

BBVA Continental

Informe de Banca Responsable 2016



Índice

Carta del Presidente	3
Acerca de BBVA Continental	4
a. Indicadores clave de negocio responsable	5
b. Hitos y reconocimientos en 2016	8
c. Organigrama y estructura de gobierno	9
Materialidad y diálogo con los grupos de interés	11
a. Herramientas de escucha y diálogo	11
b. Análisis de materialidad	13
Estrategia	18
a. Visión y aspiración	19
b. Transformación del Grupo BBVA: Transformation Journey	22
c. Modelo de negocio responsable	24
Sistemas de gobierno	25
a. Gobierno corporativo	25
b. Sistema de cumplimiento	27
c. Estándares de conducta	30
d. Modelo de control interno	32
e. Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	34
Grupos de interés	37
a. El cliente	37
b. El equipo	49
c. Sociedad	55
d. Proveedores	67
Criterios y estándares de la información	70
Informe de revisión independiente	72
Indicadores GRI	73

Carta del Presidente

La generación de oportunidades es un factor esencial para una sociedad que aspira al progreso de sus integrantes. En BBVA Continental estamos convencidos de que nuestra sostenibilidad como institución está íntimamente ligada al desarrollo de la sociedad peruana en su conjunto, de que compartimos un espacio simbiótico en el que la gestión de cada actor social repercute en los demás. De ahí la imperiosa necesidad de proceder pensando en el bienestar del otro, que en definitiva resulta en el bienestar de todos.

Como institución promotora del acceso al crédito y al ahorro, tanto para personas como para empresas, entendemos claramente el alcance de nuestra responsabilidad con nuestros clientes y con todo el entramado social. Asumimos ese rol plenamente conscientes de que nuestro quehacer requiere ser regido y limitado por un sólido sistema de gobierno corporativo que evidencie nuestra práctica, determinada por consideraciones y acciones éticas, legales y socialmente responsables.

En el presente Informe de Banca Responsable, debidamente revisado y verificado por una firma externa e independiente, recogemos los aspectos más relevantes de nuestra gestión en los distintos ámbitos de impacto social durante el 2016. Fue este un año caracterizado por la renovación y el desarrollo de productos y servicios financieros sustentados en plataformas seguras y modernas, acorde con las ventajas que nos brinda el avance tecnológico.

Igualmente, durante el año que pasó hemos implementado planes que trascienden la esfera del negocio, orientando esfuerzos para que nuestra labor tenga un efecto positivo en el cuidado del medio ambiente y en el apoyo a los sectores más necesitados, enfocándonos en la promoción de la educación y la cultura. A través de nuestra Fundación, cuyo ejercicio también está descrito en el informe, impulsamos desde hace 44 años el acceso a una educación de calidad, así como a espacios y manifestaciones culturales que promuevan el respeto mutuo, la tolerancia y la sana convivencia.



Alex Fort Brescia
Presidente del Consejo



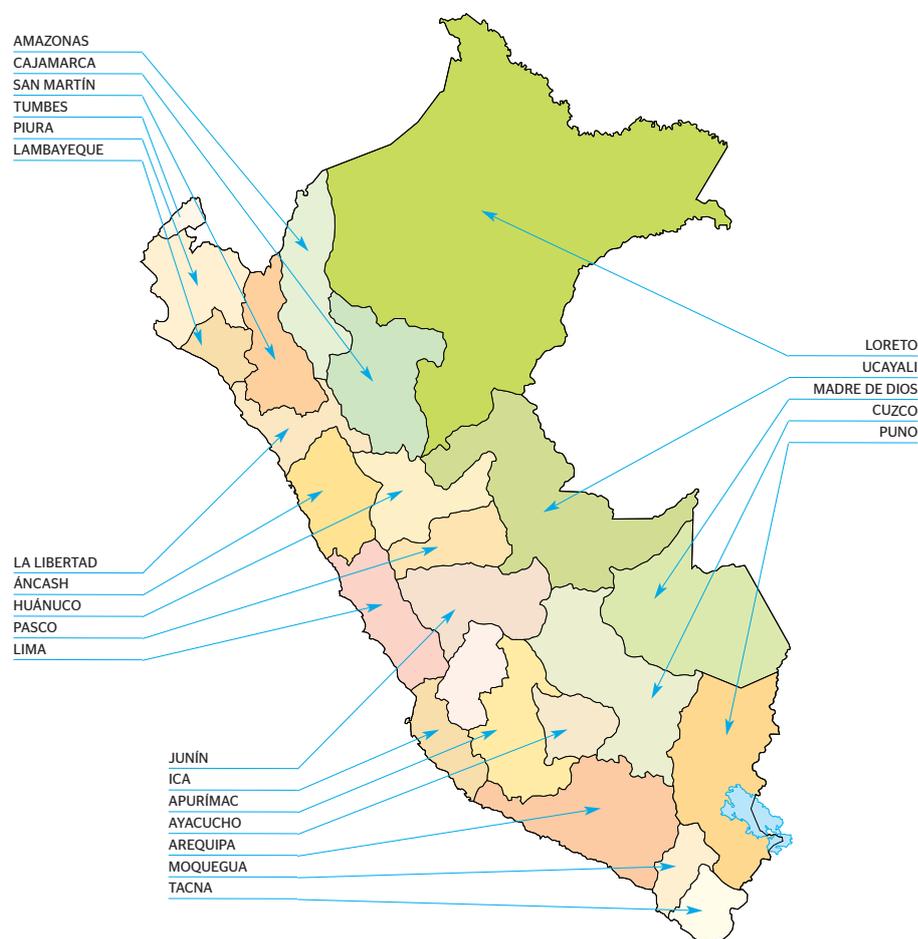
Durante el año que pasó hemos implementado planes que trascienden la esfera del negocio, orientando esfuerzos para que nuestra labor tenga un efecto positivo en el cuidado del medio ambiente y en el apoyo a los sectores más necesitados, enfocándonos en la promoción de la educación y la cultura.

Acerca de BBVA Continental

BBVA Continental

BBVA Continental es una sólida entidad financiera de gran prestigio en el ámbito nacional e internacional. Se trata de una entidad subsidiaria del holding Continental S. A., empresa peruana formada por el grupo Breca (50%), de capital peruano, y por el grupo BBVA (50%), de España. Desarrolla sus actividades a través de una red nacional conformada por 356 oficinas distribuidas en todo el país y su sede central está ubicada en Av. República de Panamá 3055, distrito de San Isidro, ciudad de Lima, capital del Perú. El Banco es una sociedad anónima constituida en 1951, autorizada a operar por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), con RUC número 20100130204.

G4-3, G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9, G4-17



Activo total
78,620
millones de soles

5,178,350
clientes

23
departamentos

356
oficinas

1,839
cajeros automáticos

5,570
empleados

a. Indicadores clave de negocio responsable

	2016	2015	2014
Económicos			
Valor económico generado (en millones de soles)	4,122	4,212	3,848
Valor económico distribuido (en millones de soles)	1,940	2,023	1,846
Valor económico retenido (en millones de soles)	2,182	2,189	2,003
Sociales			
Comunidad			
Inversión en programas sociales (S/)	5,636,363	6,698,768.85	6,395,089.65
Beneficio atribuido al grupo dedicado a programas sociales (%)	0.42	0.49	0.48
Número de personas beneficiadas por el programa de educación financiera	21,303	23,012	25,149
Beneficiarios indirectos	85,212	92,048	100,596
Capital humano			
Empleados (número)	5,570	5,392	5,421
Diversidad de género de los empleados (mujeres / total de la plantilla, %)	52%	51%	51%
Personas del equipo gestor	93	95	56
Diversidad de género en el equipo gestor (mujeres / total de la plantilla, %)	26%	27%	18%
Edad media de empleados (años)	35	35.05	34.72
Estabilidad laboral (% con empleo fijo)	81.04%	81.3%	79.8%
Rotación de empleados	18.10%	15.8%	18.0%
Puestos de trabajo netos creados	898	867	852
Antigüedad laboral (años)	35	35.05	34.72
Horas de formación por empleado	53.39	53	58.96
Participantes en iniciativas de voluntariado que son empleados de BBVA Continental	199	276	167
Mediambientales			
Emisiones CO ₂ por persona (T)	1.58	1.46	1.44
Consumo de papel por persona (T)	65.75	0.065	0.060
Consumo de agua por persona (m ³)	31.94	31.35	32.98
Consumo de electricidad por persona (MWh)	6.457	6.633	6.952
Personas trabajando en edificios certificados	43.29%	1,737	0
Gobierno corporativo			
Datos (número)			
Consejeros (*)	8	4	4
Consejeros independientes	1	1	0
Reuniones del Consejo	12	4	4
Diversidad de género en el Consejo (mujeres / total de consejeros, %)	38%	30%	30%

(*) Consejeros: Considerando personas en el Comité de Dirección.

Datos relevantes BBVA Continental

En millones de soles y porcentaje

	2016	2015	Var.	Var. %
Estados de situación financiera				
Activo total	78,620	81,116	(2,496)	-3.1%
Cartera de créditos ¹	49,880	47,849	2,031	4.2%
Obligaciones con el público	47,947	46,440	1,507	3.2%
Patrimonio neto	6,989	6,256	733	11.7%
Estados de resultados				
Margen financiero bruto	2,883	2,706	177	6.5%
Margen financiero neto	2,261	2,068	194	9.4%
Ingresos por servicios financieros netos	739	727	12	1.7%
Resultados por operaciones financieras	529	694	-165	-23.8%
Margen operacional	3,530	3,489	41	1.2%
Gastos de administración	1,509	1,452	57	4.0%
Utilidad antes de impuestos	1,769	1,888	-119	-6.3%
Utilidad neta	1,338	1,372	-34	-2.5%
Calidad de cartera				
Ratio de mora ²	2.41%	2.17%	24 pbs	—
Ratio de cobertura de cartera atrasada ³	187.46%	203.57%	-1,611 pbs	—
Liquidez				
Fondos disponibles / Depósitos totales ⁴	42.08%	48.76%	-668 pbs	—
Cartera de créditos / Depósitos totales ⁴	100.90%	99.96%	95 pbs	—
Productividad				
Total activo / Número de personal (en millones S/)	13.78	14.67	-0.89	-6.09%
Ratios de capital				
Ratio de capital global ⁵	14.25%	13.31%	95 pbs	—
Índices de rentabilidad y eficiencia				
ROE ⁶	20.75%	23.92%	-318 pbs	—
ROA ⁷	1.70%	1.87%	-17 pbs	—
Ratio de eficiencia ⁸	39.40%	38.92%	48 pbs	—
Cuota de mercado				
Colocaciones vigentes	22.01%	21.88%	13 pbs	—
Depósitos totales	22.88%	21.87%	101 pbs	—
Otros datos				
Plantilla estructural	5,707	5,529	178	3.2%
Total Red Comercial				
Oficinas Comerciales + Oficinas Especiales	331	343	-12	-3.5%
Oficinas Banca Empresas	20	23	3	-13%
Oficinas Banca Corporativa	1	1	—	—
Oficina Banca Institucional	1	1	—	—
Oficinas Banca Premium	3	3	—	—
Cajeros Automáticos	1,839	1,852	-13	-0.7%

1 Neto de Provisiones

2 Cartera atrasada / colocaciones brutas

3 Provisiones / cartera atrasada

4 Obligaciones con el público y depósitos del sistema financiero

5 Patrimonio efectivo / activos ponderados por riesgo

6 Utilidad neta anualizada / patrimonio promedio

7 Utilidad neta anualizada / activo promedio

8 Gastos de operación / margen financiero total

Incluye sucursales en el exterior

Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores / Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Volúmenes de negocio

En millones de soles

	2016	2015	Var.
Colocaciones netas	49,880	47,849	4.2%
Obligaciones con el público	47,947	46,440	3.2%

Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores.

Valor Económico Añadido (EVA): Detalle por grupos de interés

En millones de soles

G4-EC1

	Indicador de valor	dic-16	dic-15
Accionistas	Dividendos	617	n.d.
	Cotización	4.00	3
Empleados	Gastos de personal y directorio ¹	629	588
	Participación de trabajadores ²	96	97
Clientes	Cartera de créditos	49,880	47,487
	Obligaciones con el público	47,947	46,440
Proveedores	Gastos por servicios y otros	784	821
Sociedad	Impuesto a la renta	431	517

1 No incluye participación de trabajadores.

Según última normativa de la SBS con vigencia a partir del 01.01.2011, la participación de trabajadores se incluye dentro de los gastos administrativos (rubro gastos de personal).

2 Dividendos, participaciones y remuneraciones por pagar. Fuente: Notas a los EEFF - SMV.

Calculado siguiendo el modelo SPI de GRI. www.spfinance.com.

Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores - SMV.

Valor económico generado y distribuido

En millones de soles

G4-EC1

	dic-16	dic-15
Valor económico generado (VEG)		
1 Margen financiero bruto ¹	3,412	3,400
2 Comisiones netas	739	782
3 Otros ingresos y gastos	-29	30
Total (1 + 2 + 3)	4,122	4,212
Valor económico distribuido (VED)		
1 Participación de trabajadores ³	96	97
2 Impuesto a la Renta	431	517
3 Gastos de personal y directorio ²	629	588
4 Gastos por servicios y otros	784	821
Total (1 + 2 + 3 + 4)	1,940	2,023
Valor económico retenido (VER = VEG - VED)		
1 Utilidad neta	1,338	1,372
2 Provisiones y amortizaciones	844	817
Total (1 + 2)	2,182	2,189

1 Incluye Resultado por Operaciones Financieras (ROF).

2 No incluye participación de trabajadores.

Según última normativa de la SBS con vigencia a partir del 01.01.2011, la participación de trabajadores se incluye dentro de los gastos administrativos (rubro gastos de personal).

3 Dividendos, participaciones y remuneraciones por pagar. Fuente: Notas a los EEFF - SMV.

Calculado siguiendo el modelo SPI de GRI. www.spfinance.com.

Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores - SMV.

b. Hitos y reconocimientos en el 2016

Hitos

- Lanzamiento de “Encuentra tu poema”
<http://encuentratupoema.pe>
- Presentación del libro “Leer es estar Adelante”
<http://fundacionbbva.pe/wp-content/uploads/2016/07/LeereseSTARadelanteBBVAok>
- Desarrollo de ciclos de conferencias “Pensemos bien”
<http://fundacionbbva.pe/pensemos-bien>

Premios y reconocimientos

El programa “Leer es estar Adelante” de la Fundación BBVA Continental ha sido reconocido con los premios más importantes en responsabilidad social que se otorgan en el Perú:

- Gran Premio Creatividad Empresarial 2010.
- Creatividad Empresarial 2010, en la categoría Educación.
- Premio RPP Integración y Solidaridad, en la categoría Empresa.
- Premio Luis Hochschild Plaut 2012, en la categoría Educación, entregado por IPAE, por su aporte empresarial al desarrollo de la educación.
- Premio León de Bronce, Cannes de Publicidad 2012, por uso de medios alternativos.
- Premio El Sol de España, por uso de medios alternativos.
- Diploma de Reconocimiento 2014 del Ministerio de Educación, por su aporte a la formación de los estudiantes peruanos.

Ampliamente considerado como una experiencia exitosa, el programa ha merecido también el reconocimiento de distintos gobiernos regionales y del Ministerio de Educación, y ha sido invitado a presentar su estrategia y logros en diversos foros especializados tanto en el Perú como en el extranjero.

Asimismo, la Fundación y el Banco se han hecho merecedores a las siguientes distinciones por su destacada labor en el campo de la educación y la cultura, dado el enfoque descentralizado e inclusivo con el que desarrollan su propuesta de valor:

- Premio Asociación Nacional de Anunciantes, Premio a la Responsabilidad Social 2005.
- Premio Luis Hochschild Plaut 2004, por su aporte al arte y a la cultura con el proyecto Museo de Arte Precolombino.
- Premio “Somos patrimonio”, Convenio Andrés Bello 2004, en reconocimiento a la gestión de fomento y promoción del arte y la cultura en el Perú.
- Medalla de Honor del Instituto Nacional de Cultura 2003 por su destacada labor en la preservación, promoción y defensa del patrimonio cultural.

c. Organigrama y estructura de negocio

Con la finalidad de consolidar su posición en la era digital, en enero del 2016 el Banco creó el Área Business Process Engineering, y en septiembre, el Área Business Development & Digital Banking, producto de la fusión de las áreas Banca Digital y Desarrollo de Negocio.

Su visión es poner al alcance de los clientes todas las oportunidades de esta nueva era, para lo cual se ha configurado un modelo organizacional con las siguientes áreas:

Auditoría Interna: Proporciona una visión independiente y objetiva en la evaluación de los diferentes tipos de riesgos vinculados a los procesos del negocio, los controles para mitigarlos y los aspectos normativos relacionados a las actividades desarrolladas por la organización.

Corporate & Investment Banking: Engloba las actividades de banca de inversión, mercados globales, préstamos globales y servicios transaccionales para clientes corporativos e inversores institucionales. Es un proveedor integrado de servicios de alto valor añadido y dispone de un completo catálogo de productos de soluciones para sus clientes.

Business Development & Digital Banking: Promueve el proceso de transformación digital del Banco, así como el diseño, desarrollo, innovación y mantenimiento de productos, servicios y canales de distribución. Crea oportunidades que lleven al negocio al momento y al lugar donde el cliente lo necesita, con soluciones que revolucionen su experiencia.

Distribución Red: Define la estrategia por aplicar en la red comercial del Grupo BBVA Perú (Banca Minorista, Banca Empresa e Instituciones, Banca Premium, Centros de Negocio y BBVA Consumer Finance), con el fin de asegurar el máximo rendimiento en la evolución del negocio y cuenta de resultados.

Engineering: Encargada de asegurar la continua operatividad del negocio mediante soluciones de sistemas, soporte tecnológico, procesamiento de datos y medidas de seguridad, tanto para la Sede Central como para la red de oficinas a nivel nacional.

Talento & Cultura: Gestiona tanto las estructuras como los recursos humanos adecuados para lograr los objetivos del Grupo BBVA Perú, con la promoción de un adecuado clima organizacional y el establecimiento de las estrategias que permitan desarrollar y retener el talento. Asimismo, tiene la responsabilidad de monitorear la infraestructura integral, en tiempo y forma.

Finanzas: Encamina a la organización hacia la eficaz y eficiente administración de sus recursos financieros, para lo cual se vale de sistemas de información gerencial y herramientas de análisis económico-financiero.

Riesgos: Evalúa los riesgos externos e internos con el propósito de minimizar su repercusión en los resultados esperados del negocio. BBVA Continental busca garantizar la solvencia y el desarrollo sostenible de las operaciones a través de la utilización de un modelo corporativo de gestión de riesgos único, independiente y global.

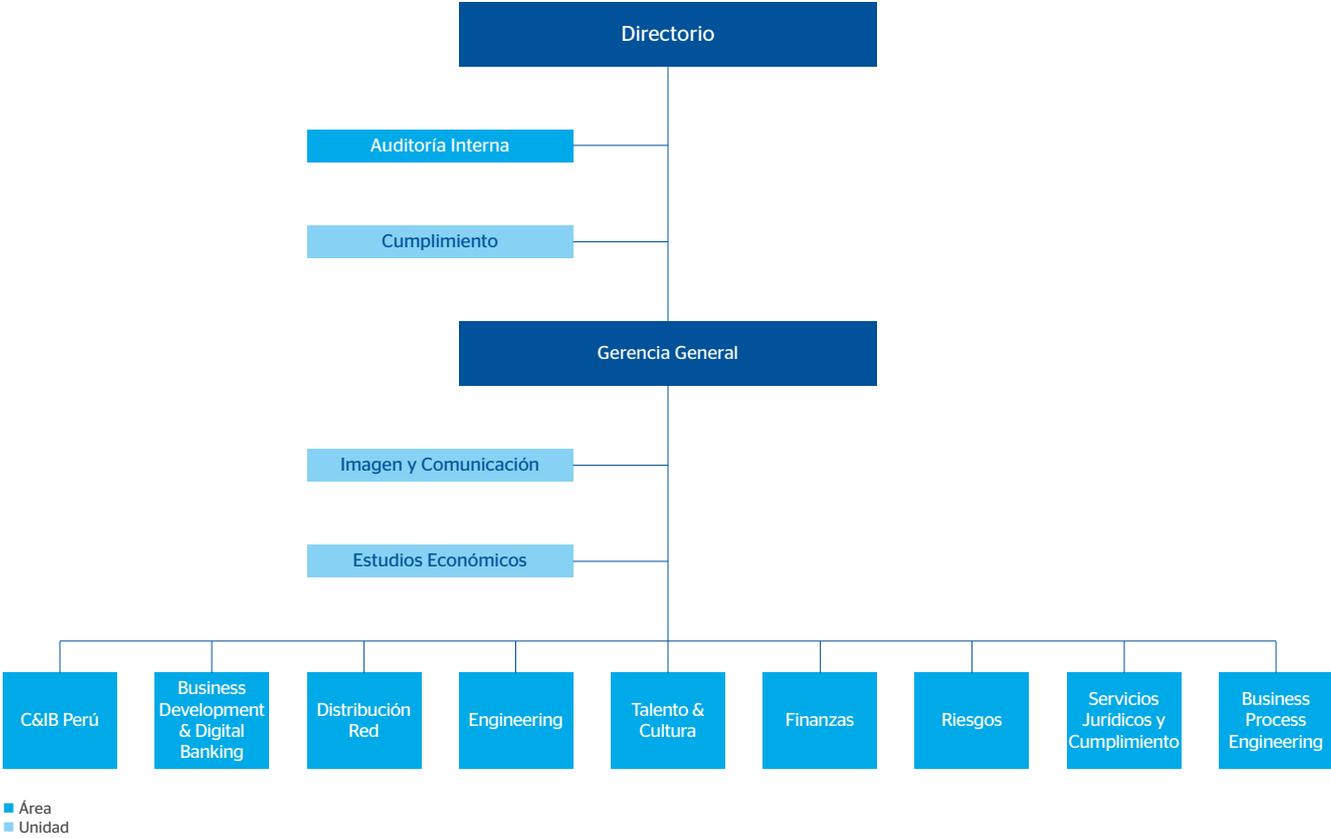
Servicios Jurídicos y Cumplimiento: Establece estrategias y acciones judiciales y administrativas que salvaguarden la defensa del Grupo BBVA Perú, así como asegura el cumplimiento de la normativa aplicable en aspectos de lavado de activos, protección de clientes, datos personales y mercados.

Business Process Engineering: Garantiza procesos eficientes, con la visión basada en el cliente, que promuevan un incremento en la productividad y se enfoquen en las actividades clave del negocio bancario. Contribuye a implementar medidas de mitigación del riesgo, controles eficientes y un robusto modelo de arquitectura de procesos.

De otro lado, las siguientes son unidades de soporte:

Imagen y Comunicación: Promueve la imagen del Grupo BBVA en los diferentes medios y espacios públicos. Además, propone, desarrolla y gestiona la práctica informativa interna.

Estudios Económicos: Elabora las proyecciones, presentaciones e informes que muestran la evolución de las variables económicas para la toma de decisiones del directorio, de la gerencia general, del Comité de Activos-Pasivos (COAP) y de las áreas de negocio.



Materialidad y diálogo con los grupos de interés

a. Herramientas de escucha y diálogo

G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-49, G4-50, FS5

Con el fin de brindar un informe riguroso y preciso de su actuación, BBVA Continental decidió elaborar el presente documento bajo la metodología G4 de Global Reporting Initiative (GRI). Con este propósito, llevó a cabo una serie de estudios y procesos de monitoreo sobre el impacto de las actividades institucionales en los stakeholders (grupos de interés), para poder determinar y actualizar constantemente los aspectos materiales más relevantes para la entidad.

Bajo el liderazgo de la Gerencia General, los resultados de estas investigaciones fueron analizados en conjunto por distintas áreas y filtrados en concordancia con la visión del Banco, sus principios, su estrategia y su impacto en el negocio. La participación de áreas y unidades como Calidad, Desarrollo de Negocio, Asesoría Jurídica e Imagen y Comunicación, entre otras, permitió establecer una priorización de temas.

Estas herramientas garantizan dos premisas: que los grupos de interés disponen de canales adecuados para ser atendidos y que cuentan con suficientes fuentes de información para conocer sus prioridades y expectativas en su relación con la institución, y así darles respuesta.

