantienen los estándares de seguridad en el resguardo de los datos del cliente, como es el uso de la Tarjeta de Coordinadas y la clave digital para nuevas operaciones.</p> <p>Se incorporaron nuevas empresas e instituciones a <a href="http://www.mispagosprovincial.com">www.mispagosprovincial.com</a>, para un total de 349 afiliaciones, representantes de 22 sectores de la economía.</p> <p>Continuidad del 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 embarazadas, así como la capacitación del personal de la red de oficinas en calidad de servicio.</p>	<p>Seguir invirtiendo en los canales electrónicos, para facilitar la gestión de actualización de datos y la seguridad de los clientes.</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).	Se continuó la gestión dentro del marco preventivo, potenciando la formación de los empleados en administración integral de riesgos de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo (LC/FT).	Continuar el proceso de formación con especial énfasis en los empleados que laboran en áreas sensibles al riesgo de LC/FT.
	Gestión del riesgo	<p>Entre las acciones ejecutadas en 2015, a través de la herramienta de riesgo reputacional, se establecieron y registraron las medidas de mitigación según el mapa de riesgos reputacionales del banco, logrando homogenizar los análisis en cada una de las áreas susceptibles a esta tipología de riesgo, además de reforzar su gestión y labores de control.</p> <p>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.</p>	<p>Mantener las acciones de revisión y control para minizar el riesgo reputacional.</p> <p>Mantener los criterios de concesión responsable del crédito, gestión de riesgos reputacionales y medioambientales, en la evaluación de los proyectos de financiamiento.</p>
	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.
<b>INCLUSIÓN FINANCIERA</b>			

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2015	OBJETIVOS 2016
<b>EQUIPO</b>	Valoración de la institución en la encuesta de satisfacción del empleado que realiza BBVA.	Se participó en la medición del Great Place To Work (GPTW), que mide el ámbito emocional y cómo los empleados perciben al banco.	Revisar la aplicación de la encuesta de clima laboral de acuerdo a lineamientos corporativos.
		Participación en el premio GPTW 2015, ocupando la 3ra. posición en el listado de mejores empresas para trabajar en Venezuela y 1ra. posición en el renglón del sistema financiero.	Revisar la participación del banco en premios de esta naturaleza y de acuerdo a lineamientos corporativos.
	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 calidad de vida.
	Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados.	Promoción del autodesarrollo y la especialización, con 209.600 horas de formación on line y 81.285 horas de formación presencial.	Seguir siendo referentes en beneficios sociales y mantener iniciativas de mejora profesional con planes de formación y mapas de trayectoria profesional.
		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.	Continuar implementando iniciativas de mejora personal: evaluaciones médicas, beneficios sociales, deportivos y recreativos para el empleado y su familia.
<b>PROVEEDORES</b>	Proceso de homologación de los proveedores.	Actualización de 115 nuevos proveedores homologados, conservando los procesos necesarios para la ampliación de dicho registro, brindando más alternativas y transparencia.	Mantener el registro de proveedores confiables que permitan impulsar la gestión, acreditando su adecuación a los estándares de calidad.
	Gestión outsourcing.	Se cuenta con un modelo de contratación y seguimiento de las empresas outsourcing, para una gestión del servicio que prestan los proveedores, evaluación y control de los pagos.	Proseguir con los avances en este tema.
	Herramientas de gestión y aprovisionamiento.	Se dio continuidad a la utilización de la herramienta Adquira, plataforma de comercio electrónico, a través de la cual se generó 421 adjudicaciones como resultado de las negociaciones del área y 389 adjudicaciones electrónicas.	Avanzar en el desarrollo de un nuevo modelo global de procesos de aprovisionamiento, mediante una herramienta común y homogénea para todos los bancos del Grupo BBVA.
<b>SOCIEDAD</b>	Continuidad del Programa Becas de Integración.	Se mantuvo el beneficio de la beca a 4.500 estudiantes. En 2015 se graduaron 1.000 alumnos, el 95,74% aprobó sus estudios y 87,17% 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.

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2015	OBJETIVOS 2016
	Continuidad del Programa Educativo Papagayo.	Se mantiene el programa educativo a través de un concurso online, 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 258 docentes y se beneficiaron 7926 estudiantes.	Mantener y reforzar la formación en valores, la promoción de la lectura escritura creativa en docentes y estudiantes venezolanos.
	Programa de Emprendimiento Social.	Se continuó desarrollando la Cátedra de Emprendimiento Social entre la Fundación BBVA Provincial y la Universidad Católica Andrés Bello, beneficiando a 1.442 personas entre estudiantes, profesionales, emprendedores comunitarios y microempresarios	Continuar con la formación en emprendimiento social, reforzando los contenidos de educación financiera.
	Educación Financiera.	Se amplió la base de beneficiarios que recibieron educación financiera y se mantuvo el portal "Adelante con tu futuro", con información para diferentes colectivos y actividades lúdicas para niños. Se incrementó la presencia a través de cápsulas informativas en radio y redes sociales. Además de incorporar este componente en talleres para emprendedores y pymes, así como en la formación para empleados.	Convertir la educación financiera en un eje transversal en otros programas educativos, mediante contenidos informativos, así como acciones comunicacionales y formación especial para empleados, jóvenes, pymes y sociedad en general.
	Voluntariado Corporativo.	En 2015 un total 975 empleados de forma voluntaria y activa se involucraron en diferentes acciones de voluntariado en educación financiera, voluntariado social y voluntariado ambiental.	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 "Aves en libertad, 24 especies comunes de Venezuela", como 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.  Impulsar la promoción de la lectura a través de publicaciones digitales que permitan la inclusión de una gran parte de la sociedad, ampliando el alcance a través de <a href="http://www.fundacionbbvaprovincial.com">www.fundacionbbvaprovincial.com</a> .

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2015	OBJETIVOS 2016
	<p>Reducir los impactos ambientales directos.</p>	<p>Se dio continuidad a las campañas de comunicación y sensibilización a la plantilla en materia de reducción del consumo de recursos y conservación del medioambiente.</p> <p>Continuidad del programa interno de reciclaje, impulsando la recolección y reciclaje de residuos entre los empleados.</p>	<p>Proseguir con mejoras en los sistemas de medición e implementación de medidas de ahorro energético, consumo de agua y reciclaje.</p> <p>Impulsar resultados positivos a través de este programa interno.</p>



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

**Dirección de Comunicación e Imagen**

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

**Coordinación y edición:**

Responsabilidad y Reputación Corporativas  
Dirección de Comunicación e Imagen

**Diagramación:**

Alexander Cano / Temática A/G

**Impresión:**

Artes Gráficas Rey

**Fotografía:**

Concurso de Fotografía para empleados  
de BBVA Provincial  
Páginas: 78, 79: Hildamar León

Archivo fotográfico de BBVA Provincial  
Páginas: 4, 12, 32, 45, 46, 51, 54, 77

Banco de imágenes de BBVA  
Páginas: 14, 18, 29, 31, 35, 40 y 52

**Fotógrafos**

Automático, FC: Portada, págs 24, 54, 55  
Abigail Machado: pág 2  
Camoba Taller Gráfico Editorial, C.A.: pág 56  
Carlos Vonder Heydee: 28, 43

**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.