Herramientas de escucha y diálogo

1. Sociedad y clientes

Encuesta de satisfacción y recomendación de los clientes y otras investigaciones cuantitativas y cualitativas de calidad/satisfacción gestionadas por las áreas de Customer Experience

Servicio de atención al cliente y comités de análisis de quejas y reclamaciones

Defensor del cliente

Encuesta de reputación a clientes (Reptrak)

Tracking continuo o seguimiento de publicidad y marca: Millward Brown

Focus groups y jornadas de trabajo con clientes para conocer su opinión sobre temas concretos (adicionales a la calidad del servicio)

Análisis de presencia en redes sociales: Quántico

Análisis de presencia en medios de comunicación: Kantar Media y Apoyo Comunicaciones

Participación en actos y foros de responsabilidad y reputación corporativa

Servicios de estudios BBVA Research

La unidad de Imagen y Comunicación utiliza la mayor parte de estas herramientas/fuentes y cumple con la función de “radar”

2. Empleados

Servicio de Atención al Empleado (SAE)

Encuesta de compromiso de empleados: Gallup Q12

Encuesta anual de reputación interna entre empleados (Reptrak)

Oráculo o herramientas similares de escucha regular a empleados de la red de sucursales

Focus groups y jornadas de trabajo con empleados para conocer su opinión sobre temas concretos

Entrevistas personales regulares entre cada responsable y los miembros de su equipo

Desayunos de la dirección

Portal del Empleado: Tu&BBVA y webs para el diálogo sobre temas específicos

Canal de Denuncia (línea anónima gratuita)

Reuniones y jornadas masivas (reunión de directivos, jornadas de área y otras)

Encuesta de comunicación interna: Ipsos Apoyo

Departamento de RRHH y en particular los gestores, que entrevistan periódicamente a las personas

Entrevistas de fijación de objetivos, competencias y retroalimentación

Comunidades de Google+

Revista digital

Apúntate

Reunión de presentación de resultados

3. Accionistas e inversores

Junta General de Accionistas

Página web de accionistas e inversores

Informe anual, informes trimestrales y hechos relevantes

Contacto constante con accionistas e inversores (buzón electrónico, teléfonos de atención, eventos en sucursales bancarias, etc.)

Roadshows y reuniones con inversores y accionistas

Asistencia a conferencias para inversores y accionistas

Relación con analistas y agencias de rating

Servicios de alerta y envíos de información relevante

4. Reguladores

Participación del banco en distintas agrupaciones formales e informales para mejorar el entendimiento de las preocupaciones de los reguladores

Departamentos que gestionan la relación con los reguladores: Servicios Jurídicos, Control Interno, Riesgos, Presidencia

Informes de tendencias regulatorias

5. Proveedores

Cuestionarios de homologación

Encuestas de satisfacción

Reuniones periódicas con proveedores

Herramienta on-line de negociación y aprovisionamiento (Adquira)

Buzón de proveedores

b. Análisis de materialidad

La determinación de los aspectos materiales se realizó a partir de una serie de análisis entre los grupos de interés, destinados a conocer en dónde se debían focalizar los esfuerzos para aportarles valor.

Los análisis, para los que se utilizaron diversas herramientas de escucha y diálogo con los stakeholders, determinaron los asuntos relevantes para dichos grupos y el impacto que tienen en la gestión de BBVA Continental como entidad financiera.

No se registró ningún inconveniente en la recolección de la información solicitada al aplicar las herramientas de consulta y relacionamiento. Estas se desarrollaron y establecieron con los distintos stakeholders, primando la transparencia, sencillez y claridad con que se solicitaron los datos a cada uno de los representantes.

El resultado final del proceso es una matriz de materialidad en la que cada uno de los asuntos relevantes identificados se clasifica sobre la base de dos variables: su importancia para los stakeholders y para el negocio. Esta metodología ha sido aplicada según las recomendaciones de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI-G4.

1. Proceso de definición de asuntos materiales

a) Identificación de asuntos materiales

El listado final de asuntos materiales se estableció a partir de aquellos definidos como riesgos reputacionales para el Banco y de la identificación de aquellos que no representan riesgo.

En ambos casos, las fuentes consultadas fueron:

1. Investigaciones y contactos que proporcionan información sobre las percepciones de los grupos de interés, a través de las herramientas de consulta descritas antes.
2. Análisis de información procedente de observadores expertos (ONG, analistas de sostenibilidad, sindicatos y otras asociaciones civiles) que evalúan los comportamientos de las compañías.
3. Tendencias regulatorias del sector.
4. Análisis de los asuntos más relevantes o conflictivos que afectan a los competidores y que podrían afectar también al Banco.
5. Análisis de medios y redes sociales: noticias negativas, polémicas, preocupaciones sociales, etc.

b) Priorización de asuntos materiales

Para priorizar los asuntos materiales se analizó su relevancia tanto para los grupos de interés como para el negocio de BBVA Continental.

Relevancia para los grupos de interés: Se tomó en cuenta el grado de importancia de los asuntos para estos grupos, así como los requerimientos legales o compromisos suscritos por el Banco. De esta forma se estableció que un asunto es más relevante cuando:

- Mayor número de grupos de interés se vea afectado y mayor sea la importancia de estos para BBVA Continental.
- Mayor sea el impacto de los asuntos para los grupos de interés afectados.
- Existan requerimientos legales o compromisos por parte de BBVA Continental relacionados con un asunto específico.

Relevancia para el negocio: Consiste en determinar el impacto que el asunto tiene en el negocio actual y futuro del Banco. El departamento de Responsible Business Global identifica a los responsables de la gestión de cada asunto, tanto en el ámbito global como en el de sus contrapartes locales. Estas, a su vez, valoran el impacto en el negocio dentro de su esfera de gestión.

c) Validación

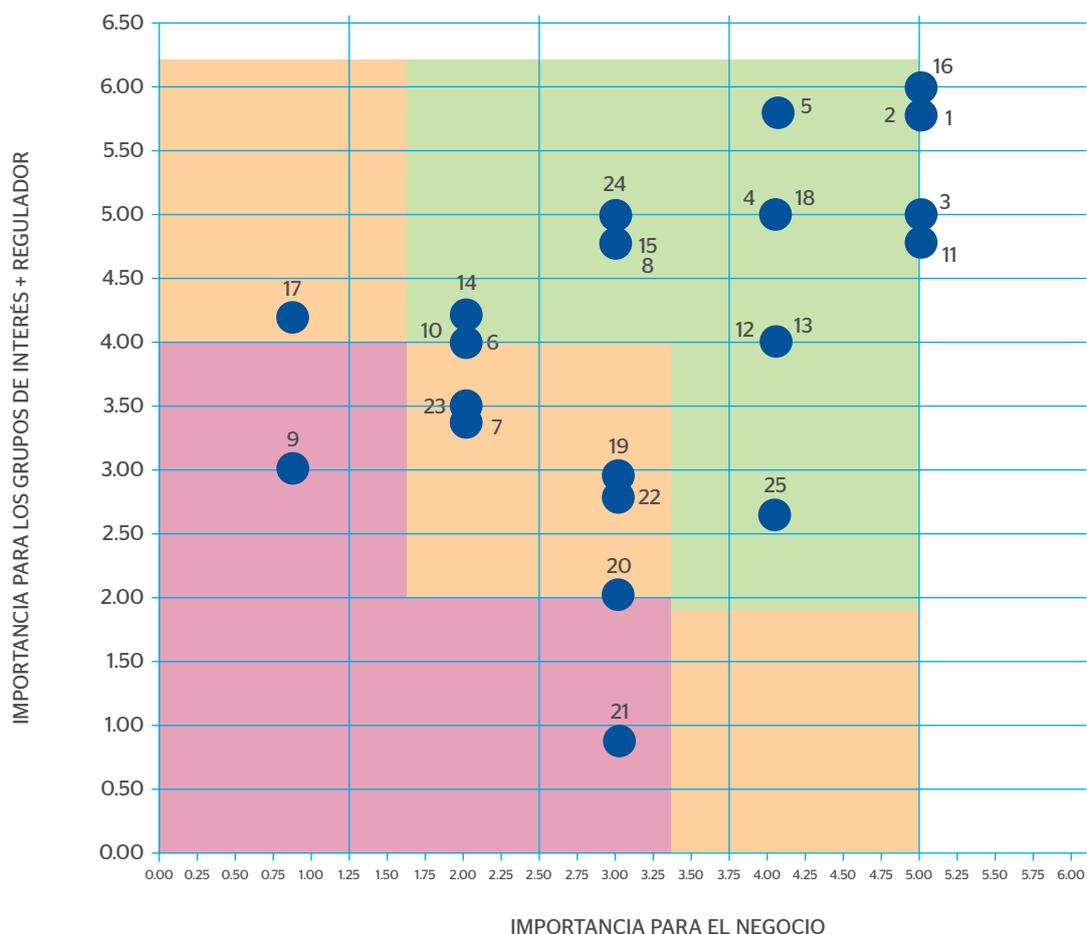
Para la validación de los asuntos materiales identificados se efectúan reuniones con los assurance providers locales. Como responsables, estos aportan la visión interna de la institución, el impacto económico y la relevancia para el Banco según sus líneas estratégicas.

2. Matriz de materialidad

Siguiendo este procedimiento se ha elaborado una matriz de materialidad, cuyo proceso de consolidación se ha realizado haciendo una media ponderada de la relevancia para el negocio de todos los países. El ponderado utilizado fue el margen bruto en cada país.

La matriz de materialidad resultante es la siguiente:

Matriz de materialidad



- 1 Productos con buena relación calidad / precio (sin cláusulas abusivas)
- 2 Prácticas de comunicación y comercialización
- 3 Calidad de atención / servicio al cliente
- 4 Respuesta a la demanda de crédito de la sociedad
- 5 Seguridad, privacidad y protección del cliente (incluyendo big data)
- 6 Atención a clientes en situación de dificultad
- 7 Calidad del empleo (temporalidad, externalizaciones, reubicaciones, etc.)
- 8 Respeto a los derechos de los empleados
- 9 Política de remuneración de altos directivos y consejo de administración
- 10 Financiación social y medioambientalmente responsable
- 11 Prevención de blanqueo de capitales / financiación de actividades terroristas
- 12 Cumplimiento de la normativa fiscal
- 13 Comportamiento ético
- 14 Compras / outsourcing responsable
- 15 Buen gobierno corporativo
- 16 Solvencia y gestión financiera
- 17 Formación y desarrollo del talento
- 18 Respeto a los derechos humanos
- 19 Contribución al desarrollo de las sociedades locales (creación de empleo, apoyo a la pyme, etc.)
- 20 Inclusión financiera
- 21 Acción social
- 22 Diversidad y conciliación
- 23 Cambio climático
- 24 Digitalización
- 25 Educación financiera

Asuntos relevantes

El análisis de todo lo anterior, filtrado a la luz de la visión del Banco, de sus principios, de su estrategia y de su impacto en el negocio, condujo a identificar la siguiente lista de asuntos relevantes.

Orden	Asuntos	Grupos de interés afectados	Impacto actual o potencial para la empresa
1	Productos con buena relación calidad / precio (sin cláusulas abusivas)	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Colaboradores	Alto
2	Prácticas de comunicación y comercialización	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Colaboradores	Alto
3	Calidad de atención / servicio al cliente	Sociedad Clientes Accionistas Colaboradores	Alto
4	Respuesta a la demanda de crédito de la sociedad	Sociedad Clientes Regulador Colaboradores	Alto
5	Seguridad, privacidad y protección del cliente (incluyendo big data)	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Colaboradores	Alto
6	Atención a clientes en situación de dificultad	Sociedad Clientes Regulador Colaboradores	Medio
7	Calidad del empleo (temporalidad, externalizaciones, reubicaciones, etc.)	Sociedad Regulador Colaboradores	Medio
8	Respeto a los derechos de los colaboradores	Sociedad Accionistas Regulador Colaboradores	Alto
9	Política de remuneración de altos directivos y consejo de administración	Sociedad Accionistas Regulador Colaboradores	Bajo
10	Financiación social y medioambientalmente responsable	Sociedad Accionistas Regulador Colaboradores	Alto
11	Prevención de blanqueo de capitales / financiación de actividades terroristas	Sociedad Accionistas Regulador Colaboradores	Alto
12	Cumplimiento de la normativa fiscal	Sociedad Accionistas Regulador Colaboradores	Alto

>

Orden	Asuntos	Grupos de interés afectados	Impacto actual o potencial para la empresa
13	Comportamiento ético	Sociedad Accionistas Regulador Colaboradores	Alto
14	Compras y outsourcing responsables	Sociedad Accionistas Regulador Colaboradores Proveedores	Alto
15	Buen gobierno corporativo	Sociedad Accionistas Regulador Colaboradores	Alto
16	Solvencia y gestión financiera	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Colaboradores Proveedores	Alto
17	Formación y desarrollo del talento	Sociedad Clientes Accionistas Colaboradores	Medio
18	Respeto a los derechos humanos	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Colaboradores Proveedores	Alto
19	Contribución al desarrollo de las sociedades locales (creación de empleo, apoyo a la pyme, etc.)	Sociedad Regulador Colaboradores Proveedores	Medio
20	Inclusión financiera	Sociedad	Bajo
21	Acción social no vinculada al negocio	Sociedad	Bajo
22	Diversidad y conciliación	Sociedad Regulador Colaboradores	Medio
23	Cambio climático	Sociedad Accionistas Regulador	Medio
24	Digitalización	Sociedad Clientes Accionistas Regulador Colaboradores Proveedores	Alto
25	Educación financiera	Sociedad Clientes Regulador	Alto

Estrategia

Durante el 2016, el Grupo BBVA realizó avances significativos en su Transformation Journey, teniendo como base fundamental su propósito (“Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era”) y sus seis prioridades estratégicas. Se reforzó el accionar de la entidad, con especial foco en la digitalización y la experiencia de cliente, y se simplificó la estructura organizativa. Ya en el 2017 se ha redefinido el lema del Banco, que ahora es “Creando oportunidades”.

El Grupo BBVA está inmerso en un proceso de transformación necesario para adaptarse al nuevo entorno de la industria financiera y para mantener su liderazgo en ella. Este escenario actual se caracteriza por:

- Desaceleración económica, incremento de la presión regulatoria, impacto negativo en la rentabilidad de la industria, reducidos tipos de interés y elevada competencia.
- Cambios en las expectativas de los clientes, que demandan servicios de mayor valor añadido para ayudarlos a alcanzar sus objetivos. Los clientes buscan asesoramiento, transparencia y un modelo de relación digital.
- Irrupción de nuevos entrantes y grandes empresas digitales, con propuestas de valor sumamente atractivas y el consiguiente riesgo para la banca tradicional de la posible pérdida gradual de la relación con sus clientes.

Para alcanzar el éxito en este nuevo entorno se hace necesario redefinir la propuesta de valor y adaptar el modelo de negocio de banca universal, pasando a ser más selectivos. En este contexto, el objetivo del plan de transformación del Grupo BBVA -su aspiración- es afianzar la relación con sus clientes, configurada en torno a su propósito y sus prioridades estratégicas, que son el pilar sobre el que se fundamentan los planes de todas las geografías y áreas del Grupo, así como la cultura de toda la organización.

Con ello en mente, durante el 2016 el Grupo BBVA ha fortalecido su modelo de banca responsable, con la aprobación de un nuevo plan 2016-2018.

El Grupo BBVA está inmerso en un proceso de transformación necesario para adaptarse al nuevo entorno de la industria financiera y para mantener su liderazgo en ella.

a. Visión y aspiración

1. La visión de BBVA

Un nuevo entorno para la industria financiera

Entorno macroeconómico

Claves del crecimiento en el 2017

Se estima que la economía peruana crecerá 3.5% en el 2017, con lo que se mantendrá como una de las más dinámicas de la región. Esta proyección toma en cuenta que los trabajos de construcción de grandes proyectos de infraestructura, como la Línea 2 del Metro de Lima, la renovación de la refinería de Talara, los aeropuertos de Lima y Chinchero (Cusco) y el proyecto de irrigación Majes-Siguas se acelerarán en este año. También presume que la confianza empresarial se mantendrá en terreno optimista y alcanzará los niveles más elevados de los últimos tres o incluso cuatro años, lo que favorecerá la inversión no minera y la creación de empleo formal. Por el lado de los sectores extractivos, considera que la producción de cobre seguirá aumentando en el presente período, aunque a un menor ritmo que en años previos, y que la extracción de anchoveta alcanzará algo más de cinco millones de TM, esto lógicamente condicionado a que las actuales anomalías climatológicas no se prolonguen. Un elemento adicional contemplado es que se disipe el lastre de la fuerte contracción que ha sufrido la inversión en el sector minero, lo que compensará el menor empuje de la producción, en particular del cobre.

De otro lado, la proyección toma en cuenta la meta de déficit fiscal de 2.5% del PIB, lo que supone que no se reducirá la tasa del impuesto general a las ventas (equivalente al IVA en otros países) y que, por el contrario, habrá una recaudación fiscal excepcional que resultará de los incentivos para repatriar capitales del exterior, lo que dará espacio al sector público para acelerar su gasto.

En cuanto a la demanda, el crecimiento previsto para el año refleja una mayor contribución de la demanda interna, en particular de la inversión privada (que aun así avanzará débilmente) y del gasto público; la primera, en un entorno en el que el lastre de la inversión minera se disipe y la confianza se sostenga en el tramo optimista. Ello implicará mayores importaciones, lo que junto con la pérdida de empuje por el lado exportador (reflejando el avance más acotado de la producción minera) llevará a que disminuya la contribución del sector externo al crecimiento del PIB.

Finalmente, es preciso señalar que estas previsiones para el 2017 están sujetas a ciertos riesgos. Externamente, las vulnerabilidades financieras que presenta China y la elevada incertidumbre por las políticas que implementará la administración entrante en Estados Unidos; localmente, que continúen retrasándose las obras de infraestructura, que se desinfla la confianza al no percibirse mejoras en la economía y que las recientes anomalías climatológicas se prolonguen. El balance de riesgos sobre la proyección de crecimiento económico para el año es, en este momento, bajista.

La digitalización

La digitalización tiene un notable impacto en la industria financiera, ya que permite satisfacer las nuevas demandas de los clientes en varios sentidos.

Por una parte, la irrupción de los smartphones, phablets o, en términos genéricos, los móviles ha provocado cambios en el modelo de distribución. Con este tipo de dispositivos electrónicos el usuario está permanentemente conectado desde cualquier lugar, al punto que se ha convertido en el principal canal de contacto. Así, el número de usuarios de banca móvil a nivel mundial ha crecido de manera exponencial y los clientes interactúan cada vez más a través de sus celulares inteligentes.

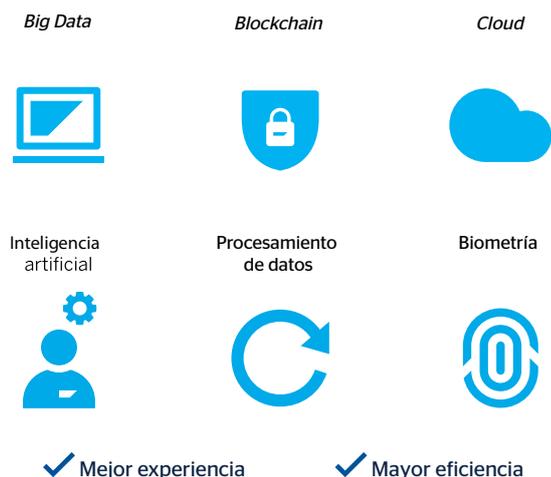
Por otra parte, los nuevos desarrollos tecnológicos (Big Data, inteligencia artificial, Blockchain,

Se estima que la economía peruana crecerá 3.5% en el 2017, con lo que se mantendrá como una de las más dinámicas de la región.

La digitalización tiene un notable impacto en la industria financiera, ya que permite satisfacer las nuevas demandas de los clientes en varios sentidos.

Cloud, procesamiento de datos, biometría, etc.) implican un gran avance en la mejora de la experiencia de cliente. Estos permiten realizar análisis de datos y algoritmos de manera automatizada (perfil de riesgo, hábitos y preferencias, necesidades financieras y expectativas, etc.), así como una interacción sencilla y una transición fluida a través de canales y proveedores. Del mismo modo, proporcionan un fácil acceso a las mejores soluciones disponibles en el mercado y brindan las condiciones más beneficiosas de manera predeterminada (by default). Las innovaciones especializadas reducen los costes unitarios, gracias a la automatización de procesos y a la escalabilidad.

“ El cliente como principal beneficiario de este nuevo entorno en el que los servicios financieros se democratizan ”



Las nuevas tecnologías fomentan la democratización de los servicios financieros, toda vez que cualquier individuo puede alcanzar mejores y más sofisticados servicios, hasta ahora únicamente disponibles para los segmentos de alto valor. En este contexto, tener acceso consentido a la información relevante del cliente es primordial para ofrecer un asesoramiento automatizado y personalizado. Y para conseguirlo es crucial que el Banco se gane su confianza.

De otro lado, nuevos jugadores especializados se vienen incorporando a la industria financiera, acometiendo con éxito partes de la cadena de valor (pagos, financiación, gestión de activos, seguros, etc.) mediante propuestas disruptivas basadas principalmente en una mejor experiencia de cliente y una mayor especialización en ciertos productos. Estos jugadores son tanto compañías FinTech como grandes empresas digitales (Google, Amazon, etc.), que ya compiten con los bancos en el nuevo entorno.

Esta nueva coyuntura evidencia que la banca tradicional debe reaccionar para ser más competitiva y ofrecer soluciones de valor añadido, con mayor foco en la experiencia de cliente y en el desarrollo de su oferta digital.

Cambio en el comportamiento de los consumidores

Los clientes requieren un tipo distinto de relación bancaria y han comenzado a demandar servicios basados en sus actuales necesidades. Se ha creado un entorno en el que los consumidores están permanentemente conectados (quieren poder operar en cualquier momento y desde cualquier lugar), acostumbrados a las experiencias digitales (esperan ayuda proactiva y personalizada en la gestión de sus finanzas) y hábiles para utilizar múltiples dispositivos y aplicaciones (buscan poder operar desde el canal que sea de su conveniencia). Demandan, también, mayor transparencia y confianza en su relación bancaria, así como personalización, accesibilidad y conveniencia en los servicios financieros para el logro de sus objetivos esenciales.

Además, se están produciendo cambios sociodemográficos que se deben tener en cuenta: por un lado, la generación millennial, con un claro perfil digital, se está convirtiendo en un nuevo grupo de consumidores a quienes dar servicio, en tanto que, por otro lado, la

Las nuevas tecnologías fomentan la democratización de los servicios financieros, toda vez que cualquier individuo puede alcanzar mejores y más sofisticados servicios.

digitalización está llegando a la población adulta (más numerosa y con mayor poder adquisitivo en mercados desarrollados) y las clases medias en los países emergentes están incrementando paulatinamente su potencial digital.

Con todo esto, está claro que la industria financiera debe transformarse para ofrecer una mejor atención y asesoramiento a los clientes, así como una nueva propuesta de valor basada en un modelo de relación digital focalizado en la omnicanalidad, la personalización y la conveniencia.

Reputación y análisis de materialidad

La reputación y la confianza han continuado su recuperación durante el 2016, pero se mantienen en niveles bajos

El sector financiero viene viviendo desde el remezón global del 2007 una profunda crisis reputacional y de confianza, acentuada sobre todo en las economías desarrolladas, de la que todavía no se ha recuperado totalmente. Según el Reputation Institute (RepTrak Pulse), el prestigio de la banca en las economías desarrolladas ha retrocedido de 61 a 53 puntos entre el 2007 y el 2013.

Otro indicador de referencia, el Edelman Trust Barometer, que mide la confianza en la industria, ha seguido una evolución similar. En este caso, el porcentaje de personas que confían mucho o bastante en los bancos en el mundo tocó fondo en el 2012, con un 43%. Desde ese año la situación ha venido mejorando, en especial en el 2016, cuando llegó al 51%. Sin embargo, es preciso recordar que el sector financiero sigue siendo el peor valorado. Según ese mismo informe, la brecha en el nivel de confianza medio entre el público informado y el público masivo siguió creciendo en el 2016 (60% versus 48%).

Análisis de materialidad

BBVA cuenta, en cada país en el que está presente y en cada área de negocio, con un amplio repertorio de herramientas para la consulta y el diálogo con todos sus grupos de interés. Estas herramientas garantizan dos postulados: que tales grupos cuentan con los canales adecuados para ser atendidos y que BBVA posee las suficientes fuentes de información para conocer sus prioridades y expectativas en su relación con la entidad.

2. La aspiración de BBVA

Como se ha señalado, la aspiración del Grupo es afianzar la relación con el usuario, que debe ser el principal beneficiario de este nuevo entorno en el que los servicios financieros se democratizan. Para conseguirlo, se está redefiniendo la propuesta de valor sobre la base de los pilares fundamentales de la experiencia de cliente y la confianza. Se le quiere ayudar a tomar las mejores decisiones financieras a través de una oferta de productos y servicios clara, sencilla y transparente, basada en condiciones justas y en prácticas de prudencia e integridad para ganar su confianza.

De tal forma, la propuesta de valor del Banco precisa ser fácil y conveniente; es decir, debe ofrecerle al usuario la posibilidad de acceder a sus servicios en todo momento, desde cualquier lugar y por el medio que elija, facilitándole las opciones para hacerlo autónomamente, a través de canales digitales o mediante la interacción humana.

Además, se requiere proporcionar asistencia y asesoramiento relevantes. El Banco debe asistir al cliente en la toma de las mejores decisiones (bancarias y no bancarias), apoyarlo en la gestión de sus finanzas diarias, proporcionarle productos y servicios de manera proactiva, innovadora y personalizada, así como las mejores recomendaciones de entre todas las alternativas financieras posibles.

Para lograr su aspiración, el Banco debe valerse -como ya lo viene haciendo- de la tecnología y los datos. Desde que en el 2007 comenzó su proceso de transformación, viene trabajando en mejorar sus plataformas (arquitectura multicanal, sistema bancario central, etc.), al tiempo que se adapta a los nuevos paradigmas de desarrollo (plataforma como un servicio) y orienta la tecnología al servicio del cliente.

La aspiración del Grupo BBVA es afianzar la relación con el usuario, que debe ser el principal beneficiario de este nuevo entorno en el que los servicios financieros se democratizan.

b. Transformación del Grupo BBVA: Transformation Journey

G4-56

“Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era” es el propósito del Banco, y en el 2016 progresó en su consecución. Este anhelo, que es su razón de ser, está alineado con su visión de futuro y guía la estrategia y la toma de decisiones. Con él se quiere ayudar a los clientes a cumplir sus objetivos y ser, más que un banco, un motor de oportunidades que impacte positivamente en el bienestar de las personas y en los negocios de las empresas.

Para ello, ha dado pasos importantes en el desarrollo de las seis prioridades estratégicas del Grupo, alineadas con el propósito, para lograr avanzar en su proceso de transformación.



La mejor experiencia de cliente

El foco del Grupo BBVA se centra en ofrecer la mejor experiencia de cliente, buscando que esta se distinga por su sencillez, transparencia y rapidez, por incrementar el empoderamiento de los clientes y por ofrecerles un asesoramiento personalizado.

El Banco tiene un modelo de negocio orientado al cliente que ofrece un servicio diferencial con un objetivo muy ambicioso: ser líder en satisfacción de la clientela en todas las geografías en las que opera.

El modelo de relación evoluciona permanentemente para adaptarse al perfil multicanal del cliente. El número de usuarios digitales y móviles del Grupo BBVA creció considerablemente durante el 2016, así como la actividad en las oficinas se ha ido reduciendo en los últimos años.

Impulso de ventas digitales

Para BBVA Continental es fundamental impulsar el registro de datos en versión digital para avanzar en su transformación y potenciar el negocio en los canales correspondientes. En este sentido, viene desarrollando una oferta de productos y servicios para que cada cliente pueda utilizar el canal de su conveniencia.

El Plan de Digitalización de Productos incluye tanto los productos tradicionales (hipotecas, seguros de auto, financiación de recibos, préstamos one-click, etc.) como el lanzamiento de productos nativos (es decir, nacidos como digitales, del tipo Wallet, Link, Wibe, etc.). Además, está dando un impulso importante a las ventas por canales digitales, con una evolución muy positiva en todos los países.

“Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era” es el propósito del Banco, y en el 2016 progresó en su consecución.

El foco del Grupo BBVA se centra en ofrecer la mejor experiencia de cliente, buscando que se distinga por su sencillez, transparencia y rapidez, por incrementar el empoderamiento de los usuarios y por ofrecerles un asesoramiento personalizado.

Nuevos modelos de negocio

New Digital Businesses (NDB) es la unidad de negocio de BBVA encargada de participar de forma activa en la disrupción digital de la industria financiera y de reinventar a la entidad desde afuera, a través de la búsqueda de nuevos modelos de negocio digitales para el Banco, insertándolo en el ecosistema FinTech.

Optimización de la asignación de capital

Su objetivo se centra en mejorar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio, así como en simplificarlo y focalizarlo en las actividades más relevantes.

Durante el 2016 ha trabajado para adaptar el modelo de negocio y hacerlo más eficiente, rentable y dinámico, para lo que se han lanzado diversas iniciativas (optimización de la cartera de negocio, comités de seguimiento de capital en todas las geografías, etc.) que han conseguido que el Grupo BBVA alcance sólidos ratios de capital.

Liderazgo en eficiencia

En un entorno de menor rentabilidad para la industria financiera, la eficiencia es esencial dentro del plan de transformación de BBVA, siempre sobre la base de construir un nuevo modelo de organización que sea lo más ágil, sencillo y automatizado posible.

En este sentido, a lo largo del 2016 se identificaron las palancas clave y se definieron los planes de acción necesarios para que este cambio sea una realidad. De este modo, se ha ido transformando el modelo de distribución, la arquitectura de sistemas, el modelo de operaciones, las estructuras organizativas y los procesos. Todo ello sin perder el foco de ofrecer la mejor experiencia de cliente.

El mejor equipo

BBVA tiene como prioridad atraer, desarrollar, motivar y retener al mejor equipo, proporcionar la mejor experiencia de empleado y evolucionar la cultura corporativa para alinearla con el proceso de transformación del Grupo y con su propósito.

Para conseguir sus objetivos, el Banco, entre otros aspectos, viene transformando la organización implantando nuevas formas de trabajo (organización basada en proyectos, comunidades de expertise, metodología Agile, herramientas colaborativas, etc.) e impulsando una cultura de colaboración y emprendimiento con estructuras más planas. También ha puesto en marcha un nuevo modelo de compensación variable, alineado con los objetivos estratégicos del Grupo BBVA. Estas iniciativas contribuirán a lograr que BBVA Continental sea el mejor lugar para trabajar.

Hacer del propósito de BBVA una realidad

El nuevo propósito de BBVA Continental, "Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era", se comunicó internamente a todos los empleados hace ya un año. Por su parte, el lema "Creando oportunidades" es el resultado de un trabajo conjunto en el que los equipos de marketing de todos los países en donde el Grupo BBVA tiene presencia hicieron sugerencias y aportaron sus perspectivas locales. Las ideas fueron probadas con consumidores para encontrar la que mejor se ajustaba al propósito, y comparadas en función del lema anterior, "Adelante". La elección final fue la que ganó en todos los estudios realizados.

"Adelante" era una invitación al progreso; hoy se precisa estimular a las personas y a las empresas a explorar las oportunidades que existen en un mundo donde el acceso al conocimiento a través de la tecnología está abriendo todo tipo de posibilidades. BBVA Continental se ve a sí mismo como un facilitador: ayuda a las personas a tomar mejores decisiones financieras, de modo que puedan aprovechar las oportunidades dondequiera que estén, y le apasiona la idea de "crear", un verbo que cautiva a los soñadores, los formadores, los emprendedores y a toda persona con ambiciones cotidianas.

En un entorno de menor rentabilidad para la industria financiera, la eficiencia es esencial dentro del plan de transformación de BBVA.

El lema "Creando oportunidades" es el resultado de un trabajo conjunto en el que los equipos de marketing de todos los países en donde el Grupo BBVA tiene presencia hicieron sugerencias y aportaron sus perspectivas locales.

La expresión externa de su propósito también forma parte de una amplia iniciativa de soluciones para el cliente. El nuevo lema viene acompañado de una identidad de marca fuerte y estimulante, diseñada para crear una conexión emocional más sólida a través de los distintos puntos de contacto que se tiene con los clientes. Durante el 2017, la Marca BBVA Continental se manifestará en su experiencia de banca online y móvil, a través de su publicidad, en sus redes sociales y en el aspecto que tendrá, en la sensación que dará y hasta en la forma en que sonará. El Grupo se ha comprometido con la creación de una Marca BBVA Continental aún más potente. Es decir, con hacerla más atractiva no solo visualmente, sino dotándola también de más significado. Por mucho tiempo ha trabajado arduamente para hacer su comunicación más transparente, clara y responsable (comunicación TCR) y ahora esta seguirá evolucionando para expresar otros aspectos del servicio que se ofrece al cliente. Se reforzarán el asesoramiento y la asistencia adecuados, la facilidad y la comodidad, anticipándose a las necesidades de la gente.

En resumen, un propósito inspirador y un nuevo look & feel que reforzarán los principios de la Marca BBVA Continental y que transmitirán cómo el Banco ayuda a las personas a crear oportunidades en sus vidas. Todo ello para seguir desarrollando BBVA Continental como una marca potente, con la que las personas puedan identificarse, admirar y recomendar.

c. Modelo de negocio responsable

G4-56

BBVA Continental cuenta con un modelo diferencial de hacer banca al que denomina banca responsable, basado en la búsqueda de una rentabilidad ajustada a principios, el estricto cumplimiento de la legalidad, las buenas prácticas y la creación de valor a largo plazo para todos los grupos de interés. Todo ello se refleja en su política aprobada por el Consejo de Administración, que gestiona la responsabilidad del impacto del Banco en las personas y en la sociedad y que es clave para lograr el propósito de BBVA.

Todas las áreas de negocio y de apoyo integran esta política en sus modelos operativos. La unidad de Negocio Responsable coordina su implementación y trabaja fundamentalmente como segunda línea de apoyo.

En el 2016 se reforzó el gobierno del modelo de banca responsable, que es supervisado por el Consejo de Administración y sus distintas comisiones, así como por el Global Leadership del Banco presidido por el CEO. Asimismo, se aprobó el nuevo Plan Estratégico para BBVA, que integra las iniciativas vinculadas al modelo de banca responsable y sus respectivos planes de acción.

Las principales iniciativas estratégicas de banca responsable para el período 2016-2018 son:

- Creación de relaciones duraderas y más equilibradas con el cliente mediante una comunicación transparente y la educación financiera en las soluciones que se le ofrece.
- Integración plena en la forma de hacer negocio, por medio de políticas responsables, un modelo de riesgo reputacional y una cultura people-centric en toda la organización.
- Promoción de un crecimiento sostenible a través de la inclusión financiera, la financiación estratégica, el apoyo a las pymes y la inversión planificada.
- Inversión en la comunidad, con priorización de las iniciativas de educación financiera para el emprendimiento, el conocimiento y causas sociales relevantes para la localidad.

BBVA Continental cuenta con un modelo diferencial de hacer banca al que denomina banca responsable, basado en la búsqueda de una rentabilidad ajustada a principios, el estricto cumplimiento de la legalidad, las buenas prácticas y la creación de valor a largo plazo para todos los grupos de interés.

Sistemas de gobierno

a. Gobierno corporativo

G4-34, G4-35, G4-36, G4-37, G4-42, G4-48

De acuerdo con las disposiciones de ley, BBVA Continental incluye en este informe su reporte sobre el cumplimiento de los principios de buen gobierno corporativo, el que señala el grado de seguimiento de las recomendaciones existentes al respecto. Asimismo, en el apartado correspondiente de la web se incluye toda la información requerida legalmente.

G4-38, G4-42

Uno de los pilares que sustenta el desarrollo de BBVA Continental es el sistema de gobierno corporativo, elemento fundamental en el modelo de responsabilidad social corporativa (RSC).

Este sistema rige el manejo de los órganos sociales de la organización y la actuación de sus accionistas, procurando que concuerden con los objetivos de los grupos de interés.

Según su reglamento interno, la aprobación de la política de RSC de BBVA Continental corresponde al Consejo de Administración del Banco, instancia que recibe anualmente un reporte detallado sobre la implantación y concreción de dicha política.

Desde el 2008, BBVA Continental participa activamente en la convocatoria del Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC) de la Bolsa de Valores de Lima (BVL). Este indicador estadístico refleja el comportamiento de los precios de una cartera compuesta por las acciones más representativas de las empresas emisoras, las que deben cumplir los principios de buen gobierno y poseer el nivel mínimo de liquidez establecido por la BVL.

1. Marco regulatorio

El sistema normativo de gobierno corporativo en el Perú está estructurado por los principios contenidos en el Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas (CBGC), aprobado por la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y publicado el 8 de noviembre del 2013 en el Diario Oficial El Peruano. Dicho código tiene como objetivos generar la cultura de gobierno corporativo, mejorar la percepción de los inversionistas de las sociedades anónimas, promover el desarrollo empresarial y contribuir a la generación de valor en la economía del Perú.

El CBGC es de aplicación para todas las sociedades anónimas del país, pero sobre todo para aquellas que cuentan con valores inscritos en el Registro Público de Mercado de Valores (el “Registro”), que están obligadas a difundir al mercado sus prácticas de buen gobierno corporativo. El código está compuesto por cinco pilares:

- a. Derechos de los accionistas
- b. Junta general de accionistas

Uno de los pilares que sustenta el desarrollo de BBVA Continental es el sistema de gobierno corporativo, elemento fundamental en el modelo de responsabilidad social corporativa (RSC).

- c. Directorio y alta gerencia
- d. Riesgos y cumplimiento
- e. Transparencia de la información

De manera adicional, el CBGC incluye principios complementarios que son aplicables a las empresas de propiedad del Estado y empresas familiares, al considerar que algunas de ellas poseen valores inscritos en el Registro.

La adhesión a los principios contenidos en el CBGC por parte de las sociedades no solo auspicia un clima de respeto a los derechos de los accionistas y de los inversionistas en general, sino que contribuye a crear valor, solidez y eficiencia en las sociedades. Del mismo modo, propicia una mejor administración de riesgos a los cuales las sociedades podrían estar expuestas y facilita el acceso al mercado de capitales. En cuanto a materia económica, reduce los costos de capital y favorece un mayor y mejor acceso a fuentes de financiamiento e inversión a largo plazo.

2. Régimen de gobierno corporativo del Banco

El régimen de gobierno corporativo del Banco está compuesto por un conjunto de normas y reglamentos que determinan diversos derechos y deberes a los órganos de gobierno de la sociedad, elaborados conforme a las pautas señaladas por los principios contemplados en el CBGC. Dichas normas son revisadas permanentemente de forma que se mantengan actualizadas y su aplicación se adapte a las actividades que realiza el Banco como sociedad.

Dentro de este régimen normativo, BBVA Continental cuenta con un Reglamento de Junta General de Accionistas, el cual dictamina los principios de organización y funcionamiento de ese órgano de gobierno y establece su régimen de convocatoria, información, concurrencia y el desarrollo de la junta en sí. El principio que rige es el de facilitar a los accionistas el ejercicio de sus correspondientes derechos, resguardados no solo por el estatuto social sino también por las normas regulatorias, la Ley General de Sociedades y los principios de gobierno corporativo.

Por su parte, el Reglamento del Directorio del Banco establece el régimen de control y funcionamiento de este, así como sus políticas de información, normas de conducta, cobertura de responsabilidades y los derechos y deberes de sus miembros. Asimismo, faculta al directorio, en procura del mejor desempeño de sus funciones, a constituir los comités que considere necesarios para asistirlo en las materias propias de su competencia.

Dentro de los diversos comités generados por el directorio a partir de sus competencias está el de Buen Gobierno Corporativo, encargado de supervisar el cumplimiento de tales prácticas por parte del Banco, así como de implementar las mejoras necesarias para mantener los estándares de responsabilidad social. El comité fue constituido por acuerdo de sesión de directorio de fecha 17 de noviembre del 2011 y en su reglamento constan las disposiciones vinculadas a su funcionamiento, estructura y composición.

3. Composición del Comité de Buen Gobierno Corporativo

El comité está compuesto por cuatro directores de BBVA Continental. Sus actuales integrantes fueron elegidos en la sesión de directorio de fecha 28 de abril del 2016:

Nº	Nombre	Cargo	Nacionalidad
1	Alex Fort Brescia	Presidente	Peruana
2	Mario Brescia Moreyra	Miembro	Peruana
3	Eduardo Torres-Llosa Villacorta	Miembro	Peruana
4	Javier Marín Estévez	Miembro	Española

El régimen de gobierno corporativo del Banco está compuesto por un conjunto de normas y reglamentos que determinan diversos derechos y deberes a los órganos de gobierno de la sociedad.

b. Sistemas de cumplimiento

G4-56, G4-57, G4-58, G4-SO4

El sistema de cumplimiento del Grupo constituye una de las bases sobre las que BBVA Continental afianza el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a los estrictos cánones de comportamiento ético. En línea con los principios establecidos por el Bank for International Settlements (BIS) y la normativa de referencia en esta materia, el Banco articula su actividad en torno al desarrollo e implementación de políticas y procedimientos, difusión y formación en materia de cumplimiento, e identificación, evaluación y mitigación de eventuales riesgos de cumplimiento en los siguientes temas:

- Conducta en los mercados
- Tratamiento de los conflictos de intereses
- Prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo (PLA/FT)
- Protección de datos personales

El “riesgo de cumplimiento” se define como el peligro de sanciones legales o normativas –y pérdidas financieras o de reputación– que una entidad puede sufrir por incumplir leyes, regulaciones, normas, estándares de autorregulación y códigos de conducta aplicables a sus actividades en cuanto a los puntos mencionados.

El modelo de aproximación y gestión del riesgo de cumplimiento asociado a estas cuestiones tiene carácter corporativo. No es un concepto estático sino que evoluciona a lo largo del tiempo para reforzar los elementos y pilares sobre los que se sustenta y anticiparse a los desarrollos e iniciativas que puedan ir surgiendo en tal contexto. Este modelo consta de los siguientes elementos:

- Una estructura organizativa adecuada, con una clara asignación de roles y responsabilidades.
- Políticas y procedimientos que marquen claramente los posicionamientos y requisitos por aplicar.
- Procesos de mitigación y controles dirigidos a garantizar el cumplimiento de dichas políticas y procedimientos.
- Una infraestructura tecnológica centrada en el monitoreo y con el propósito de obtener el fin anterior.
- Mecanismos y políticas de comunicación y formación dirigidos a sensibilizar a las personas del Grupo sobre los requisitos aplicables.
- Métricas e indicadores de supervisión que coadyuven al seguimiento de la implantación del modelo a nivel global.
- Revisión periódica independiente de la efectiva implantación del modelo.

Como herramienta de divulgación interna para gestionar los procesos de comunicación y formación de toda la organización, el Banco cuenta con un portal de cumplimiento (intranet) que utiliza para:

- Difundir novedades o cambios en el marco legal, normativa interna, documentos nacionales e internacionales, señales de alerta y patrones de comportamiento sospechosos, así como respuestas a preguntas frecuentes.
- Dotar de notoriedad diferencial a una determinada norma o contenido, divulgativo o formativo, relacionado con las actividades de PLA/FT.
- Mantener un nivel de sensibilización apropiado, que se alcanza cuando el cumplimiento de las normas y el adecuado comportamiento ético constituyen parte de los mensajes institucionales.
- Contar con un medio informativo continuo y de fácil acceso al personal.
- Automatizar el proceso de recepción de alertas y actividades inusuales de nuestros clientes.

El “riesgo de cumplimiento” se define como el peligro de sanciones legales o normativas que una entidad puede sufrir por incumplir leyes, regulaciones, normas, estándares de autorregulación y códigos de conducta aplicables a sus actividades.

Asesoramiento en materia de comportamiento ético y legal

Durante el 2016, la Unidad de Cumplimiento ha procurado reforzar el permanente compromiso del Grupo BBVA con la integridad en los negocios, impulsando la comunicación, formación y adhesión a la versión actualizada de su Código de Conducta.

Aprobado en el 2015, el Código recoge las últimas exigencias normativas –recomendaciones de organismos internacionales (BIS, EBA, entre otros) y las mejores prácticas y requerimientos de los organismos supervisores–, las modernas expectativas sociales sobre una estricta cultura empresarial de ética y cumplimiento legal, así como el nuevo entorno social económico.

El Código de Conducta de BBVA Continental desarrolla el concepto de integridad para el Grupo BBVA e involucra no solo a sus asociados sino también a sus proveedores y terceros vinculados; de forma que se constituye en el documento de referencia con respecto a su conducta. Limita su contenido a principios y pautas básicas, pero facilita a la vez el acceso a las políticas, procedimientos y normas internas de detalle mediante un sistema de vínculos interactivos.

Esta versión del código refleja de forma muy clara que el comportamiento de los empleados de BBVA Continental debe ser legal, moralmente aceptable y publicable, y proporciona pautas de comportamiento acordes con los principios de prudencia, integridad y transparencia del Grupo BBVA. Incluye procedimientos para ayudar a los empleados a resolver dudas y aclarar el cumplimiento de sus obligaciones.

Asimismo, para simplificar la comunicación de actuaciones o situaciones relacionadas con BBVA Continental que puedan ser contrarias a la normativa o a los valores y pautas del código, se incluye el funcionamiento del Canal de Denuncias.

Al aplicar en todas las entidades vinculadas a BBVA Continental, se ha entregado una copia del código a cada integrante para que conozca su contenido, al tiempo que está publicado en las páginas web del Banco (www.bbvacontinental.pe) y de los empleados (intranet). La adhesión formal se hace por firma electrónica, lo que contribuye a la mayor eficiencia y sencillez del proceso y está en línea con la estrategia de innovación tecnológica del Grupo BBVA.

El código está estructurado en torno a los siguientes bloques: conducta con el cliente, conducta con los compañeros, conducta con la empresa, conducta con la sociedad y aplicación. Un plan de comunicación, formación y adhesión mediante un curso apoyado en medios audiovisuales y herramientas online permite que todos los empleados (i) profundicen en el conocimiento del código, (ii) se familiaricen con los principios y pautas de actuación establecidos en él y (iii) estén sensibilizados sobre la importancia de aplicarlo en su desempeño diario. Al finalizar el curso, los asociados responden un cuestionario de evaluación para consolidar los conocimientos adquiridos.

Durante el 2016, la Unidad de Cumplimiento continuó brindando soporte y asesoría a los empleados y a la alta dirección de BBVA Continental en materia de aplicación del código de conducta. Para ello se basó en la repartición de regalos o beneficios personales, el desarrollo de actividades profesionales, el tratamiento y gestión de potenciales conflictos de intereses y la gestión del patrimonio personal.

En el segundo semestre se actualizó el Reglamento del Comité de Gestión de Integridad Corporativa, que es el estamento instituido al más alto nivel de dirección de BBVA Continental a cargo de vigilar la debida aplicación de todas las políticas y lineamientos incluidos en el código de conducta. En las sesiones del comité, la Unidad de Cumplimiento presenta la evolución de todos los ámbitos consignados en el código.

El Código de Conducta de BBVA Continental desarrolla el concepto de integridad para el Grupo BBVA e involucra no solo a sus asociados sino también a sus proveedores y terceros vinculados.

Prevención del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo (PLA/FT)

G4-SO4

La PLA/FT constituye, ante todo, una constante en los objetivos que el Grupo BBVA asocia a su compromiso de mejorar los distintos entornos sociales en los que desarrolla sus actividades.

Acorde con las disposiciones legales vigentes, BBVA Continental concluyó oportunamente con la implementación de las políticas y procedimientos dispuestos en el Reglamento de Gestión de Riesgos de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo, aprobados mediante la Resolución SBS N° 2660-2015, en pleno vigor desde julio del 2016.

BBVA Continental entiende que evitar que sus productos y servicios sean utilizados con finalidad delictiva es un requisito indispensable para preservar la integridad corporativa y, con ello, mantener la confianza de las personas e instituciones con las que se relaciona (clientes, empleados, accionistas, proveedores, etc.).

Con el fin de lograr este objetivo, BBVA Continental se sustenta en un modelo corporativo de gestión del riesgo que comprende todas las cuestiones señaladas en el apartado "Sistema de Cumplimiento". Este patrón, aplicado en BBVA Continental en el ámbito de PLA/FT, incorpora las mejores prácticas de la industria financiera internacional en esta materia, así como las recomendaciones emitidas por organismos como GAFI (Grupo de Acción Financiera Internacional).

Cabe resaltar que el modelo de gestión del riesgo de lavado de activos y financiamiento del terrorismo está en permanente evolución y sometido a continua revisión independiente. En particular, los análisis de riesgo que se llevan a cabo permiten reforzar los controles y establecer, en su caso, medidas mitigadoras adicionales para fortalecerlo.

Durante el 2016, BBVA Continental persistió en potenciar el modelo de gestión del riesgo de lavado de activos y financiamiento del terrorismo mediante:

- Avances en la implementación, según las directrices emanadas de forma centralizada, de mejoras en los sistemas de categorización o asignación de riesgo a los clientes desde la óptica de PLA/FT, en función de una serie de parámetros definidos legalmente y/o identificados por el sector como relevantes para cuantificar los riesgos de lavado.
- Perfeccionamiento de los sistemas de monitoreo ya existentes en BBVA Continental.

Durante el ejercicio anterior prosiguió la formación en materia de PLA/FT de los empleados de BBVA Continental, sus filiales y vinculados. Dentro del proceso formativo se realizaron actividades de formación presencial, para los nuevos ingresantes, y a distancia (online), diseñada específicamente para el personal dedicado a labores comerciales. En total, las acciones de adiestramiento contaron con la participación de 1,423 asistentes al curso comercial y 2,599 asistentes al curso general.

Transparencia y atención al usuario

Desde el 2015, BBVA Continental ha incorporado en su modelo de cumplimiento los temas de transparencia y servicio al cliente (Customer Compliance), en busca de optimizar sus relaciones con este, lo cual ha llevado a que el Oficial de Atención al Usuario (OAU) desarrolle las siguientes actividades:

- Evaluar los riesgos para los clientes asociados a los productos, servicios y actividades de BBVA Continental, promoviendo o implantando medidas para su mitigación. La puesta en práctica del modelo de cumplimiento en los comités de nuevos productos garantiza que esta dimensión de la comercialización sea tenida en cuenta y evaluada en todo momento. Durante el 2016 se han revisado y evaluado riesgos asociados a nuevas actividades, productos u operaciones, reforzando los procedimientos y medios de control.
- Coordinar los planes de acción para adaptarse a los nuevos requisitos y criterios emitidos en materia de protección al usuario, principalmente por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).

BBVA Continental concluyó oportunamente con la implementación de las políticas y procedimientos dispuestos en el Reglamento de Gestión de Riesgos de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.

Desde el 2015, BBVA Continental ha incorporado en su modelo de cumplimiento los temas de transparencia y servicio al cliente (Customer Compliance), en busca de optimizar sus relaciones con este.

- Colaborar estrecha y continuamente con las unidades de desarrollo de productos y negocios, con énfasis en las iniciativas de banca digital, para incorporar en sus proyectos la visión de protección al usuario.
- Mantener actualizado en todo momento el marco normativo interno para la correcta comercialización de productos y servicios por BBVA Continental.
- Participar en los proyectos de mejora y actualización de los procesos comerciales y de los sistemas informáticos de BBVA Continental que les dan soporte, con el objetivo de garantizar su alineamiento con las mejores prácticas de protección de los intereses del cliente.
- Promover iniciativas de comunicación y formación dirigidas a las redes comerciales en materia de transparencia y protección al consumidor, ya que se requiere que cada empleado que atienda a un usuario esté debidamente informado y permanentemente actualizado. Para tal fin se desarrolló el programa anual de capacitación, que se hace extensivo a todos los colaboradores que brindan soporte a los procesos internos. Asimismo, de manera periódica, se actualiza el material de consulta de las oficinas a través de una aplicación centralizada (Wikiguía).
- Desarrollar revisiones específicas de la información a disposición del público y también de las fuerzas de venta, lo cual incluye el control de aplicación de comisiones y gastos y su publicación en el “Muro de Transparencia” en las pantallas de televisión instaladas en la red de oficinas.
- Revisar los contenidos de las campañas promocionales y acciones comerciales sobre productos / servicios, en cumplimiento del principio de publicidad transparente, clara y responsable (TCR) y del Código de Autorregulación Publicitaria suscrito en el seno de la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC).
- Reforzar las métricas e indicadores de seguimiento de riesgos de cumplimiento para fomentar un enfoque preventivo.
- Evaluar las medidas vigentes en BBVA Continental a la luz de las reclamaciones de clientes, las revisiones de auditoría interna y externa, y los exámenes y requerimientos de los reguladores.

c. Estándares de conducta

G4-56, G4-57, G4-58, G4-EN29, G4-HR2, G4-HR3, G4-SO8, G4-PR9, FS15

El Código de Ética en los Mercados de Valores desarrolla las disposiciones establecidas en el Código de Conducta de BBVA Continental en relación con el ámbito bursátil, incorporando una serie de principios y criterios generales de actuación comúnmente aceptados a nivel internacional y dirigido a preservar la integridad en ellos. Concretamente, recoge las pautas mínimas de actuación que toda persona que forme parte del Grupo debe observar con relación al tratamiento de la información privilegiada, la prevención de la manipulación de cotizaciones, la gestión de potenciales conflictos de intereses que pudieran surgir y la actuación por cuenta propia de los empleados en los mercados.

Además de este mecanismo, BBVA Continental posee otros instrumentos específicos para la gestión de los compromisos básicos en cada área funcional. Los más importantes son:

- Reglamento interno de conducta en el ámbito de los mercados de valores.
- Estatuto de la función de cumplimiento.
- Código ético para la selección del personal.
- Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA.
- Principios básicos de gestión de riesgos y manual de políticas de gestión del riesgo.
- Norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías.

Otros compromisos básicos adquiridos por el Grupo son:

- La política de responsabilidad social corporativa, que establece los principios y directrices para cumplir con la responsabilidad de BBVA Continental por su impacto en la sociedad. Esta política es aprobada por su Consejo de Administración.

El Código de Ética en los Mercados de Valores desarrolla las disposiciones establecidas en el Código de Conducta de BBVA Continental en relación con el ámbito bursátil.

- La norma de actuación en materia de defensa de BBVA, que se encuentra en vigor desde febrero del 2012 y se aplica en todos los países del Grupo, basada en listas de exclusión de compañías y países, actualizadas trimestralmente por consultores expertos. De acuerdo con esta regulación, BBVA no financia, invierte ni presta servicio financiero alguno a compañías relacionadas con la fabricación, desarrollo, mantenimiento o comercio de armas controvertidas, entendiéndose por tales las minas antipersona, las bombas de racimo y las armas biológicas y químicas. BBVA tampoco participa en operaciones relacionadas con armamento que tengan como origen o destino países con alto riesgo de vulnerar los derechos humanos.
- Compromiso en materia de derechos humanos.
- Política medioambiental.
- Política de compras responsables.

Canales de denuncias

Uno de los fines del Código de Conducta de BBVA Continental y empresas del Grupo BBVA en Perú es el de reforzar la obligación de sus integrantes de no tolerar comportamientos que se aparten del Código, y el impedimento de realizar cualquier actuación en el desempeño de sus funciones profesionales al margen de la legalidad o que resulte moralmente cuestionable o no publicable; en suma, todo lo que pueda perjudicar la reputación o el buen nombre de BBVA Continental, sus filiales y vinculada.

En ese sentido, el Canal de Denuncias constituye un medio a través del cual los colaboradores pueden informar todo incumplimiento que observen o les sea transmitido por otros colaboradores, clientes o proveedores, incluyendo pero no limitándose a informar sobre conductas ilegales o profesionalmente poco éticas. Para ello se debe cumplir el siguiente procedimiento:

- Tratar el caso con su superior inmediato o su gestor de Talento & Cultura.
- Notificar el caso a través del Canal de Denuncias local.
E-mail: canaldenuncia.peru@bbva.com
Teléfono: 080043000
- Hacer uso del Canal de Denuncias corporativo, siendo el caso notificado a la Unidad de Cumplimiento Holding.
E-mail: canaldenuncia@bbva.com
Teléfono: (34) 915377222

Quienes de buena fe den cuenta de hechos o actuaciones inadecuados al Canal de Denuncias no podrán ser objeto de represalia ni sufrir ninguna otra consecuencia adversa por tal razón.

La Unidad de Cumplimiento tramitará las denuncias recibidas con diligencia y prontitud, promoviendo su comprobación e impulsando las medidas para su resolución, de acuerdo con los procedimientos de gestión del Canal de Denuncias. La información será analizada de manera objetiva, imparcial y confidencial, manteniéndose en reserva la identidad del denunciante.

Iniciativas internacionales suscritas

G4-15, G4-16

BBVA Continental está comprometido con los principales estándares internacionales en materia de RSC, así como con otras iniciativas que el Comité de Negocio Responsable tome en consideración.

- Pacto Mundial de Naciones Unidas (www.globalcompact.org).
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, UNEP-FI (www.unepfi.org).
- Principios de Ecuador (www.equator-principles.com), documento voluntariamente suscrito por el Grupo y cuyo alcance mundial determina las decisiones de BBVA Continental.

Asimismo, el Banco está comprometido con el respeto a la Declaración de Derechos Humanos de Naciones Unidas (www.un.org) y a la normativa laboral de la Organización Internacional del Trabajo (www.ilo.org).

Mediante el Canal de Denuncias los colaboradores de BBVA Continental pueden informar todo incumplimiento que observen o les sea transmitido por otros colaboradores, clientes o proveedores

Cumplimientos legales

G4-PR9

En el 2016 no se registró ninguna multa elevada que afecte negativamente al monto total facturado por el Banco durante el período en revisión.

En el referido año hubo 132 casos con sanción ante el Indecopi por un importe de 253 UIT.

G4-S08

No se registraron sentencias firmes por demandas de colaboradores o sus representantes debido a incidentes de tipo discriminatorio relacionados con las condiciones laborales. Así, se dieron por cumplidas las disposiciones de la legislación laboral vigente y las establecidas en los convenios colectivos.

G4-HR3

En la prensa escrita no se reportó ningún tema polémico que afectase a BBVA Continental en términos de sostenibilidad. Tampoco se registraron sanciones o multas en materia medioambiental.

G4-EN29

d. Modelo de control interno

G4-14, G4-S03, G4-FS9

BBVA Continental articula su modelo de control interno en línea con el modelo de control definido por el Grupo BBVA, basado en las recomendaciones del Comité de Basilea y en las mejores prácticas de la industria. Cuenta con un esquema de control interno estructurado en un modelo de tres líneas de defensa, cuyo objetivo es garantizar que las operaciones se realicen respetando tanto la regulación aplicable como las políticas y procedimientos internos establecidos por la institución.

La primera línea está formada por las gerencias propietarias de los procesos, responsables tanto de la gestión de riesgos actuales y emergentes como de la ejecución de los procedimientos de control inherentes a dichos procesos.

Un conjunto de especialistas de control (Cumplimiento, Control Interno Financiero, Control Interno de Riesgos, IT Risk, Fraud & Security, Control de la Operativa, y las direcciones de producción de las unidades de soporte como Recursos Humanos y Asesoría Jurídica, entre otras) componen la siguiente línea de defensa. Su misión es identificar riesgos actuales y emergentes, definir políticas de control en su ámbito de especialidad transversal y supervisar su correcta implantación, proporcionar formación y asesoría a la primera línea de defensa y responsabilizarse del reporting management.

Por último, la tercera línea de defensa la constituye el Área de Auditoría Interna, que evalúa de manera independiente, imparcial y objetiva los sistemas de control interno y de gestión del riesgo de la organización. Su finalidad es agregar valor, mejorar las operaciones y apoyar al Grupo en la consecución de sus objetivos dentro de un adecuado ambiente de control.

BBVA Continental cumple así con los más altos estándares en materia de control interno, emitidos y actualizados en el 2013 por el Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO).

Auditoría Interna

A nivel corporativo, Auditoría Interna depende de la presidencia del Grupo, y a nivel local, del directorio del Banco.

Esta área elabora su plan anual utilizando la metodología de Risk Assessment, que se aplica a todos los procesos del negocio. A través de esta evaluación se identifican, evalúan y priorizan los riesgos que enfrenta o podría enfrentar la organización, así como los mecanismos de control para gestionarlos. Sobre esa base se definen las revisiones que se incluirán en el plan,

BBVA Continental articula su modelo de control interno en línea con el modelo de control definido por el Grupo BBVA, basado en las recomendaciones del Comité de Basilea y en las mejores prácticas de la industria.

tomando en consideración las solicitudes de la gerencia, del regulador y los focos corporativos.

Desde el 2008, BBVA Continental cuenta con la autorización de la SBS para establecer su propio plan anual de auditoría basada en riesgos (ABR), con el fin de determinar si dicho plan incluía las revisiones normativas establecidas en la regulación vigente. Desde el 31 de diciembre del 2014 la autorización ABR es permanente.

Desde el 2014 BBVA Continental cuenta con la autorización permanente de la SBS para establecer su propio plan anual de auditoría basada en riesgos (ABR).

Principales actividades de auditoría interna en el 2016 por tipo de actividad

Tipo de trabajo	Plan 2015	Plan 2016
Red - In situ	81	56
Riesgo de crédito	4	5
Procesos	8	12
Negocios globales	1	1
Sistemas	6	4
Regulatorios	7	6
Total	107(*)	84

(*) En el 2016 no se consideran cuatro trabajos que correspondían a subsidiarias.

Los principales focos de riesgo en los que Auditoría Interna centró su plan de trabajo en el 2016 fueron:

- Riesgo de crédito: revisión del proceso de admisión, calidad de cartera y proceso de clasificación.
- Red de sucursales: auditorías transversales.
- Procesos bancarios: procesos de reclamaciones, reportes de información financiera y de gestión, prevención de lavado de dinero y trabajos regulatorios.
- Empresa extendida: gestión de outsourcing y proveedores de servicios.
- Tecnología: control del envío de información, protección de la información y gestión de seguridad y continuidad del negocio.

Corporate Assurance

El Grupo puso en marcha en el 2013 el modelo de Corporate Assurance, cuya finalidad es fortalecer el control interno para permitir a la alta dirección tener una visión integral sobre la organización.

En BBVA Continental el modelo se implementó desde febrero del 2013. Para ello se estableció un esquema de governance que involucra a la alta dirección y que se apoya en la labor realizada por especialistas de control, con el fin de darle viabilidad al modelo.

El objetivo del esquema es promover la actuación coordinada de las tres líneas de defensa, de forma tal que se incremente la efectividad y eficiencia del funcionamiento del modelo de control interno. Además, provee al management de un mecanismo ordenado de comunicación que permite la priorización y el escalamiento de los asuntos relacionados al control interno.

El mecanismo se ha estructurado a través de comités cuatrimestrales en los que participan los miembros de los comités de dirección del Grupo y de sus subsidiarias. La finalidad de estas reuniones es conocer y tomar decisiones sobre cuestiones de control que puedan generar un impacto significativo en los objetivos de las distintas unidades.

e. Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

G4-2, G4-14, FS1, FS2, FS3, FS4, FS8, FS9, FS10, FS11, FS12

Como entidad financiera, BBVA Continental ejerce una serie de impactos sobre el medio ambiente y la sociedad. De manera directa, a través del uso de los recursos naturales y de la relación con sus grupos de interés; de manera indirecta, mediante la actividad crediticia y los proyectos de financiamiento. Estos impactos derivan, a su vez, en riesgos directos, indirectos y de reputación.

Los riesgos extrafinancieros pueden afectar el perfil crediticio de los prestatarios o de los proyectos que se financian, y con ello la calidad del riesgo asumido y, en definitiva, el reembolso de los créditos.

Para gestionar estos riesgos, BBVA Continental toma en consideración aspectos ambientales, sociales y reputacionales, junto a las tradicionales variables financieras en la gestión del riesgo. La integración de estos aspectos es coherente con el principio de prudencia que rige la actividad de BBVA Continental y se concreta en diferentes líneas de actuación.

Cabe mencionar que BBVA Continental ha colaborado con la SBS en la elaboración de una norma destinada a la prevención del riesgo social y ambiental, que será de obligado cumplimiento para todas las entidades peruanas.

Gestión de los riesgos sociales y ambientales

G4-15, G4-16, G4-EN27, G4-HR1

Principios de Ecuador

Las infraestructuras de energía, transporte y servicios sociales que impulsan el desarrollo económico y crean empleo pueden tener impactos en el medio ambiente y en la sociedad. El compromiso de BBVA es gestionar la financiación de estos proyectos para reducir y en lo posible evitar los impactos negativos y potenciar su valor económico, social y ambiental.

Todas las decisiones de financiación de proyectos tienen como base el criterio de rentabilidad ajustada a principios. Situar a las personas en el centro del negocio implica atender las expectativas de los colectivos interesados en los proyectos y la demanda social de luchar contra el cambio climático y respetar los derechos humanos.

En el 2004 BBVA Continental se adhirió a los Principios de Ecuador (PE), un conjunto de estándares que permiten -sobre la base de la política y normas de desempeño acerca de la sostenibilidad social y ambiental de la Corporación Financiera Internacional (CFI) y las guías generales sobre ambiente, salud y seguridad del Grupo Banco Mundial (GBM)- determinar, evaluar y gestionar los riesgos ambientales y sociales en la financiación de proyectos.

Estos principios se han convertido en el estándar de referencia de la financiación responsable, y BBVA Continental asume el compromiso de apoyar su desarrollo y difusión desde el Comité de Dirección de los PE y los grupos de trabajo en los que participa.

Para BBVA Continental, los PE son el punto de partida para aplicar las mejores prácticas de financiación responsable y el marco de diálogo con los clientes y los grupos interesados en los proyectos que financia.

El equipo de Riesgo Reputacional de Corporate & Investment Banking asume las responsabilidades de análisis de los proyectos, representación del Banco ante los grupos de interés, rendición de cuentas ante la alta dirección y diseño e implantación del sistema de

BBVA Continental toma en consideración aspectos ambientales, sociales y reputacionales, junto a las tradicionales variables financieras en la gestión del riesgo.

El compromiso de BBVA es gestionar la financiación de los proyectos que puedan repercutir en el medio ambiente y en la sociedad para reducir y en lo posible evitar los impactos negativos.

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

El análisis de los proyectos consiste en someter cada transacción a un proceso de due diligence en dos aspectos fundamentales: ambiental y social. Este se inicia con la asignación de una categoría (A, B o C), tal como lo establece el proceso de clasificación de IFC. La revisión de la documentación aportada por el cliente y por los asesores independientes permite valorar el cumplimiento de los requisitos señalados en los PE en función de los dos rubros mencionados.

Los contratos de financiación deben incorporar las obligaciones del cliente, tanto en lo referido al medio ambiente como al impacto social, y someterse a un monitoreo a cargo de un equipo especializado.

Evaluación del riesgo social y ambiental

En el 2016 el Banco implementó un nuevo sistema de gestión del riesgo social y ambiental alineado al reglamento 1928-2015 emitido por la SBS, que toma como referencia los Principios de Ecuador y, en consecuencia, las Normas de Desempeño de la Corporación Financiera Internacional. El reglamento establece requerimientos mínimos para la gestión del riesgo social y ambiental, promoviendo la implementación de buenas prácticas y una toma prudente de riesgos en los bancos.

Dentro de este nuevo esquema, los financiamientos de proyectos son categorizados según sus niveles de riesgo social y ambiental. Esto contribuye a la valoración de la probabilidad y severidad de los impactos de las actividades económicas expuestas a tales riesgos, y favorece la actuación anticipada para prevenir o reducir sus consecuencias no deseables.

Durante el proceso de adecuación se realizaron las modificaciones sobre las políticas y procesos de evaluación, así como capacitaciones al personal para un mayor conocimiento y entendimiento de estos cambios y su impacto en los procesos de admisión.

Gestión del riesgo reputacional

BBVA Continental cuenta con una metodología para la identificación, evaluación y gestión del riesgo reputacional. Esto permite definir y revisar regularmente un mapa que prioriza los riesgos de este tipo a los que se enfrenta el Banco y provee un conjunto de planes de acción para mitigarlos.

La priorización atiende dos variables: el impacto en las percepciones de los grupos de interés y la fortaleza de BBVA frente a tal riesgo. Este ejercicio reputacional se lleva a cabo en cada país, y la integración de todos ellos da lugar a una visión consolidada del Grupo.

Durante el 2016 se avanzó en la definición de un governance más sólido, se fortaleció la metodología y se desarrolló una herramienta informática para su gestión.

Para impulsar la gestión de este tipo de riesgo en el Grupo, BBVA Continental posee un Comité Operativo de Riesgo Reputacional, integrado por las áreas de Riesgo Operacional y Control, Cumplimiento Normativo, Comunicación Corporativa, y Responsabilidad y Reputación Corporativas, que ejerce labores de secretaría. El Comité, que se replica tanto a nivel global como en las distintas geografías, tiene como función diseñar el modelo de gestión de riesgo reputacional y promover su adecuada implantación dentro del Grupo.

En la implantación de la metodología intervienen dos tipos de funciones clave:

- Los equipos de Responsible Business y Communications, encargados de la identificación de los riesgos y la valoración de su impacto.
- Los llamados assurance providers, encargados de evaluar y mitigar los riesgos identificados. Proceden de muy diversas áreas, toda vez que los riesgos reputacionales tienen orígenes muy variados.

En el 2016 el Banco implementó un nuevo sistema de gestión del riesgo social y ambiental alineado al reglamento 1928-2015 emitido por la SBS, que toma como referencia los Principios de Ecuador y las Normas de Desempeño de la Corporación Financiera Internacional.

La metodología para la identificación, evaluación y gestión del riesgo reputacional de BBVA Continental le permite definir y revisar regularmente un mapa que prioriza los riesgos de este tipo a los que se enfrenta el Banco

Cada uno de estos funcionarios debe reportar la gestión del riesgo reputacional de su ámbito de actuación a través de los canales de reporting que utilice habitualmente. La visión agregada de los riesgos reputacionales se reporta atendiendo a las exigencias regulatorias locales.

El Banco considera que el entorno socioeconómico y ambiental tiene una influencia directa en el desarrollo de su actividad. En ese sentido, sus máximos órganos de gobierno –tanto el directorio como el Comité de Activos y Pasivos (COAP), integrado por miembros del Comité de Dirección– cuentan con un permanente y sistemático acceso y reconocimiento en relación con la coyuntura económica y social del país, a través de reportes y exposiciones que la Unidad BBVA Research prepara mensualmente. En ellos se analizan las actividades generadas en Lima o en el interior del país respecto a conflictos o medidas medioambientales que puedan impactar en las regiones en donde opera el Banco. Esta información es clave para la toma de decisiones.

BBVA Continental también realiza homologaciones a sus proveedores para determinar la confiabilidad sobre la cual se sustentarán las transacciones en el período. En este sentido, la Unidad de Compras, Inmuebles y Servicios Generales verifica que los proveedores se hayan sometido a la evaluación de los PE, requerida para poder clasificarlos como aptos para llevar a cabo cualquier tipo de transacciones durante la vigencia del contrato. Dentro de esta homologación se toman en cuenta factores de índole medioambiental.

Concesión responsable de crédito

FS1, FS4

La gestión del riesgo juega un rol fundamental dentro de la estrategia de BBVA Continental, y contribuye a garantizar su solvencia y sostenibilidad. Se trata de una adecuada clasificación de los riesgos y de los clientes, con miras a construir un marco de límites y normas de delegación que aseguren un proceso de toma de decisiones idóneo.

La evaluación de la calidad de riesgo de los clientes y de los grupos económicos se produce a través de las unidades de admisión, mediante procedimientos de seguimiento y control que evitan desviarse de los objetivos fijados.

Asimismo, se toman en cuenta los siguientes principios:

1. Los riesgos asumidos deben ajustarse a la política general de riesgos de la institución.
2. Los riesgos deben guardar proporcionalidad con el nivel de recursos propios, ajenos y de generación de resultados del Grupo, priorizando la diversificación de los riesgos y evitando concentraciones relevantes.
3. Los riesgos asumidos tienen que estar identificados, medidos y valorados, y deberán existir procedimientos para su seguimiento y gestión, además de sólidos mecanismos de control y mitigación.
4. Todos los riesgos deben ser gestionados de forma prudente e integral durante su ciclo de vida, dándoles un tratamiento diferenciado en función de su tipología y con una gestión activa de carteras basada en una medida común (capital económico).
5. La capacidad de pago del prestatario para cumplir, en tiempo y forma, con el total de las obligaciones financieras asumidas según los ingresos procedentes de su negocio o fuente de renta, sin que tenga que recurrir a avalistas, fiadores o activos entregados.

La gestión del riesgo juega un rol fundamental dentro de la estrategia de BBVA Continental, y contribuye a garantizar su solvencia y sostenibilidad.

Grupos de interés

a. El cliente

1. Experiencia del cliente

G4-PR5, FS5

BBVA Continental se ha trazado el objetivo de ofrecer a todo cliente productos y servicios convenientes de forma sencilla, transparente, accesible, rápida, oportuna y desde cualquier plataforma. El reto es ser el banco más recomendado por los usuarios en todos los países donde opera.

Al mismo tiempo, el Grupo BBVA está inmerso en un proceso de transformación hacia un modelo digital, necesario para enfrentar los desafíos que afrontará la industria financiera en el futuro próximo, en términos de regulación, transparencia y competencia.

En ese contexto, la estrategia global pasa por mejorar la experiencia del cliente no solo en el ámbito digital sino en todos los canales, al punto que sienta que atenderse con BBVA Continental es una experiencia distinta.

Los procesos y la tecnología son elementos clave en la implementación de un modelo que potencie una organización impulsada por los datos y la información, con nuevos y mejores productos y servicios adaptados a sus necesidades y expectativas. Pero la transformación de la industria financiera no se basa solo en la digitalización de los servicios financieros, sino también en la remodelación de la experiencia del cliente, de modo que la innovación digital ayude al público a gestionar mejor su dinero.

BBVA Continental apuesta por un paradigma en cuyo marco es el cliente quien elige, en cada momento y para cada necesidad, cómo quiere recibir su servicio: digital, remoto o presencial, gestionando mejor su actividad financiera con herramientas, información, productos y servicios que aportan un verdadero valor añadido.

Así, el objetivo es “ser el Banco más recomendado, con la mejor experiencia de cliente, adaptándonos a él y poniendo a su servicio todos los canales”, en el entendido que una estrategia centrada en el usuario asegura una alta recurrencia de los resultados y la estabilidad del negocio.

IReNe y feedback

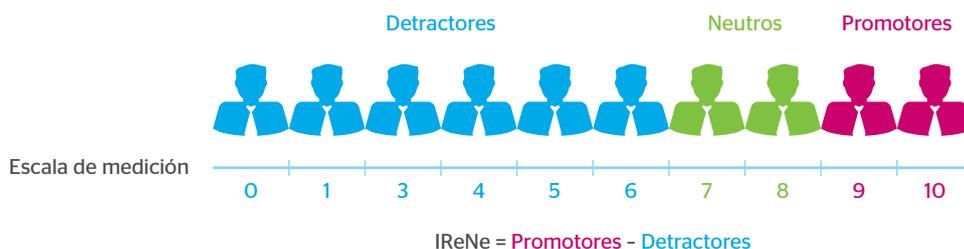
Escuchar y entender las necesidades del cliente, responder con soluciones responsables e innovadoras y construir relaciones de confianza a largo plazo con él constituyen las prioridades para el Grupo BBVA. En ese sentido, el Banco busca anticiparse al mercado, en el mediano plazo, a partir de un modelo de gestión customer centric como ventaja competitiva.

El reto de BBVA Continental es ser el banco más recomendado por los usuarios en todos los países donde opera.

Un paradigma customer centric exige un amplio conocimiento de los usuarios y de sus necesidades financieras para promover una oferta de valor relevante y capaz de generar experiencias diferenciadas. Por ello, desde las áreas de calidad y experiencia de cliente se trabaja lo que será la evolución a un modelo de experiencia del usuario de Banca Minorista.

Durante los últimos cuatro años, BBVA Continental ha priorizado la construcción e implantación de IReNe (Índice de Recomendación Neta), una metodología global basada en la recomendación, para tener una sagaz comprensión de las necesidades del cliente en el sentido global -incluidos todos los procesos, canales y productos-, procurando avanzar hacia una relación de mayor sencillez que logre su máxima fidelización.

Por medio de una serie de encuestas, esta metodología nos facilita entender la situación competitiva de BBVA y su posición relativa ante nuestros competidores en términos de recomendación.



El Banco se encuentra abocado a la recuperación del liderazgo en calidad y excelencia de servicio, para lo cual ha implementado en los últimos años una serie de iniciativas. El programa Experiencia Única, por ejemplo, permite la estandarización de la atención en cualquiera de las oficinas, a través de la medición del Benchmark “Mercado Abierto”, un estudio semestral que compara a los bancos más importantes de la industria en términos de calidad de servicio (IReNe), sobre la base de los productos y canales utilizados.

Iniciativas de calidad en el 2016

El esfuerzo de todas las áreas mantuvo en el 2016 un decidido y constante impulso en la ejecución de los planes y acciones de calidad que BBVA Continental lleva adelante y cuyos efectos repercuten en el incremento de la satisfacción, fidelización y recomendación de los clientes, en procura de ofrecerles la mejor experiencia en servicios bancarios.

Entre los avances realizados en el período concluido destacan:

- Unificación de las áreas de Banca Digital y Desarrollo de Negocios, lo que ha conformado una sinergia decisiva en el desarrollo de los proyectos de una transformación digital enfocada en el cliente, con énfasis en el proceso ágil.
- Establecimiento del sistema corporativo IReNe 2.0 para una permanente mejora, a partir de la retroalimentación constante entre el Banco y el usuario, en Banca Minorista y en Banca Empresa.
- Expansión homogénea de un esquema de valoración y recomendación interna sobre servicios clave, para una mejor atención al cliente que priorice sus opiniones como base de la toma de decisiones en la organización.

El modelo de mejora continua forma parte de todos los proyectos de transformación digital, centrado siempre en el bienestar del cliente, con la mira en generar procesos más ágiles, que reduzcan el nivel de esfuerzo y los potenciales impactos.

Mantener la riqueza del Grupo comprende compartir las mejores prácticas entre países cada vez que se presente un reclamo, e identificar la causa raíz del problema, lo que permite que se eliminen los reprocesos y facilita su iteración, de ser necesaria.

BBVA Continental se encuentra abocado a la recuperación del liderazgo en calidad y excelencia de servicio, para lo cual ha implementado en los últimos años una serie de iniciativas.

2. Comunicación TCR

G4-PR3, G4-PR6

El proyecto de Comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR) tiene como objetivo ayudar al cliente a tomar decisiones informadas a lo largo de toda su relación con el Banco. Con ello se pretende, al tiempo de cuidar sus intereses, diferenciar a BBVA Continental de la competencia por ser el banco más claro y transparente en cada mercado, aumentando así la consideración y la recomendación.

La iniciativa es pieza clave para cumplir dos de las prioridades estratégicas del Banco: generar una excelente experiencia del cliente e impulsar las ventas, sobre todo en canales digitales.

¿Qué significa ser TCR en la relación con el cliente?

Transparencia: Implica proporcionar toda la información relevante para el cliente, salvaguardando un equilibrio entre ventajas, costes y riesgos.

Claridad: Significa lograr que el cliente entienda fácilmente la información o el proceso que se le comunica. La claridad guarda íntima relación con el lenguaje y con la estructura u organización de la información (y, en canales digitales, con la navegación).

Responsabilidad: Comprende cuidar de los intereses del cliente en el corto, mediano y largo plazo.

En el 2016 BBVA Continental continuó e intensificó el trabajo de las iniciativas detalladas seguidamente.

Fichas de producto TCR

Describen los productos explicando sus ventajas, pero también los costes y riesgos asociados, con un lenguaje sencillo y un glosario de términos para los tecnicismos inevitables. Estas fichas son evaluadas previamente y se entregan antes de la contratación, cuando los clientes muestran interés por un producto, brindándoles la información necesaria para tomar una decisión meditada.

BBVA Continental cuenta con 13 fichas TCR impresas en oficinas y 68 fichas TCR digitales disponibles en el portal de gestión comercial. Así, los ejecutivos pueden descargarlas e imprimirlas fácilmente.

Contratos TCR

Esta iniciativa consiste en replantear los contratos actuales con los clientes y estructurarlos de una forma más intuitiva y con un lenguaje fácil de entender.

BBVA Continental trabaja para facilitar la comunicación con el cliente y contribuir con su cultura financiera, sobre todo porque la mayoría de los usuarios considera que los contratos bancarios son poco claros y confusos. En el 2013 se avanzó en la modificación de su redacción, para lo cual se empleó un lenguaje más simple y se redujo la cantidad de términos legales y financieros. De ese modo se busca facilitar la contratación, sin dejar de lado la seguridad jurídica.

Se ha simplificado aquellos contratos que, de acuerdo a las normas expresas de transparencia de la información para clientes del sistema financiero -en este caso, personas naturales-, requieren ser aprobados por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). En este rubro se encuentran préstamos hipotecarios, préstamos de consumo, tarjetas de crédito y cláusulas generales aplicables a operaciones pasivas (depósitos a plazo, cuentas corrientes, cuentas de ahorro y compensación por tiempo de servicios). Todos recibieron la autorización del ente rector.

El proyecto abarca la simplificación de otros contratos. La meta es contar con documentos comprensibles y con un formato interactivo, además de notas y ejemplos explicativos.

Publicidad TCR

El objetivo de esta iniciativa es que la comunicación publicitaria del Grupo sea transparente,

Comunicación TCR permite cumplir dos de las prioridades estratégicas del Banco: generar una excelente experiencia del cliente e impulsar las ventas, sobre todo en canales digitales.

La iniciativa Contratos TCR ha simplificado estos documentos en préstamos hipotecarios y de consumo, tarjetas de crédito y cláusulas generales aplicables a operaciones pasivas

clara y responsable. Para ello, en el 2014 se elaboró el Código de Comunicación Publicitaria TCR, un documento autorregulatorio que contiene los principios que debe seguir toda comunicación publicitaria del Grupo.

El código entró en vigor el 1 de enero del 2015 y es de obligatorio cumplimiento por todos los equipos de comunicación y marketing del Grupo. Para facilitar su entendimiento y cumplimiento a nivel global se han realizado talleres, fundamentalmente con los equipos de marketing, servicios jurídicos, responsables de producto y agencias publicitarias. También se ha habilitado una dirección de correo electrónico en cada geografía, a la que cualquier empleado puede enviar consultas, dudas o recomendaciones de mejora. Por último, se ha implantado un test online en el que se ha prematriculado a los equipos de marketing de todas las geografías con el fin de asegurar su lectura por todos los empleados.

TCR Digital

La mayoría de soluciones y contenidos digitales de BBVA se producen bajo la metodología Agile. Para garantizar que los grupos que trabajan con ella elaboren material TCR, se ha llevado a cabo las siguientes acciones:

- Elaboración de un checklist de los 15 principios TCR más relevantes en canales digitales, con la explicación de cada uno con ejemplos de buenas y malas prácticas.
- Talleres de formación en TCR y human-centered design a los miembros de los scrums que trabajan en soluciones y/o contenidos para clientes.
- Apoyo directo a algunos de estos equipos de trabajo.
- Adaptar dentro de la web el contenido de los productos bajo conceptos TCR. En el 2016 se inició este proceso con la familia de Ahorros.

Asegurar que el checklist TCR forme siempre parte de la rutina de estos grupos se integra al reto que es cumplir con el gran objetivo institucional de ser percibidos como uno de los bancos más claros y transparentes del Perú.

3. Gestión de quejas y reclamaciones

La excelencia constituye el pilar fundamental del Servicio de Atención al Cliente (SAC), por lo que durante el 2016 se han implementado y consolidado gestiones, herramientas y propuestas en beneficio del cliente, razón primordial de la institución, con el objetivo de continuar haciéndolo participe de la cultura BBVA y de generar en toda oportunidad una experiencia positiva e inolvidable a través de los canales de servicio.

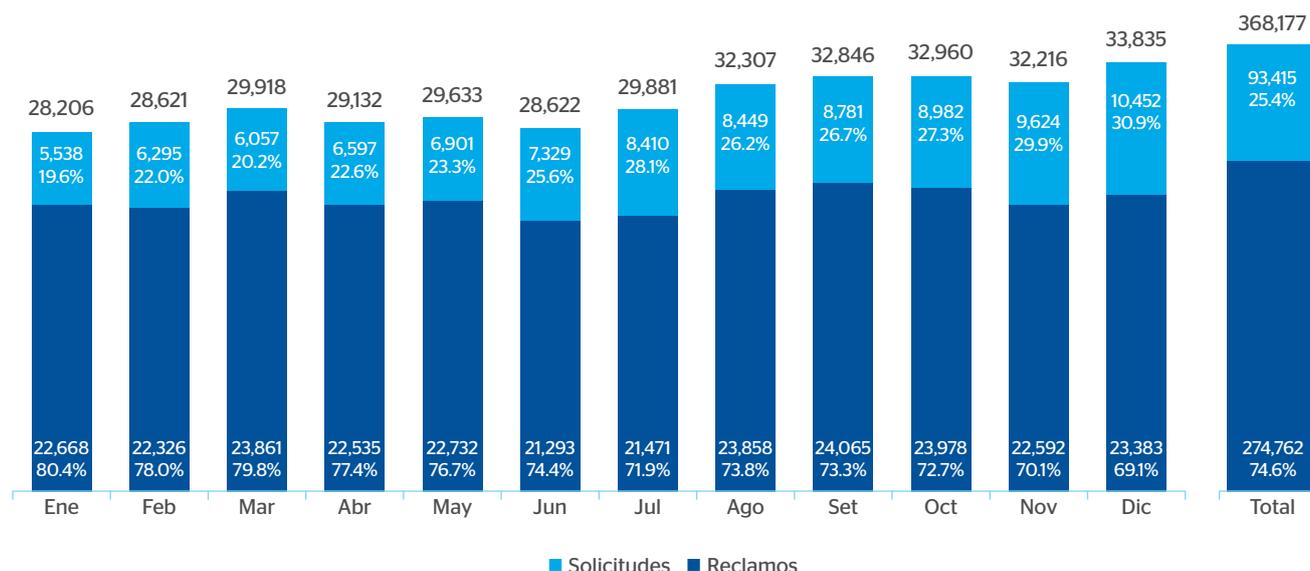
Al cumplirse un año de la creación del Centro de Soluciones Compartidas (CSC) dentro del Servicio de Atención al Cliente (SAC), equipo que complementa la gestión de reclamos, en el 2016 se lograron mejoras en la experiencia de cliente, en el asesoramiento al servicio de las oficinas y en los procesos internos que optimizan la calidad de atención de los reclamos en primera línea y en circuitos de resolución que agilizan los tiempos de respuesta, así como en la implementación de iniciativas para reducir el registro de reclamos en relación a la proyección estimada.

Luego que el rubro de tarjetas de crédito y débito fuese identificado como el producto más reclamado, a partir de noviembre del 2016 la atención de las solicitudes y reclamos al respecto quedó bajo la responsabilidad de la Subunidad de Operaciones de Tarjeta, con la finalidad de centralizar y optimizar todo el proceso, desde su venta hasta su cancelación, siempre que estos productos se encuentren vinculados en su cadena de valor, mientras que la atención relacionada a temas distintos continuó bajo responsabilidad del SAC.

La mayoría de soluciones y contenidos digitales de BBVA se producen bajo la metodología Agile.

Durante el 2016 el Servicio de Atención al Cliente (SAC) ha implementado y consolidado gestiones, herramientas y propuestas con el objetivo de continuar haciendo al usuario participe de la cultura BBVA.

Volimetría mensual de solicitudes y reclamos



	2016	2015	2014
Tiempo medio de resolución de quejas (días)	15	19	10
Número de reclamaciones resueltas por First Contact Resolution (FCR) (%)	19	17	24

4. Protección del cliente

G4-PR1, G4-PR8

BBVA Continental tiene constituido un conjunto de medidas de seguridad y monitoreo para prevenir la ocurrencia de incidentes de ciberseguridad y fraude. La idea es detectar de forma temprana cualquier posible amenaza, de forma tal que se generen acciones rápidas que mitiguen cualquier daño a la organización.

En el 2015 se trabajó una estrategia de ciberseguridad que, al ser comparada con los estándares del Banco Central Europeo (BCE), obtuvo un 93.8% de cumplimiento. Asimismo, se desplegó un conjunto de herramientas para la detección avanzada de malware, que minimizaron los riesgos de ciberataques.

Durante el 2016 se han reforzado todas las medidas de seguridad con herramientas adicionales para incrementar el grado de protección ante amenazas externas. La gestión del fraude se ha enfocado en la mejora de procesos e incorporación de nuevas tecnologías que optimicen los niveles de detección y prevención y reduzcan el riesgo de potenciales pérdidas. Se ha provisto de tecnología de biometría dactilar a todas las oficinas de la red comercial, con lo que cualquier transacción monetaria de retiro de dinero y/o transferencia debe ser autorizada mediante la validación biométrica del cliente. Esta medida ha mitigado los riesgos de suplantación de identidad.

Asimismo, se adoptaron todas las medidas para cumplir con la Ley de Protección de Datos Personales, realizándose de forma adicional la certificación ISO 27001-2013 para los procesos críticos del Banco en cuanto a protección de datos. Este trabajo incluyó:

- Declaración de Banco de Datos Personales del Banco y Subsidiarias ante la Autoridad Nacional de Protección de Datos.
- Identificación de activos involucrados en el tratamiento de datos personales.
- Análisis GAP ("Good, Average or Poor") con respecto al cumplimiento del Reglamento de Seguridad de la Ley de Protección de Datos Personales.
- Implementación de medidas de seguridad organizativa y de tecnología.
- Alineamiento de los bancos de datos complejos y críticos a la norma ISO 27001-2013.

Durante el 2016 se han reforzado todas las medidas de ciberseguridad con herramientas adicionales para incrementar el grado de protección ante amenazas externas.

Además, durante el 2016 se realizaron revisiones a las empresas extendidas para validar el cumplimiento de las medidas de seguridad exigidas por BBVA.

De otro lado, el programa Gestión de Continuidad del Negocio, también ejecutado en el 2016, busca salvaguardar los intereses de los clientes y demás grupos de interés ante la eventualidad de una interrupción grave en las operaciones, y prepara al personal para una respuesta adecuada. El Banco cuenta con un Plan de Gestión de Crisis y planes de respuesta específicos, que son ejercitados anualmente, con la participación de la alta dirección, gerencias, personal y proveedores.

Adicionalmente, en coordinación con la Asociación de Bancos (Asbanc) y la SBS, se viene preparando una prueba sectorial programada para el 2017.

5. Soluciones centradas en personas

Unos de los objetivos de BBVA Continental es integrar atributos sociales diferenciales dentro de productos e iniciativas que forman parte de la actividad diaria del Banco. De esta manera se consigue que, además del impacto social generado por la actividad ordinaria, se puedan diseñar productos y servicios con un impacto social superior.

Estos productos se agrupan en cuatro grandes bloques: aquellos que sirven para favorecer la inclusión financiera, los destinados a pymes, los desarrollados para particulares con necesidades especiales y, por último, la inversión socialmente responsable.

Inclusión financiera

FS13, FS14

Con el propósito de contribuir a la inclusión financiera en el país, en febrero del 2016 BBVA Continental, en alianza con la Asbanc, lanzó BIM (Billetera Móvil), una nueva propuesta de pagos móviles basada en un modelo interoperativo entre bancos, único a nivel mundial.

BIM se basa en una plataforma de dinero electrónico que permite a las personas que no tenían acceso al sistema financiero transferir dinero y pagar diversos servicios desde sus celulares, sin necesidad de tener una cuenta bancaria, un smartphone o acceso a internet. Para afiliarse, las personas solo deben marcar *838# desde sus celulares Claro, Movistar o Entel, indicar el número de su Documento Nacional de Identidad (DNI) y la entidad financiera que cuidará su BIM. Es un canal de fácil acceso, de bajo costo y que ahorra tiempo.

Al cierre del 2016 participan dentro de este modelo 22 entidades financieras y se han registrado 250 mil usuarios, quienes han realizado más de 100 mil transacciones con dinero electrónico.

Iniciativas y productos de inclusión financiera

Plan de bancarización

En el 2016 BBVA Continental mantuvo la presencia de los canales de atención en el rubro de cajeros automáticos y cajeros corresponsales, permitiendo fortalecer la cobertura en zonas no atendidas.

Además, luego de un trabajo en conjunto con la Asbanc, se consiguió lanzar el nuevo canal de BIM a inicios del 2016, el cual ha permitido contribuir con la bancarización del país al obtener más de 250 mil usuarios.

El siguiente reto para el modelo BIM es buscar un incremento transaccional que incorpore nuevos servicios dentro de la plataforma y más empresas para promover su uso, así como diseñar productos financieros y de seguros a la medida.

Datos de clientes del segmento de inclusión financiera

	2016	2015	2014
Nº de clientes	880,477	597,647	446,980

BBVA Continental, en alianza con la Asbanc, lanzó BIM (Billetera Móvil), una nueva propuesta de pagos móviles basada en un modelo interoperativo entre bancos, único a nivel mundial.

Acceso al ahorro con mayores beneficios

FS14

En el 2016, la tendencia a la digitalización del sector financiero impulsó el lanzamiento de la apertura de cuentas de ahorro vía web pública, en una operación dirigida a clientes y no clientes de BBVA Continental.

Cuenta Ganadora, por ejemplo, contó con cuatro creativas campañas trimestrales: “Piscos Espirituosos”, con el experto José Moquillaza; “Parrilla de Mesa”, en alianza estratégica con El Hornero; “Trilogía de Aventuras”, asociado con Fox Sports, Nat Geo y Fox, y “Panetón Guerrero”, con el chef Gastón Acurio y el futbolista Paolo Guerrero.

En cuanto a nuevos productos de ahorro, en el mes de mayo se lanzó Cuenta Independencia, dirigida a un segmento de clientes que no se había trabajado hasta el momento: los no asalariados, que accedieron a beneficios del programa Mundo Independencia como descuentos en establecimientos y retiros gratis a nivel nacional y en cajeros de otros bancos.

Para depósitos a plazo se generó una oportunidad con la liberación del 95.5% de los fondos de las AFP. El Banco aprovechó esta coyuntura para crear en mayo Mundo Senior, un programa que incluye un portafolio variado de productos de inversión, de acuerdo al perfil del cliente, junto a descuentos en diversos establecimientos. Adicionalmente, se trabajaron las tradicionales campañas estacionales “Utilidades” y “Gratificaciones”.

En lo referente a las CTS, se realizaron campañas para la captación de clientes nuevos y traslado de CTS de otras entidades, con tasas preferentes y premios diferenciados, además de trabajar en la retención de clientes. Asimismo, se ofrecieron descuentos más atractivos mediante el programa de beneficios Mi Mundo para PH + CTS.

El enfoque de todas las mejoras en productos y campañas a lo largo del 2016 fue el de “visión cliente”, con el que se desarrollaron iniciativas piloto en oficinas seleccionadas, lo que ha permitido validar la aceptación de nuevos productos para el 2017.

Por otro lado, se incursionó en el ámbito de beneficios financieros como la eliminación de la comisión por retiro de dinero en efectivo en otras plazas, a través de los cajeros automáticos de todas las cuentas de personas naturales. Esta liberación permite al cliente realizar un mayor número de operaciones.

El resultado de estas y otras estrategias le permitió al Banco crecer en saldos medios del 2016, con respecto al 2015, en productos como Cuenta Fácil (6.6%), Cuenta Sueldo (10.6%) y Cuenta Ganadora (7%), y generar un incremento de 8.3% en el segmento ahorro de personas naturales. Además, la Cuenta CTS creció en 4.7%, y el Depósito a Plazo, en 14%.

Cajeros corresponsales

FS14

Al cierre del 2016 se contó con más de 10 mil corresponsales a nivel nacional, el 50% de ellos ubicados en provincias.

La expansión de este canal tiene como objetivo llegar a localidades y segmentos no atendidos por los canales tradicionales, para así fomentar la inclusión financiera. La estrategia busca también captar nuevos puntos de atención en ubicaciones cercanas a oficinas, lo que facilitará al cliente la experiencia con este canal y hará que su uso sea recurrente.

Año	Número de puntos	Número de transacciones
2016	10,358	29,788,001
2015	8,993	32,688,993
2014	5,608	23,225,413

Apoyo a pymes

FS6

Durante el 2016 el Banco siguió impulsando la Banca de Negocios como plataforma para la atención de los propietarios de la pequeña empresa, con la participación de más de 300 Ejecutivos Banca de Negocios a nivel nacional y una oferta de productos y servicios diseñados para atender las necesidades de financiamiento más importantes del segmento.

La tendencia a la digitalización del sector financiero impulsó el lanzamiento de la apertura de cuentas de ahorro vía web pública, en una operación dirigida a clientes y no clientes del Banco.

Las estrategias de nuevos productos le permitieron al Banco crecer en productos como Cuenta Fácil (6.6%), Cuenta Sueldo (10.6%) y Cuenta Ganadora (7%).

Esta labor se hizo a través de la Tarjeta Capital de Trabajo, que permite el pago en cuotas mensuales, y del Pack Negocios, un combo que incluye cuenta corriente, tarjeta de débito empresarial y acceso a la Banca por Internet Empresarial.

Como parte de los beneficios no financieros que el Banco ofrece, se llevó a cabo la segunda edición del programa corporativo Camino al Éxito, que proporcionó capacitación virtual y presencial a empresarios clientes y no clientes. Para ello se contó con la plataforma web caminoalexito.com, que también fue el vehículo para brindar formación presencial a 200 de ellos, de la mano de Centrum Católica.

Apoyo a particulares con necesidades especiales

FS14

BBVA Continental asumió el compromiso de encontrar soluciones para los públicos con necesidades especiales en situaciones sensibles, entre las cuales se puede destacar:

Cuota Comodín

Este beneficio posventa permite al cliente que ha desembolsado un préstamo vehicular o de libre disponibilidad escoger qué cuota dejar de pagar a partir de la cuarta cuota. Actualmente, las comunicaciones al respecto se efectúan mediante e-mails y publicidad en la página web.

Con la finalidad de incrementar la difusión, se utilizaron también las redes sociales, lo que resultó en que el requerimiento de Cuota Comodín se duplicó en el 2016 con respecto al 2015.

Vivienda y acceso al crédito hipotecario

BBVA Continental lideró el desarrollo del mercado inmobiliario al registrar un aumento neto de saldos de préstamos hipotecarios de S/ 526 MM, con lo que alcanzó los S/ 10,917 MM (5.06% más que en el año anterior), que representan una cuota de mercado de 29.24% para diciembre del 2016, siendo el banco que más cuota de mercado ganó en el producto.

La fortaleza del Banco es generar la mayor cartera de proyectos inmobiliarios -que comprenden más de 2,700 unidades a la venta en los distintos segmentos socioeconómicos, por un monto total aproximado de S/ 1,300 MM- y atender la demanda de los clientes, que esperan recibir un producto de calidad que cubra sus necesidades y expectativas. Con ese objetivo se repotenció la cartera de préstamos hipotecarios con nuevos e innovadores productos, como "Hipotecario Libre", que no discrimina género, sexo ni parentesco, lo que lo convirtió en tendencia en las redes sociales. En Twitter, superó el millón y medio de "tuits" / (1,613,658), en tanto que en Facebook solo su post de lanzamiento obtuvo más de 900 compartidos en pocas horas y superó las 40 mil reproducciones.

El mismo ánimo innovador llevó a considerar al creciente sector de profesionales independientes y dependientes, como consultores, asesores, arquitectos, nutricionistas, etc., y para ellos se lanzó el "Préstamo Comercial Mi Oficina", destinado a financiar la compra de inmuebles para ese uso específico con las ventajas de un préstamo hipotecario -cuota comodín, cambio de fecha de pago y cuotas mensuales fijas-, que logró una gran aceptación entre los promotores inmobiliarios, quienes destacaron la importancia de contar con un producto ad hoc para sus proyectos de oficinas.

Respecto a las perspectivas para este 2017, se espera que el dinamismo del sector se recupere. Según el informe publicado en diciembre del 2016 por BBVA Research, se proyecta que las ventas de departamentos se incrementarán moderadamente con un 6%, debido en gran medida a las aportaciones de cuota inicial provenientes de los afiliados a las AFP para la adquisición de su primera vivienda y porque aún existe una demanda insatisfecha en la clase media, con una brecha que año a año se va ampliando. Durante el 2016 BBVA Continental mostró una evolución del 5% respecto a los saldos de su cartera hipotecaria, el cual pudo haber sido del orden del 8% debido básicamente a las amortizaciones y cancelaciones recibidas por las liberaciones de las AFP. Este factor recién se marcó a partir de mediados del año, con una clara tendencia de aumento para el 2017.

Como parte de los beneficios no financieros que ofrece BBVA Continental, se llevó a cabo la segunda edición del programa corporativo Camino al Éxito, que proporcionó capacitación virtual y presencial a empresarios clientes y no clientes.

S/ 2,643,575

Financiación de consumo

29.24%

Cuota de mercado en el financiamiento de préstamos hipotecarios

Omnicanalidad

BBVA Continental ha diseñado una estrategia omnicanal con el fin de servir a los clientes de la forma más oportuna, independientemente de cuándo, cómo o dónde deseen acceder a los diferentes servicios. Esta estrategia se apoya sobre tres pilares:

- Full Channel Choice: El cliente podrá elegir el canal que más le interese para cada operación.
- Consistent Experience: El cliente debe percibir una única experiencia en todos los canales.
- Seamless Journeys: Servicio ágil y categórico que dé respuesta a las necesidades del cliente.

Al cierre del 2016, el Banco contaba con una red de 356 oficinas (Banca Minorista, Banca Mayorista y Banca Patrimonial) y 1,839 cajeros automáticos (cajeros dispensadores y cajeros multifunción).

Sus principales canales directos son:

Banca por Internet

La página web de BBVA Continental (www.bbvacontinental.pe) recibió aproximadamente 37.98 millones de visitas en el 2016, registrándose más de 170.4 millones de transacciones a través de la Banca por Internet.

El Banco cuenta con tres millones de clientes activos, de los cuales alrededor de 345 mil son usuarios de este canal.

Banca Móvil

En el 2016, la penetración de smartphones continuó creciendo, lo que se reflejó en las más de 788 mil descargas de la APP Banca Móvil (90% en dispositivos Android, 9% en iPhone y 1% en iPad) y unas 313.2 millones de transacciones reslizadas desde ese tipo de dispositivos.

Durante el 2016 se implementó y potenció la venta de nuevos productos en los canales digitales, por lo que, al cierre del período, tanto clientes como no clientes podían solicitar vía online tarjetas de crédito, préstamos personales, préstamos hipotecarios y seguros vehiculares.

Además, los clientes pueden desembolsar préstamos y adelantos de sueldo, suscribir fondos mutuos, incrementar sus líneas de tarjeta de crédito, contratar seguros de protección de tarjetas y SOAT desde Banca por Internet o Banca Móvil, sin necesidad de acercarse a una oficina ni llamar a una operadora.

Agente Corresponsal

Al cierre del 2016 había 849 Agentes Express, 58 Agentes Express Plus, 5,239 Agentes Kasnet, 3,184 FullCarga y 1,028 Pagaltoke, lo que permitió un total de 29.79 millones de transacciones.

Saldo Express

En el 2016 este canal presentó alrededor de 7.65 millones de transacciones a través de 438 módulos operativos, contribuyendo en la migración de operaciones críticas para aliviar la atención en ventanilla.

Cajero Dispensador

Con una red propia de 1,506 cajeros automáticos, el canal registró 118.99 millones de transacciones.

Cajero Depósito

El Banco posee 333 cajeros depósito (multifunción), en los que se realizaron 8.56 millones de transacciones al cierre del 2016.

Al cierre del 2016, el Banco contaba con una red de 356 oficinas (Banca Minorista, Banca Mayorista y Banca Patrimonial) y 1,839 cajeros automáticos (cajeros dispensadores y multifunción).

Datos básicos de omnicanalidad

	2016	2015	2014
Clientes digitales (en miles)	338	550	453
Clientes móviles (en miles)	189	335	239

Transacciones por canal

Canal	2016	2015	2014
Oficinas	5%	7%	9%
Cajeros automáticos	16%	21%	27%
Banca por Internet	20%	18%	21%
Bancamóvil - SMS	37%	24%	10%
Continental Net Cash	9%	12%	13%
Banca por teléfono	2%	3%	3%
Agente Express	3%	5%	5%
Débito automático	1%	1%	2%
Módulo de saldos y operaciones	1%	1%	2%
POS (débito)	7%	8%	8%
	100%	100%	100%

Canales de atención

Oficinas a nivel nacional	2016	2015	2014
Red Minorista	331	343	338
Banca Patrimonial	3	3	2
Red Banca Mayorista	22	24	24
Total	356	370	364

Cajeros automáticos y cajeros depósito	2016	2015	2014
Lima	1,210	1,197	1,077
Provincias	629	655	628
Total	1,839	1,852	1,705

Agentes Express + Agentes Express Plus + Agentes Kasnet + Agentes Western Union + Fullcarga	2016	2015	2014
Lima	5,209	4,527	3,410
Provincias	5,149	4,367	2,181
Total	10,358	8,894	5,591
Variación	16%	59%	142%

Instituciones públicas y privadas no lucrativas

G4-EC8

Durante el 2016, Banca Institucional realizó las siguientes acciones con los diferentes sectores:

Instituciones públicas y empresas del Estado

Se logró mejorar el posicionamiento y las relaciones comerciales con los distintos fondos (de retiro, vivienda, salud y funerarios) pertenecientes a las fuerzas armadas, con un crecimiento no solo en pasivos, sino también en número de pagohabientes.

Así, se concretó la suscripción de un convenio de préstamos mediante descuento en planilla con la Marina de Guerra del Perú, que no solo representa un potencial de 10 mil miembros

activos, sino que constituyó el primer convenio firmado por el Banco a poco de haberse realizado el lanzamiento de este importante producto.

En cuanto a colocaciones significativas, el Banco se adjudicó mediante concurso público la emisión de una carta fianza para SUNAT por S/ 65 millones, lo cual permitió mejorar ostensiblemente la relación de negocio con este cliente.

Sector educativo

La brecha entre la oferta educativa y la demanda laboral de personal calificado aún se mantiene alta, por lo que el sector formativo se muestra sumamente activo, presentando una fuerte competencia interinstitucional. Los centros pedagógicos –a nivel escolar, técnico y universitario– ven en la necesidad de mejorar su infraestructura e invertir en tecnología con el fin de estar a la vanguardia, tal como lo exige la nueva legislación y la demanda de los educandos.

En el 2016, BBVA Continental acompañó el financiamiento de diversas entidades educativas, entre ellas algunas de las más representativas del Perú, como la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Universidad ESAN, Universidad del Pacífico, Universidad César Vallejo, Universidad San Ignacio de Loyola, Universidad Alas Peruanas, Senati, Instituto Toulouse-Lautrec, UCAL, Colegio Markham, Colegio Antonio Raimondi, Colegios Trilce y Colegios Pamer.

Dada la incorporación de nuevas tecnologías para mejorar su gestión de tesorería, se firmaron acuerdos de implementación de sistemas de interconexión en línea con diversas universidades e institutos superiores.

Es importante destacar que, como parte de la gestión para afianzar la relación con el sector educativo, este año el Banco estuvo presente en kermeses y ferias de los colegios Alpamayo, Salcantay, San Agustín, Santa Úrsula, Raimondi, Isabel Flores de Oliva y Pestalozzi, entre otros, apoyando así al segmento más allá de los productos y servicios tradicionales.

Sector estatal

Con respecto a la atención a entidades gubernamentales y municipalidades, es preciso destacar:

- Incremento en 3,390 pagohabientes relacionados al Ministerio del Interior y a distintas municipalidades, como la Municipalidad Metropolitana de Lima y las municipalidades distritales de Lurín, Ventanilla, Chaclacayo, San Juan de Miraflores y El Agustino.
- Mayor participación en la recaudación local con los siguientes clientes: el Servicio de Administración Tributaria (SAT), el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA) y la Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide). En noviembre del 2016 se inició el recaudo de la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas (Sutran) y se espera concretar, para el 2017, la recaudación con la Municipalidad Distrital de La Molina y aumentar el recaudo con la Corporación Peruana de Aeropuertos (Corpac).

Por otro lado, el Banco logró incrementar sus colocaciones en S/ 84.5 MM, entre financiamientos de corto y mediano plazo con Cofide, lo que representó un crecimiento del 21% en comparación al 2015. A la Municipalidad Metropolitana de Lima se le adjudicó un préstamo por S/ 188 MM (la tercera parte del préstamo sindicado), destinado a financiar los proyectos de inversión de obras públicas de su plan de inversiones 2016-2018. Este préstamo se estaría desembolsando parcialmente durante el 2017.

El Banco espera concretar en el 2017 descuentos por planilla con los ministerios de Transportes y de la Producción, la Municipalidad Metropolitana de Lima y otras instituciones, lo que permitirá vincular a los trabajadores y será un paso adelante con la competencia. Igualmente, permitirá apoyar la inclusión financiera de los pacientes de los Hospitales de la Solidaridad, a través de la activación de Recaudo por Billetera Electrónica con el cliente Sistema Metropolitano de la Solidaridad (SISOL), que cuenta con 46 locales a nivel nacional.

Con el apoyo de BBVA Continental en la emisión de cartas fianza, Sima Perú comenzó la construcción de naves patrulleras y del buque escuela de la Marina de Guerra, continuando la ampliación del impostante astillero estatal y la recuperación de su capacidad submarina.

BBVA Continental acompañó en el 2016 en el financiamiento de diversas entidades educativas, entre ellas algunas de las más representativas del Perú.

Por otro lado, Electroperú fue atendido con cartas de créditos y cartas fianza para la remodelación y mantenimiento de la Hidroeléctrica del Mantaro.

Sector financiero

El 2016 fue un año intenso en el apoyo a este sector, tanto en la captación de recursos como en los créditos desembolsados para las empresas. También se le dio un impulso significativo a la Banca Digital, por lo que las constantes reuniones con los clientes fueron dirigidas principalmente a incrementar el uso de su plataforma electrónica.

La captación de recursos fue competitiva durante el período. Debido a la gestión interna y a la cercanía alcanzada con el cliente, BBVA Continental participó en la subasta del Fondo Mivivienda, logrando adjudicarse los soles a lo largo de todo el año: un promedio de S/ 450,000,000 mensuales, lo que se tradujo en un margen ordinario anual de S/ 7,900,000.

Tal cercanía y buena gestión permitieron incrementar las colocaciones directas e indirectas. Entre los clientes con los que se experimentó un claro incremento destacan las AFP Integra y Prima, cuyas fianzas estuvieron en el orden de S/ 290,000,000 y S/ 215,000,000, respectivamente. En cuanto a colocaciones directas, el principal apoyo se dio a Mibanco, que de no tener líneas aprobadas con BBVA Continental pasó a un aumento anual de S/ 67,000,000.

Otro cliente con el que se ganó participación con respecto al 2015 fue La Positiva Vida, que redireccionó toda la necesidad de financiamiento que tuvo hacia la segunda mitad del año, para lo que usó su línea aprobada por S/ 10,400,000.

Inversión responsable

FS7

En materia de inversión responsable, BBVA Continental impulsa iniciativas que generan especial impacto en la sociedad.

Fondo mutuo Leer es estar Adelante, FMIV

Se trata de un fondo de responsabilidad social en el que se obliga al inversionista a donar 1/10 de cuota semestral a la Fundación BBVA para contribuir al programa Leer es estar Adelante, que esta lleva a cabo en escuelas públicas para elevar los niveles de comprensión lectora de los niños que cursan del tercer al sexto grado.

La Fundación BBVA Banco Continental es una entidad sin fines de lucro y está exonerada del impuesto a la renta. Su objetivo es fomentar la educación, la cultura, la asistencia social y otras actividades altruistas.

Debe tenerse en cuenta que BBVA Asset Management Continental S. A. Sociedad Administradora de Fondos no es una entidad bancaria, y que tanto su personal como sus promotores están impedidos de recibir dinero de los partícipes.

El fondo mutuo Leer es estar Adelante, FMIV invierte únicamente en instrumentos de deuda cuya duración promedio es mayor de 360 días y menor de 1,080 días, predominantemente en dólares e indistintamente en el mercado local o en el extranjero, según se indica en su política de inversiones.

Cabe enfatizar que el fondo invierte principalmente en los niveles de alta calidad crediticia (AAA hasta AA- en el largo plazo, o CP-1 en el corto plazo) y arriesga hasta el nivel A- o CP-2. Adicionalmente, las inversiones que se realicen en el extranjero deberán contar con una clasificación de riesgo no menor de BBB- (BBB menos), con excepción de instrumentos que se negocian en el extranjero de empresas constituidas en el Perú. En este caso, el fondo mutuo podrá invertir en valores de clasificación de riesgo igual o mejor a BB- (BB menos).

Año	% Patrimonio	Patrimonio LEER US\$	Partícipes
2014	0.74%	24,455,813.85	218
2015	0.58%	19,019,021.15	179
2016	0.91%	14,610,517.79	139

BBVA Continental participó en la subasta del Fondo Mivivienda, logrando adjudicarse un margen ordinario anual de S/ 7,900,000.

A través del Fondo Mutuo Leer es estar Adelante el inversionista contribuye con el programa que la fundación BBVA desarrolla en escuelas públicas para elevar los niveles de comprensión lectora de los niños que cursan del tercer al sexto grado.

Acceso para colectivos con discapacidad

BBVA Continental se preocupa permanentemente por brindar facilidades de acceso en sus instalaciones y servicios a todas aquellas personas que presentan alguna discapacidad. Así, las oficinas de atención al público cuentan con rampas para sillas de ruedas y los teclados de los cajeros automáticos están diseñados para permitir que los usuarios invidentes puedan realizar sus operaciones bancarias sin problemas. Asimismo, en las pantallas colocadas en las oficinas de atención al cliente se transmiten videos de orientación para quienes carecen del sentido de la audición.

En cuanto a los colaboradores que presentan alguna discapacidad, estos cuentan con facilidades para acceder y moverse dentro de las instalaciones de la institución.

b. El equipo

G4-10, G4-EC6, G4-LA1, G4-LA12

Los colaboradores son el activo principal de BBVA Continental. Además de poseer los conocimientos, aptitudes y habilidades para ser exitosos en cualquier puesto laboral, constituyen el capital humano de la organización, lo cual se refleja en la cultura corporativa. Por ello, el Banco busca permanentemente atraer a los profesionales que aporten mayor valor.

El equipo actual está integrado por 5,570 personas, distribuidas en 23 regiones. Por género, el 52% lo conforman mujeres, la edad media se sitúa en 35 años y su antigüedad dentro de la organización es, en promedio, de nueve años.

Para hacer realidad el lema “personas para personas” y estar alineado y comprometido con los valores institucionales, el área de Recursos Humanos procura su mejora continua con estándares éticos y de igualdad de oportunidades, entre los que destacan la meritocracia, el trabajo en equipo y el buen clima laboral.

El equipo de BBVA Continental, su principal activo, consta de 5,570 personas, 52% de ellas mujeres, con una edad media de 35 años y una antigüedad promedio en la organización de nueve años.

Datos básicos del equipo de BBVA Continental

	2016	2015	2014
Número de empleados	5,570	5,392	5,421
Antigüedad media (años)	9.5	9.67	9.36
Edad media (años)	35	35.05	34.72
Diversidad (% mujeres)	52	50.8	50.5
Rotación (%)	18.1	15.8	18

Edad media de los empleados (años) y distribución por tramos de edad (%)

	2016				2015				2014			
	Edad media	<25	25-45	>45	Edad media	<25	25-45	>45	Edad media	<25	25-45	>45
Edad media	35	16.34	65.89	17.77	35.05	16.5	65.6	17.9	34.72	18.1	63.8	18.1

Antigüedad media de los empleados (años)

	2016	2015	2014
Antigüedad media	9.5	9.67	9.36

Empleados por categorías profesionales y áreas geográficas

	2016		2015		2014	
	Número de empleados	% plantilla del área geográfica	Número de empleados	% plantilla del área geográfica	Número de empleados	% plantilla del área geográfica
Equipo gestor(*)	93	1.7	95	1.8	56	1
Mandos medios	1,181	21.2	1,157	21.4	1,162	21.4
Especialistas	1,322	23.7	1,186	22	1,143	21.1
Fuerza Ventas	1,345	24.1	1,370	25.4	1,318	24.3
Puestos Base	1,629	29.2	1,584	29.4	1,742	32.1

(*) Comité de Dirección y gerentes de unidad.

1. Selección, formación y desarrollo

Selección

G4-LA1, G4-LA9, G4-11

BBVA Continental garantiza un capital humano altamente calificado para el desarrollo de las actividades de la empresa. Para ello, aplica elevados estándares en los procesos de reclutamiento y selección de personal, lo que ha permitido evitar incidentes relacionados con temas delicados como corrupción o mal manejo de la información.

Las actividades de selección se desarrollan dentro de parámetros y políticas dirigidos a garantizar la igualdad de oportunidades y la atracción del talento, empleando al máximo todos los canales disponibles para identificar profesionales de excelencia.

La capacidad institucional de atracción del talento queda de manifiesto en los 29,223 currículos recibidos durante el 2016 y en las 1,273 altas por incorporación al Banco. El 42% de la plantilla está conformado por jóvenes menores de 30 años.

El Banco utiliza diversas fuentes de reclutamiento:

- Portal de Empleo BBVA.
- Ferias laborales (en formato presencial y virtual).
- Presencia en redes sociales.

Como parte de las herramientas de evaluación, se dispone de una plataforma online corporativa que permite la gestión y aplicación de pruebas. En el 2016 se alcanzó un total de 7,129 evaluados y 1,273 ingresos.

Formación y desarrollo

G4-LA11

Por constituir un elemento clave para el desarrollo de las personas, se invierte en actividad formativa un presupuesto de S/ 6,207,000, con una media de 53 horas por profesional. Esta actividad se distribuye en 51% de capacitación online y 49% presencial.

Otra variable importante que ayuda a medir la gestión formativa es el nivel de satisfacción de los colaboradores, que para el 2016 arrojó un puntaje de 4.29 sobre 5.00.

El Banco invierte en actividades formativas del talento un presupuesto de S/ 6,207,000, con una media de 53 horas por profesional.

Datos básicos de formación en BBVA Continental

	2016	2015	2014
Inversión en formación (en miles de soles)	6,207	4,896	4,547
Inversión en formación por empleado (en miles de soles)	1,114	740	718
Horas de formación por empleado	53.39	53.40	58.96
Satisfacción de la formación (sobre 5)	4.29	4.51	4.39
Empleados con formación (%)	92.64%	98.56%	91.5%

El modelo de formación ha sido fortalecido durante el 2016 con su extensión al mismo puesto de trabajo. Si bien es cierto que la intensidad de la formación blended (formación presencial + formación online) se mantiene alta, se hace necesario, en momentos en los que la empresa prioriza la incorporación de mejoras, herramientas y productos, mirar la capacitación con un alcance más amplio. Por ello, desde el 2015, el líder de las oficinas comerciales asume el reto de desempeñarse como formador en temas de orden comercial y de riesgos.

En línea con la estrategia institucional de convertirse en un banco digital, el área de Formación y Desarrollo emprende acciones para fortalecer en los colaboradores sus competencias relacionadas al mindset digital.

Desde el área correspondiente, los esfuerzos se centran en desarrollar habilidades formativas y de feedback en los gerentes de oficina. Posteriormente, como parte del proceso de implementación, se identifican los temas estratégicos y se diseña el material adecuado para que los gerentes los incorporen dentro de la dinámica de trabajo diario. Adicionalmente, cada programa de formación identifica entre los participantes los comportamientos objetivos por lograr. Por último, a través del jefe directo se hace un proceso de acompañamiento, feedback y reentrenamiento.

Asimismo, en línea con la estrategia institucional de convertirse en un banco digital, el área de Formación y Desarrollo ha asumido el reto de emprender acciones que permitan sensibilizar a los colaboradores para fortalecer sus competencias relacionadas al mindset digital, sobre todo en lo que concierne al autoaprendizaje, que se hace necesario ante la velocidad con la que ahora se llevan a cabo los negocios.

Otro aspecto importante para el desarrollo profesional es la realización anual de un proceso de catalogación, con el objetivo de evaluar el desempeño de cada colaborador durante dicho período mediante la asignación de escalas que describen su actuación y desenvolvimiento.

Se ha establecido que todos los jefes deben comunicar de forma transparente el resultado obtenido, lo cual propicia la confianza de los equipos y contribuye al compromiso jefatural de trabajar en la mejora continua del desempeño de los colaboradores a su cargo, bajo la premisa de ofrecer una línea de carrera adecuada.

Otro instrumento de evaluación y de fomento a la evolución de la línea de carrera es el denominado Skills, que permite comparar el perfil profesional de los colaboradores con el perfil funcional del puesto, sobre la base de las competencias definidas a nivel del Grupo. De esta manera se identifican fortalezas y oportunidades a través de un plan formativo.

Como medio para favorecer la transparencia en los criterios de promoción y su debida difusión, las posiciones disponibles se publican en Apúntate+, la herramienta de job posting interno. En el 2016, un total de 1,951 colaboradores utilizó la aplicación, se publicaron 450 posiciones y 338 profesionales optaron por ellas.

Dimisiones voluntarias de la plantilla (turn-over)(*) y distribución por género (%)

Tasa de rotación sobre total de plantilla	2016		Tasa de rotación sobre total de plantilla	2015		Tasa de rotación sobre total de plantilla	2014	
	Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres
18.1 %	17.3	18.9	15.8%	15.7	15.9	18%	16.2	19.7

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

Altas de empleados(*)

	2016	2015	2014
Altas de empleados	1,065	843	1,004

(*) Se incluyen las altas por consolidaciones.

Bajas de empleados

Jubilaciones y prejubilaciones	2016	2015	2014
Bajas incentivadas	87	69	61
Bajas voluntarias (dimisiones)	331	300	346
Otras	469	503	503

2. Diversidad y conciliación

En el 2016 prosiguió el desarrollo de las diez iniciativas corporativas concebidas en el Plan Global de Diversidad lanzado en el 2010 y ampliado en el 2014, centrado en tres vectores:

- Maternidad
- Desarrollo profesional
- Sensibilización

Se hicieron esfuerzos por seguir equilibrando las oportunidades entre hombres y mujeres. En el 2016, la presencia femenina en el equipo gestor alcanzó el 26%, lo que supone nueve puntos básicos más que el año anterior.

Por otro lado, el Banco brinda posibilidades de incorporación a personas con discapacidad, de la mano con organismos que fomentan la igualdad de oportunidades, como el Conadis y el Ministerio de Trabajo.

Asimismo, internamente se coordina con estas personas la orientación e implementación de mobiliario de trabajo, a través del médico ocupacional y del equipo de trabajo social.

En el 2016 prosiguió el desarrollo de las diez iniciativas corporativas concebidas en el Plan Global de Diversidad, centrado en tres vectores: maternidad, desarrollo profesional y sensibilización.

Distribución de los empleados por género y categoría profesional (%)

	2016		2015		2014	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Equipo Gestor*	74%	26%	73%	27%	82%	18%
Mandos medios	54%	46%	56%	44%	57%	43%
Especialistas	51%	49%	51%	49%	52%	48%
Fuerza Ventas	44%	56%	45%	55%	46%	54%
Puestos Base	44%	56%	46%	54%	44%	56%

(*) Comité de Dirección y gerentes de unidad.

Empleados por tipo de contrato y género (%)

	2016			2015			2014		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Fijos o indefinidos a tiempo completo	40.61	40.41	81.02	41.28	40	81.29	41.01	38.81	79.82
Fijos o indefinidos a tiempo parcial	0.00	0.02	0.02	0.00	0.02	0.02	0.00	0.02	0.02
Temporales	7.88	11.08	18.96	7.9	10.79	18.69	8.45	11.71	20.16

Diversidad en Comité de Dirección y gerentes de unidad

G4-EC6

Nación	Total
Argentina	1
España	4
México	2
Perú	85
Ecuador	1
Total	93

(*) El 1.7% de la plantilla corresponde a altos directivos (Comité de Dirección y gerentes de unidad).
 (*) Se entiende por altos directivos a los gerentes de primera y segunda línea.
 (*) Los miembros mencionados corresponden a los altos directivos de las operaciones en el Perú.

3. Compensación y remuneración

G4-LA13

Para los profesionales y el Grupo existe un modelo retributivo alineado con los intereses de los accionistas y supeditado a una gestión prudente.

Este modelo atiende a los siguientes principios:

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

El esquema remunerativo se adapta en todo momento a lo que establecen las normas legales aplicables e incorpora los estándares y principios de las mejores prácticas.

G4-LA13

La retribución se compone de dos partes claramente diferenciadas:

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

Compensación variable, que recompensa la creación de valor en cada una de las unidades que integran el Grupo, remunerando las aportaciones individuales, las de los equipos y la agregación de todas estas aportaciones. Está orientada a recompensar el logro de resultados individuales, grupales y organizativos, medidos a través de diversos indicadores.

Todos los colaboradores del Banco, trabajen a tiempo completo o parcial, acceden a los mismos beneficios, entre los que destacan el pago de escolaridad, seguro, aguinaldos y uniformes, además de vales de refrigerio, movilidad y descanso por duelo, entre otros.

El esquema remunerativo de BBVA Continental se adapta en todo momento a lo que establecen las normas legales aplicables e incorpora los estándares y principios de las mejores prácticas.

El área de Talento y Cultura se encarga de difundir los “Esquemas corporativos de compensación y valoraciones”, con el fin de detallar la gestión de estos procesos y su impacto en el desarrollo profesional de los colaboradores. La puesta en marcha de dichos esquemas permite fomentar la importancia del rol del jefe directo en la diferenciación y reconocimiento de su equipo.

4. Condiciones laborales

G4-11, G4-LA5, G4-LA6, G4-HR4

En el 2016, la gestión del área de Bienestar mantuvo su enfoque en cuatro líneas de acción:

- Mejorar el bienestar de los colaboradores y de sus familias.
- Potenciar los beneficios y facilidades existentes para los colaboradores.
- Diseñar nuevas acciones en función de las necesidades de los equipos.
- Difundir el importante portafolio de beneficios que el Banco ofrece a sus colaboradores.

Acorde con las disposiciones de ley, el Banco respeta la representación sindical y apuesta por la negociación colectiva en la búsqueda de puntos en común, el mantenimiento de un diálogo abierto y el establecimiento de un consenso en las decisiones. Todos los empleados están cubiertos por los convenios colectivos. La junta directiva del Centro Federado que gestiona el sindicato es elegida por sus asociados por un período de dos años.

G4-11

Datos básicos de salud laboral

G4-LA5, G4-LA6

	2016	2015	2014
Número de gestiones técnico-preventivas	269	300	326
Acciones preventivas para mejorar las condiciones laborales	856	502	282
Citaciones a exámenes de salud	83	6	5
Empleados representados en comités de salud y seguridad (%)	100%	100%	100%
Tasa de ausentismo	1.27%	1.25%	1.32%

El portal “Disfruta” es un espacio digital que da a conocer, a través de un único punto de acceso, todos los programas destinados a mejorar la calidad de vida de los profesionales y de sus familias. Desde su puesta en marcha ha recogido una media mensual de 1,852 accesos.

5. Voluntariado y social engagement

G4-S01

Como empresa socialmente responsable, BBVA Continental promueve el voluntariado corporativo, cuyo propósito es facilitar a los colaboradores la realización de acciones sociales. La línea de trabajo para el 2016 se orientó a continuar apoyando al programa Leer es estar Adelante, a niños en situación vulnerable y a instituciones vinculadas al tema de discapacidad. Gracias a la labor de unos 51 voluntarios, se alcanzó a beneficiar, en términos cuantitativos, unas 3,300 personas.

Las actividades más destacadas en el 2016 fueron:

- Apoyo en la Colecta Ponle Corazón.
- Apoyo en Noche de Arte
- Al cine con los niños del programa Leer es estar Adelante del CE 7224 Elías Aguirre de Villa el Salvador.
- Navidad con los niños del programa Leer es estar Adelante.
- Voluntariado en Cajamarca.
- Navidad con el Albergue de las Bienaventuranzas.

Al cierre del 2016, Voluntarios BBVA cuenta con 199 integrantes inscritos.

BBVA Continental respeta la representación sindical y apuesta por la negociación colectiva, mantener un diálogo abierto y establecer un consenso en las decisiones.

La línea de trabajo del Voluntariado BBVA en el 2016 se orientó hacia el apoyo al programa Leer es estar Adelante, a niños en situación vulnerable y a instituciones vinculadas al tema de discapacidad.

c. Sociedad

1. Impacto social

G4-EC1

El propósito y razón de ser de BBVA Continental es poner las ventajas de esta nueva era al alcance de todos, ya que considera que más que un banco es un motor de beneficios, lo que lo lleva a procurar impactar positivamente en la vida de las personas para construir relaciones de confianza.

El Banco es consciente de que el mayor impacto que genera proviene de su actividad principal: como intermediario financiero, capta recursos de familias, empresas y otros agentes, los que canaliza de forma eficiente a través del crédito a proyectos personales, empresariales y de carácter público, que mejoran el presente y el futuro individual y social.

5,178,350

clientes en 23
departamentos del país

El Banco tiene, asimismo, la capacidad de producir un notable impacto en los individuos y en los negocios. Por ello:

- Revierte sus ingresos a la sociedad en forma de sueldos y salarios a empleados, pagos a proveedores, impuestos o reparto de dividendos a los accionistas, riqueza generada para sus grupos de interés.

7,781

accionistas particulares que recibieron S/ 583,634,627.87 por concepto de remuneraciones en efectivo

5,570

empleados que recibieron 417,430 MM en sueldos y salarios

2,832

proveedores que facturaron 1,022 MM.

950 MM

en impuestos devengados y recaudados por la actividad de BBVA Continental

- Apoya a las pymes.

480,305

mil pymes apoyadas o financiadas por BBVA Continental.

6,814 MM

de financiación concedidos a pymes, microempresas y autónomos

- Apuesta por la transparencia y la educación financiera para conseguir ser el mejor banco en índice de recomendación.

1,464

personas han participado en programas de educación financiera

80%

de fichas de productos con criterios TCR

2.º

banco en índice de recomendación (IRENE)

El propósito y razón de ser de BBVA Continental es poner las ventajas de esta nueva era al alcance de todos.

- Cuenta con iniciativas al alcance de todos, no solo de unos pocos.

880,477

personas favorecidas por la inclusión financiera

1.8 MM

de personas beneficiadas por la Fundación Microfinanzas BBVA

1,300 MM

en microcréditos concedidos por la Fundación Microfinanzas BBVA

- Ofrece productos y servicios que hacen más fácil, cómoda y segura la vida de las personas, y les permiten tomar decisiones financieras correctas.

526,901

clientes gestionan sus finanzas a través de medios digitales

Además del impacto en los negocios, desarrolla programas sociales a través de iniciativas propias en el ámbito de la educación, o mediante sus fundaciones, que generan un impacto positivo en la sociedad y benefician a diferentes colectivos.

5,636,363

de soles destinados a programas sociales, el 0.42% del beneficio atribuido

21,303

beneficiarios del programa becas de integración

5,135,427

de soles destinados a programas de la Fundación BBVA.

Con el objetivo de minimizar el impacto medioambiental, cuenta con un Plan Global de Ecoeficiencia.

3%

de reducción del consumo de papel

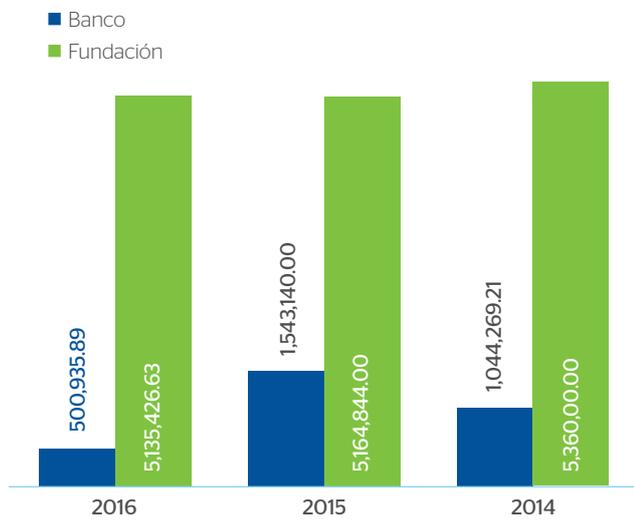
33%

de la plantilla trabaja en edificios con certificación ambiental

2. Inversión en programas sociales

Inversión en programas sociales

Apoyo a la comunidad

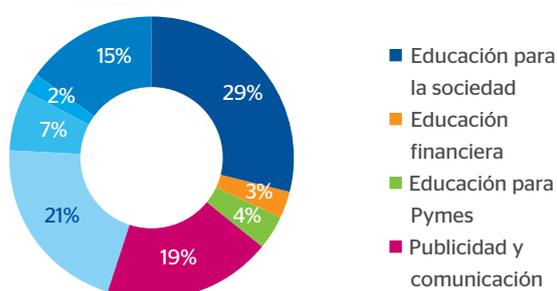


Apoyo a la comunidad: Recursos destinados por BBVA Continental y su Fundación

(Miles de soles)	2016	2015	2014
Por entidad			
BBVA Continental	500,935.89	1,543,140.00	1,044,269.21
Fundación BBVA Continental	5,135,426.63	5,164,844.00	5,360,000.00
TOTAL	5,636,362.52	6,707,984.00	6,404,269.00

En el 2016, la Fundación BBVA Continental realizó un aporte económico de S/ 5,135,426.63 distribuido en distintos rubros, lo que dejó un saldo de S/ 59,573.37, frente al presupuesto de S/ 5,195,000.00 calculado a principios del año. De esta manera, ha mantenido su apuesta por la educación con un porcentaje de 36% de la inversión.

Inversión en programas sociales por prioridades estratégicas 2016



Fase final de la construcción de hospital en Santiago de Chuco a través de Obras por Impuestos

G4-EC7

En el 2016, la edificación del hospital César Vallejo en la provincia de Santiago de Chuco, región La Libertad, ingresó en su fase final. La ejecución del proyecto se lleva a cabo en el marco de la Ley N° 29230, conocida como “Ley de Obras por Impuestos”, a través de un consorcio integrado por BBVA Continental y Minera Barrick Perú, que incluye el total equipamiento del centro hospitalario, cuya categoría de II-1 lo convertirá en el más moderno de la región.

El moderno hospital, que ha demandado una inversión superior a los S/ 36,121,882.81, asumida en partes iguales por los integrantes del consorcio, ampliará la capacidad de atención de salud de la población de Santiago de Chuco y será de suma importancia para los vecinos de los distritos aledaños de la sierra de La Libertad.

BBVA Continental y Minera Barrick Perú edifican, en el marco de la “Ley de obras por impuestos”, el hospital César Vallejo en la provincia de Santiago de Chuco, en La Libertad, que incluye su equipamiento para una categoría II-1, que lo hará el más moderno de la región.

3. Educación financiera

La EF es una de las prioridades estratégicas del Plan de Negocio Responsable del Grupo BBVA y se articula a través del Plan Global de Educación Financiera. Su propósito es favorecer el desarrollo de habilidades que permitan a la persona tomar decisiones informadas para mejorar su bienestar en este tipo de temas y ser más consciente de los riesgos y oportunidades que existen.

Dada la importancia creciente de los negocios y de las pymes, que tienen un papel esencial en el desarrollo del tejido económico-empresarial de los países donde el Grupo BBVA está presente, y del Perú en particular, BBVA Continental dirige iniciativas destinadas a este colectivo. El propósito es, por un lado, fortalecer las capacidades de quienes desarrollan sus actividades económicas en estas organizaciones y, por otro, impulsar el crecimiento de la pequeña empresa, para lo cual se proporciona formación financiera, empresarial y de gestión a emprendedores cuyos proyectos generen impacto social y sean sostenibles.

Como parte del Plan de Negocio Responsable, el programa EF desarrolló en el 2016, por segundo año consecutivo, los talleres “Tu dinero, tu amigo”, dirigidos a personas recientemente bancarizadas, a las que se les brindó información oportuna para la mejora de su relación con el dinero y el buen uso de los principales servicios y productos que ofrece el sistema financiero.

Durante el 2016 el Banco realizó 55 talleres “Tu dinero, tu amigo”, con la participación de 1,464 personas integrantes de 26 empresas.

Los temas abordados en estos talleres fueron:

- Tarjetas de crédito
- Cuentas de ahorro
- Créditos hipotecarios

Las jornadas contaron con herramientas de apoyo, como videos y presentaciones en PowerPoint, cuyos textos motivadores permitieron un acercamiento con los participantes y facilitaron la comprensión de los conceptos. Los talleres, en los que un encargado exponía por una hora, generaron un espacio de consulta y conversación con los asistentes.

Durante el 2016 se realizaron 55 talleres, con la participación de 1,464 personas integrantes de 26 empresas, coordinados a través del área de Mundo Sueldo.

Principales indicadores de educación financiera

	2016	2015
Número de beneficiarios por el programa global de educación financiera	1,464	719
Adultos	1,464	719
Número de talleres de educación financiera	55	27

Educación y formación para los negocios

En su segundo año, el programa Camino al Éxito continuó brindando capacitación a empresarios del segmento pymes. En alianza con la escuela de negocios Centrum de la PUCP, se realizaron clases presenciales en las instalaciones de BBVA Continental.

Objetivos del programa

- Incrementar la competitividad de las pymes de alto crecimiento potencial mediante la capacitación y formación en la construcción de un proyecto sólido y consistente.
- Desarrollar y validar el modelo de negocio que permita el desarrollo sostenible de la empresa en el mediano y largo plazo, sustentado en acciones coherentes con la estrategia definida.
- Potenciar conocimientos y habilidades de dirección críticos desde una visión de innovación, sentido ético responsable y competitividad.

El tránsito de visitas a la web sección Perú superó las 50 mil. Postularon cerca de 1,700 empresarios, de los cuales 200 accedieron al curso presencial de 180 horas de capacitación impartida en tres módulos: proceso estratégico; operación y análisis de mercado, y asignación de recursos y ejecución.

Número de beneficiarios por el programa

	2016	2015
Curso presencial	200	150

En cuanto a la plataforma virtual, 3,156 empresarios pymes se matricularon, de los que 1,567 tomaron y concluyeron alguno de los cursos.

4. Emprendimiento

Fundación Microfinanzas BBVA

G4-EC8

En el marco de su compromiso con la inclusión financiera, en el 2007 se creó la Fundación Microfinanzas BBVA^(*), una entidad sin ánimo de lucro cuya misión es promover el desenvolvimiento económico y social, sostenible e inclusivo de las personas desfavorecidas, a través de las finanzas productivas responsables, su especialidad y metodología. Un modelo que ofrece a emprendedores vulnerables una atención personalizada, acercando a sus hogares-empresa una completa gama de productos y servicios bancarios, así como asesoría sobre la administración y gestión de sus pequeños negocios y capacitación.

Con el nombre “Midiendo lo que realmente importa”, la Fundación publica anualmente su Informe de Desempeño Social, que resume las principales magnitudes del impacto de su actividad en la vida de sus clientes, a nivel agregado en la región y en cada uno de los países en los que está presente. Este sistema de medición social ha sido destacado por la ONU y es referencia para el sector.

Desde su constitución, la Fundación ha desembolsado un volumen agregado de US\$ 8.246 millones a emprendedores de bajos recursos en América Latina para sus actividades productivas (2007-2016) y se ha convertido en una de las mayores iniciativas filantrópicas privadas en la región.

Durante el 2016, la Fundación, con más de ocho mil empleados, continuó trabajando para profundizar en las áreas más necesitadas, atendiendo a 1,8 millones de clientes.

Más de la mitad de los emprendedores a los que atiende son mujeres, lo que contribuye de manera directa a reducir la desigualdad de género. La misión y metodología de la Fundación han sido reconocidas en varias ocasiones por Naciones Unidas por su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de erradicación de la pobreza, igualdad de género, apoyo al crecimiento económico inclusivo y sostenible y al trabajo digno, entre otros.

Durante el 2016, el Consejo Económico y Social de Naciones Unidas (Ecosoc) concedió a la Fundación Microfinanzas BBVA el estatus consultivo, un reconocimiento por su labor en su ámbito de actuación: las microfinanzas para el desarrollo. Así, la Fundación podrá ser consultada por la ONU para orientar y recomendar acciones que contribuyan al desarrollo sostenible.

El Fondo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDG Fund) de Naciones Unidas ha renovado a la Fundación como miembro de su Grupo Asesor del Sector Privado para el período 2017-2019. Ya desde abril del 2015 era una de las 13 instituciones mundiales elegidas como miembros fundadores de este grupo asesor, que presta apoyo estratégico a la ONU para conseguir mejores resultados en desarrollo sostenible en coordinación con el sector privado.

Además, desde el 2016, la Fundación participa en el Panel de Alto Nivel sobre Empoderamiento Económico de la Mujer del Secretario General de las Naciones Unidas, que ha destacado a la Fundación como caso de estudio.

En el Perú, la Fundación Microfinanzas opera a través de Financiera Confianza, presente en todo el territorio peruano, siendo la institución microfinanciera con mayor alcance rural. Con el objetivo de mejorar la calidad de vida de personas de bajos ingresos que tienen dificultades de acceso a la banca formal, ofrece productos y servicios financieros y no financieros adaptados a sus necesidades y educación financiera. Al cierre del 2016 atendía a 468,902 personas, el 25% de las cuales vive en zonas rurales. El 49% de sus clientes lo conforman mujeres.

(*) La Fundación Microfinanzas BBVA nace de la Responsabilidad Corporativa del Grupo BBVA, pero como entidad sin ánimo de lucro es autónoma tanto en su gobierno como en su gestión. Por ello, cabe enfatizar que no forma parte del grupo financiero BBVA, y por lo tanto el Grupo BBVA no gestiona ni responde de la actividad desarrollada por la Fundación o por las entidades financieras que la Fundación adquiera para el cumplimiento de sus fines.

Entre 2007 y 2016, la Fundación Microfinanzas BBVA se ha convertido en una de las mayores iniciativas filantrópicas privadas en América Latina, habiendo desembolsado US\$ 8.246 millones a emprendedores de bajos recursos.

Financiera Confianza también brinda educación financiera a los emprendedores a través de su crédito grupal Palabra de Mujer y de su programa Ahorro para Todos, un innovador proyecto que fue destacado en el informe “La universalidad y los ODS: Una perspectiva empresarial”, publicado por el Fondo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDG Fund) de Naciones Unidas, en noviembre del 2016.

En el 2017, la Fundación continuará trabajando para profundizar en su escala y alcance, con una propuesta de valor ampliada que asegure el desarrollo y progreso de sus emprendedores a través de soluciones tecnológicas, además de mejorar la eficiencia, los procesos y el aprovechamiento de las sinergias.

5. Conocimiento, ciencia y cultura

Educación para la sociedad

El compromiso de la Fundación BBVA Continental está dirigido al desenvolvimiento de proyectos educativos y culturales para beneficio de la sociedad. Los programas realizados en el campo de la educación durante el 2016 le permitieron atender a un total de 22,472 personas.

FS16

	2016		2015		2014	
	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos
Educación infantil y primaria	21,303	85,212	23,012	92,048	25,149	100,596
Formación para adultos(*)	1,702	n. a.	168	n. a.	28	n. a.
Total	23,005	85,212	23,180	92,048	25,177	100,596

(*) En el 2016 este rubro estuvo conformado por los becarios de pregrado de la PUCP (16), los empresarios que cursaron el programa Camino al Éxito (200), los asistentes a los talleres de educación financiera (1,464) y el Patronato de la Universidad del Pacífico (22).

Las siguientes acciones destacan en el rubro de educación:

Programa Leer es estar Adelante

El 2016 fue un año muy significativo para este programa. En su noveno período de existencia inició la atención de una décima región: Huancavelica. Esta importante incorporación fue posible gracias a la empresa Perú LNG, que financió la participación de seis escuelas con un total de 287 alumnos que se agregaron al colectivo que se viene atendiendo en Ayacucho desde el 2014.

Durante el mes de diciembre se presentó el programa a los representantes de Hunt Oil Dallas, Lindsay Knutson, y de Perú LNG, Julio Rojas y Alberto Sommaruga, que comprendió una visita guiada a las escuelas de la región Ayacucho. Los visitantes destacaron las bondades del programa y el impacto positivo que viene generando en la población de sus zonas de operación.

Dentro de las actividades destacables del 2016 estuvo la presentación del libro Leer es estar Adelante, que reúne información del programa en sus nueve años de ejecución. La publicación, que contó con la participación del ministro de Educación, Jaime Saavedra, recoge no solo la estrategia y estadísticas, sino también la experiencia de docentes y niños que a través de crónicas dan testimonio de lo que el programa ha representado para ellos durante su participación.

Presencia en la comunidad académica: En el campo de la investigación, el programa ha sido motivo de estudio para Juliana Ramírez Lozano, quien desarrolló la tesis “La buena comunicación en los programas de responsabilidad social – El programa Leer es estar Adelante”, para lograr la maestría en gestión de la inversión social en la PUCP, y para Jazmín Leandro Kato, quien con su tesis “Percepciones docentes sobre la comprensión de lectura” obtuvo la licenciatura en psicología, con mención en psicología educacional, también por la PUCP.

Por su parte, Karim Boccio Zúñiga y Rosario Gildemeister Flores presentaron “Programa Leer es estar Adelante: evaluación de la comprensión lectora a través de un estudio longitudinal”.

En el 2016 la Fundación BBVA Continental incursionó en una décima región, Huancavelica, gracias a la empresa Perú LNG, que financió la participación de seis escuelas con un total de 287 alumnos.

Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP) y Fundación BBVA Continental, 2016. (Documento de Trabajo, 226. Serie Educación, 10).

Un hecho significativo ocurrió durante el Seminario Nacional de la Sociedad de Investigación Educativa Peruana (SIEP), realizado los días 10, 11 y 12 de noviembre en la ciudad de Ayacucho. Como parte de las actividades de difusión, se planteó la propuesta de mesa temática “Percepciones y condiciones asociadas al desempeño de los docentes que participaron del programa Leer es estar Adelante”, que tras su evaluación por la comisión del seminario fue aceptada y contó con los comentarios de Sandra Carrillo.

Tres ponencias se presentaron en la mesa:

- “Cambio e interdisciplinariedad: 10 años del componente de capacitación y acompañamiento del programa Leer es estar Adelante”, por Jenny Ramírez y Alicia Quevedo.
- “¿Quién no quiere que sus niños aprendan a leer?: percepciones docentes sobre la implementación exitosa del programa Leer es estar Adelante”, por Sayuri Leandro Kato.
- “Repensando los factores que afectan la práctica docente: el caso de 12 docentes de un colegio del programa Leer es Estar Adelante”, por Maite Bustamante de Almenara.

De otro lado, Rebecca Stone, investigadora del American Institutes for Research, se comunicó con la Fundación para solicitar información sobre la experiencia. Se le proporcionó un dossier que ha pasado a formar parte de la base de datos que esta institución tiene para el uso de investigadores y estudiantes.

El American Institutes for Research es una entidad estadounidense dedicada a la investigación en ciencias sociales que en asociación con la consultora Juárez and Associates lidera el LAC READS-Capacity Program (LCRP), cuyo objetivo es mejorar la escala y sostenibilidad de las intervenciones de lectura de los primeros grados escolares en la región de Latinoamérica y el Caribe. Para lograrlo, desarrollan recursos de conocimiento y provisión de asistencia técnica con el fin mejorar los esfuerzos e impulsar los resultados de lectura. Han realizado, igualmente, una revisión sistemática de la evidencia en torno a la lectura temprana (desde el nacimiento hasta el tercer grado) en los últimos 25 años en la región.

Principales indicadores del programa

	Inversión 2016	Número de becarios	Beneficiarios indirectos ⁽¹⁾	Número de voluntarios ⁽²⁾	Número de aliados ⁽³⁾
Perú	S/ 862,057.52	21,303	85,212	199	9

(1) Dato calculado sobre la base del número promedio de integrantes de una familia (Fuente: INEI).

(2) Corresponde a los Voluntarios BBVA Continental.

(3) Incluye: IEP, Unidades de Gestión Educativa de Huamanga, Gobierno Regional de Huancavelica y todos los socios privados.

En el campo de la atención a los jóvenes estudiantes, el convenio de Becas de Pregrado con la PUCP cumplió en el 2016 diez años de atención. Sus actuales 16 beneficiarios de estas becas integrales cursan estudios en las carreras de economía, ingeniería industrial, comunicación para el desarrollo, diseño gráfico, gestión y alta dirección, gestión empresarial y teatro.

La Fundación es, además, miembro del Patronato de la Universidad del Pacífico, cuyo objetivo es apoyar el desarrollo de importantes programas de capacitación pedagógica con las universidades nacionales del país, para lo que promueve la participación de sus catedráticos más destacados. Durante el 2016, el Patronato realizó las siguientes actividades, con la participación de 22 docentes:

- II Curso de didáctica y herramientas financieras, contables y tributarias.
- Financiamiento de becas de maestría en gestión de la inversión social.
- Participación de dos docentes en el Estudio de impacto del II Curso de didáctica y herramientas financieras, contables y tributarias.
- V Conferencia académica del PIE “Innovación y educación”.

Los 16 beneficiarios actuales del convenio de Becas de Pregrado con la PUCP, que en el 2016 cumplió diez años de atención, cursan estudios de economía, ingeniería industrial, comunicación para el desarrollo, diseño gráfico, gestión y alta dirección, gestión empresarial y teatro.

Fundación BBVA Banco Continental

El trabajo de la Fundación en el campo de la difusión y promoción del arte y la cultura se vio reflejado en las diversas acciones y programas que auspició y patrocinó, tanto en Lima como en provincias. Las casonas de Arequipa, Trujillo y Cusco fueron una manifestación de ese esfuerzo constante.

La Casa Tristán del Pozo, en la ciudad de Arequipa, mantuvo su habitual programa, con la sala de exposiciones permanente “Pedro Brescia Cafferata” recorrida por 35,824 visitantes. En el mes de diciembre, se realizaron en ella cinco conferencias y un cóctel como parte del Hay Festival, encuentro internacional que promueve la cultura y el debate de ideas para todos los públicos de las artes y las ciencias, a través de eventos inclusivos, accesibles y lúdicos.

La programación comprendió charlas, talleres, conciertos y lecturas con expertos internacionales en literatura, ciencia, cine, música, derechos humanos, periodismo, etc. El festival creó una atmósfera privilegiada para la celebración de lo mejor de las producciones culturales y científicas, así como para el intercambio, el diálogo y el pensamiento crítico.

En Trujillo, la Casa de la Emancipación, principal centro promotor de las artes en esa ciudad, acogió seis exposiciones de manifestaciones artísticas como fotografía, pintura, arquitectura, caricatura e instalación. Asimismo, el patio fue escenario para la proyección de películas en el marco del Festival de Cine de Lima, lo que convocó un ingente público.

En el Cusco, el Museo de Arte Precolombino, ubicado en la Casa Jerónimo Luis de Cabrera, continuó recibiendo visitantes nacionales y extranjeros, quienes llegaron atraídos por el valor artístico e histórico de las piezas que se exhiben en sus diez salas de exposiciones.

Casonas	Número de visitas anuales
Casa Tristán del Pozo - Arequipa	35,824
Casa de la Emancipación - La Libertad	96,350
Casa Jerónimo Luis de Cabrera - Cusco	23,875

Cultura

En el aspecto cultural, la Fundación participó activamente con el patrocinio de exposiciones como la de Ricardo Liniers, en el Museo de Arte Contemporáneo de Lima, donde se realizó una sesión de pintura en vivo a cargo del historietista argentino. Durante su estadía, el artista visitó la IE Javier Pérez de Cuéllar, en el distrito de San Juan de Lurigancho, donde dictó una clase maestra a los niños que cursan el sexto grado de primaria.

La exposición Noche de Arte, que anualmente reúne lo mejor del arte peruano, fue acogida nuevamente en la sede institucional del Banco, que por cuatro días se convirtió en una verdadera galería de arte con más de 400 obras en exposición.

En la Feria Internacional del Libro de Lima, que con 580 visitantes fue nuevamente el encuentro cultural de mayor convocatoria del país, la Fundación tuvo una presencia destacada, tanto con la exposición-venta de libros de su fondo editorial como en el “Auditorio Blanca Varela”, inaugurado para esta versión y donde se presentaron escritores nacionales y extranjeros, como el Premio Nobel Jean-Marie Le Clézio.

Otro acontecimiento cultural auspiciado por la Fundación fue la Temporada de Ópera y Zarzuela, cuyo programa está a cargo de la Asociación Cultural Romanza. Los montajes se realizaron en el Teatro Municipal de Lima y en el Gran Teatro Nacional y las piezas presentadas fueron “Pagliacci-Black el payaso” y “Turandot”.

Las obras de teatro montadas por la Asociación Cultural Plan 9 y la Asociación Cultural de Artistas Unidos (ACAU) fueron también nuevamente patrocinadas por la Fundación, entre ellas “Lo que nos faltaba”, “Vanya y Sonia y Masha y Spike”, “La casa limpia”, “Love & Chill”, “Teresa Raquin”, “Contracciones” y “La estación de la viuda”.

La Fundación difundió y promovió el arte y la cultura tanto en Lima como en provincias, donde las casonas de Arequipa, Trujillo y Cusco fueron una manifestación de ese esfuerzo constante.

La Fundación tuvo asimismo presencia en la nutrida cartelera de actividades del Centro Cultural de la PUCP, donde a lo largo del año se realizaron obras de teatro, exposiciones de arte, la vigésima versión del Festival de Cine de Lima y la tercera edición del Festival de la Palabra, además de cursos dirigidos a la comunidad.

Como cierre del año, y en el marco del Hay Festival en Arequipa, la Fundación ofreció un cóctel en el que se premió a los ganadores del concurso de microrrelatos organizado por el diario El Comercio, participando además con dos mesas: “Leyendo en la era 2.0” y “Leer poesía en la era digital”. En este mismo escenario se llevó a cabo la presentación del proyecto www.encuentratupoema.pe, cuyo fin es promover la creación poética de escritores peruanos a través de audiopoemas que pueden ser descargados de manera gratuita por el público en general.

Pensemos bien

El manifiesto “Pensemos bien”, establecido por la Fundación en el 2015, se vio reforzado en el 2016 con la presentación de tres charlas que llevaron el mismo nombre. La primera contó con la participación del historietista argentino Ricardo Liniers; la segunda, permitió la presentación de la experiencia del director de la productora Tondero, Miguel Valladares, en tanto que la tercera, en el mes de noviembre, consistió en un conversatorio entre la bailarina Vania Masías, directora de la Asociación Cultural D1, y la actriz Wendy Ramos, directora de la Asociación Bola Roja.

Auspicios y donaciones

A lo largo del 2016, la Fundación continuó con su programa de apoyo a las siguientes instituciones benéficas sin fines de lucro:

- Fundación Peruana de Cáncer (Colecta “Ponle Corazón”).
- Asociación de Hogares Nuevo Futuro Perú.
- Asociación Cultural D1 - Espacio La Victoria.
- Fondo Social Michiquillay.
- Asociación del Voluntariado Puericultorio Pérez Aranibar.
- Hospital Militar (rehabilitación de pacientes VRAEM).
- IE Lord Byron - Arequipa.
- IE N° 40103 Libertadores de América - Arequipa.
- IE N° 38051 Qasanqay - Ayacucho.
- Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana.

Actividades institucionales

G4-EC8

El compromiso con el desarrollo de las principales regiones del país marcó el paso de las actividades institucionales de BBVA Continental durante el 2016. En la ciudad de Trujillo, su directorio, presidido por Alex Fort Brescia, cumplió una sesión extraordinaria y participó en una reunión con los principales clientes locales, a propósito de la inauguración de la muestra fotográfica “Retratos peruanos”, del artista español Baldomero Pestana.

El encuentro con clientes en Trujillo se llevó a cabo en la histórica Casa de la Emancipación, que debe su nombre al papel que cumplió en la independencia del Perú y que participa del programa de preservación del patrimonio arquitectónico de la Fundación BBVA Continental. Por otro lado, el Comité de Dirección, encabezado por el director gerente general, Eduardo Torres-Llosa, se trasladó a la ciudad de Arequipa, donde sostuvo una importante reunión de trabajo. Asimismo, el Banco ofreció un cóctel exclusivo para clientes en la histórica Casona Tristán del Pozo, patrimonio emblemático de la Ciudad Blanca que es preservado por la Fundación.

En otro aspecto de sus actividades institucionales, BBVA Continental realizó cuatro eventos “Coyuntura, reunión para ejecutivos”, que tuvieron como principal característica ofrecer a los clientes información relevante sobre temas económicos y de actualidad. Del mismo modo, el área de Corporate and Investment Banking organizó, en la Sede Central, seis almuerzos exclusivos para sus principales clientes corporativos. A estas reuniones también fueron invitados líderes de opinión, quienes expusieron sobre temas económicos, sociales y políticos.

El compromiso con el desarrollo de las principales regiones del país marcó el paso de las actividades institucionales de BBVA Continental durante el 2016.

En cuanto a intercambio de conocimientos, la unidad BBVA Research Perú elaboró 80 publicaciones económicas durante el 2016, todas alojadas en su web, que generaron gran repercusión en diferentes medios de comunicación.

En total, el equipo de BBVA Research participó en 210 intervenciones públicas sobre temas de análisis macroeconómico, financiero y sectorial. Desde una perspectiva geográfica, los documentos publicados cubrieron asuntos vinculados a las economías de Perú y Paraguay, así como los impactos del entorno económico mundial sobre estos dos países. Todos los textos se redactaron en castellano, pero dado el enfoque global de BBVA Research, algunos de ellos también se presentaron en inglés.

La revista Situación Perú, que aborda trimestralmente el análisis de la economía peruana, y semestralmente la de Paraguay, siguió tomando el pulso a los desarrollos de ambos países. En algunas ocasiones se utilizó videos para apoyar la difusión de estos informes de una forma más didáctica, con el fin de llegar a la mayor cantidad de público posible. Los informes elaborados por el equipo peruano continuaron ofreciéndose de manera gratuita en la página web de BBVA Research, aprovechando una nueva plataforma de publicación para cumplir su compromiso social y atender la transformación digital.

6. Contribución fiscal

BBVA Continental está comprometido con la transparencia en el pago de tributos y, movido por ese compromiso, desglosó voluntariamente su contribución fiscal total.

En la contribución fiscal total del Grupo BBVA (Informe Total Tax Contribution - TTC), que sigue una metodología creada por PricewaterhouseCooper (PwC), se incluyen los pagos, tanto propios como de terceros, por el impuesto sobre sociedades, I.V.A., tributos locales y tasas, retenciones por I.R.P.F., seguridad social, así como los pagos realizados durante el ejercicio por litigios fiscales relativos a los mencionados impuestos. Es decir, se incluyen tanto los impuestos relacionados (aquellos que suponen un coste para las sociedades e impactan en sus resultados) como los impuestos que estas ingresan por cuenta de terceros. El Informe Total Tax Contribution proporciona a todas las partes interesadas la oportunidad de comprender el pago de impuestos del Banco y representa un enfoque con visión de futuro, así como una clara correspondencia con la responsabilidad social corporativa, asumiendo una posición de liderazgo en la transparencia fiscal.

BBVA Continental está comprometido con la transparencia en el pago de tributos y, movido por ese compromiso, desglosó voluntariamente su contribución fiscal total.

Contribución fiscal total

En millones de soles

G4-EC1

2016			2015			2014		
Impuestos propios	Impuestos de terceros	Contribución total	Impuestos propios	Impuestos de terceros	Contribución total	Impuestos propios	Impuestos de terceros	Contribución total
783	167	950	828	263	1,091	596	231	828

(*) Tipo de cambio promedio durante el 2016: S/ 3.6035.
Alcance: Grupo BBVA.

7. Medio ambiente

G4-EN1, G4-EN3, G4-EN5, G4-EN6, G4-EN8, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19, G4-EN23, FSI

Como entidad financiera, BBVA Continental ejerce una destacada influencia sobre el medio ambiente a través del consumo de recursos naturales y emisiones generadas y, muy especialmente, a través de los productos y servicios que ofrece, sobre todo aquellos relacionados con sus actividades de financiación, gestión de activos y cadena de suministros.

El compromiso del Banco con el medio ambiente está reflejado en su política medioambiental de alcance global. Ha suscrito los principales acuerdos internacionales al respecto, como la Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI), los Principios de Ecuador, los Principios de Inversión Responsable (PRI) y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Ecoeficiencia

La política medioambiental de BBVA Continental recoge el compromiso del Grupo respecto de la gestión responsable de los recursos naturales. La principal expresión de este compromiso es el Plan Global de Ecoeficiencia (PGE), que estableció los siguientes objetivos por cada empleado para el período 2013-2015:

- Reducción del 6% en las emisiones de CO₂.
- Reducción del 3% en el consumo de papel.
- Reducción del 3% en el consumo de agua.
- Reducción del 3% en el consumo de electricidad.
- Un 33% de personas trabajando en edificios y oficinas con certificación ambiental.

Además de esta iniciativa, el plan establece controles de la generación de residuos en insumos como papel, tóneres, aparatos eléctricos y otros remanentes en todo el ámbito del Grupo BBVA.

Principales indicadores del PGE⁽¹⁾

	2016	2015	2014
Personas trabajando en edificios certificados (%) ⁽²⁾	43%	32%	0%
Emisiones CO ₂ por empleado (T)	1.58	1.46	1.44
Consumo de papel por empleado (kg)	65.74	64.65	59.57
Electricidad consumida por empleado (MWh)	6.457	6.633	6.952
Consumo de agua por persona (m ³)	31.94	31.35	32.98

(1) Incluye empleados del Banco.

(2) Incluye certificaciones ISO 14001 y LED. Alcance: Grupo BBVA (2012: Banco).

Durante el 2014 y el 2015 el Banco adoptó diversas medidas en el marco del PGE para la reducción de la huella ambiental, que incluyen, entre otras, iniciativas para el consumo energético eficiente, implantación de energías renovables, utilización de nuevas tecnologías para el ahorro energético, auditorías energéticas en los edificios y racionalización de recursos para hacer más eficiente la infraestructura, dentro de un nuevo concepto de "oficina verde".

En el 2016 se continuó adoptando medidas similares, como la aplicación de horarios controlados para las áreas de Servicing según la estación del año, instalación de interruptores horarios en 246 oficinas (Lima y Provincias), revisión de las tarifas eléctricas actuales en la Red de Oficinas con la adjudicación del servicio de asesoría especializada, para la que se desarrolló una reunión inicial en noviembre con la entrega de recibos de energía (luz). Se obtuvo, asimismo, la certificación Uptime Institute en sostenibilidad de operaciones, categoría Gold, que abarca, entre otros rubros, la administración eficiente de la energía.

De otro lado, se realizaron mejoras en los servicios higiénicos en 217 oficinas en Lima, con la finalidad de reducir el consumo de agua.

El compromiso del Banco con el medio ambiente está reflejado en su política medioambiental de alcance global.

Entre las iniciativas de aplicación constante están, entre otras, el reciclado de cartuchos de tóner y de papel, así como el control del consumo de este, para lo cual en el 2016 se adoptó una serie de medidas. En septiembre, una campaña de reducción de gastos encontró que algunas unidades de la Sede Central contaban con papel en exceso, por lo que se procedió a bloquear la distribución, con el siguiente resultado: 1,946 resmas de papel menos, en comparación con el mes anterior. El ejercicio sirvió para sincerar y actualizar el volumen de papel necesario.

Adicionalmente, a lo largo del año se realizó la campaña Experiencia Única de Ordenamiento y Sensibilización que, entre otros temas, comprendió: a) Sede Central - Campaña Clean Day; b) Sucursales (Oficinas) de Lima y Provincias - Campaña Casa Limpia; con la tarea general de depurar documentos, papelería, recojo de mobiliario y equipos en desuso, residuos, etc.

Gestión ambiental

	2016	2015	2014	2013
1. Consumo de agua				
Total de agua consumida (m ³)	174,840.47	169,013.00	178,788.00	161,649.31
Agua consumida por empleado (m ³ /persona)	31.94	31.35	32.98	30.35
*El agua potable utilizada por el banco no se reutiliza ni se recicla debido a que el servicio es suministrado y controlado por empresas concesionarias del servicio público.				
2. Consumo de energía				
Total de energía directa (GJ) (Diésel)*	3,066.48	1,747.32	1,853.47	1,184.16
Energía directa por empleado (GJ)	0.56	0.32	0.34	0.22
Total de electricidad consumida (GJ)	127,247.74	128,752.51	135,677.14	139,072.62
*Durante el 2016 se incluyó el consumo de energía por GLP.				
3. Consumo de papel				
Total de papel consumido (T)	359.974	348.605	322.92	306.68
Total de papel consumido por empleado (kg)	65.74	64.65	59.57	57.57
Total de tóneres consumido (unidades)	0.00	44.00	10,341.00	13,611.00
Papel ecológico consumido	–	–	–	–
*El proceso de reciclaje de tóneres es derivado al proveedor, IRCSA, que se encarga de realizar el trámite de venta.				
4. Gestión de residuos				
Papel (kg)	20,315.00	17,202.00	9,387.00	13,038.00
Tóneres (kg)	370	615.85	3,680.00	5,137.00
Aparatos eléctricos y electrónicos (kg)	8,695.00	25,478.00	59,077.00	59,403.00
Papel ecológico consumido	–	–	–	–
*El proceso de reciclaje de equipos electrónicos es derivado al proveedor, IRCSA, que se encarga de realizar el trámite de venta.				
5. Emisiones atmosféricas				
Total de CO ₂ emitido (t)	8,630.20	7,883.08	7,277.99	7,943.92
Emisiones directas CO ₂ (t) ¹	439.95	360.71	343.39	294.93
Emisiones indirectas CO ₂ (t) ²	8,190.25	7,522.37	6,934.61	7,648.99
1 Incluye el CO ₂ por el consumo de diésel, GLP y viajes con vehículos propiedad del Banco. 2 Incluye el CO ₂ por el consumo de energía eléctrica y viajes en avión realizados por personal del Banco.				
6. Videoconferencias				
Videoconferencias	1,644	1,078	1,107	733
Telepresencias	39	27	51	53
Salas equipadas con videoconferencias	9	9	9	9

d. Proveedores

G4-13, G4-12, G4-EC9, G4-EN32, G4-EN33, G4-EN34, G4-LA14, G4-LA15

Compras responsables

La relación de BBVA Continental con sus proveedores se rige por el Código de Conducta del Grupo y se sostiene en el respeto a la legalidad, integridad, concurrencia, objetividad, transparencia, creación de valor y confidencialidad.

BBVA Continental aspira a que los proveedores compartan los estándares del Banco en materia social y medioambiental, así como los valores impulsados por el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

En ese sentido, desde el 2012 se cuenta con una política de compras responsables, cuya finalidad es fomentar los aspectos sociales y medioambientales en la relación con los proveedores.

En el marco de esta política, las actuaciones con los proveedores en el 2016 se enfocaron en:

- Mayor contacto con empresas de economía social (centros especiales de empleo), con el objetivo de evaluar sus capacidades y su eventual homologación como proveedores.
- Inclusión de cláusulas de responsabilidad social en los contratos y pliegos de condiciones a partir del 2016.
- Inclusión de cláusulas de cumplimiento por parte de los proveedores en los contratos. Estas deben concordar con la legislación vigente en materia de integración social de las personas con discapacidad.

Datos básicos de proveedores

	2016	2015	2014
Número de proveedores ⁽¹⁾	2,832	2,501	2,927
Volumen facturado por proveedores (en millones de soles)	1,022	970	899
Número de proveedores homologados ⁽²⁾	474	220	245

(1) Se considera a proveedores que han facturado al Banco. Considerar Importe sin impuestos.

(2) Proveedores con homologación vigente al 2016.

Mayormente, el Banco suscribe contratos con proveedores de intermediación laboral, contratistas de obra, proveedores de tercerización de servicios y de compra de bienes, entre otros. Según el rubro, las compras se efectúan con proveedores locales y no domiciliados. El 98.01% de los proveedores es nacional, cifra que representa el 87.72% de la facturación del Banco.

En cuanto a la cadena de suministro, la adquisición de bienes y las contrataciones de servicios se rigen por los Principios de Aplicación a los Intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento (IPA) de BBVA Continental, que recupera las directrices recogidas en el Código de Conducta y afecta a todos los involucrados en el proceso de aprovisionamiento del Grupo BBVA.

El contenido de los principios IPA es aplicable a los países miembros de unidades que participan en el proceso de aprovisionamiento en cualquiera de las entidades que conforman el Grupo BBVA, y vincula a todas las personas que desarrollan su trabajo en dicho proceso.

En el 2016 no hubo cambios significativos en la estructura de la cadena de suministro de BBVA Continental. Tampoco en la localización de los proveedores de otras áreas.

No se ha detectado ningún impacto negativo relacionado con prácticas laborales, derechos humanos o aspectos sociales y ambientales en la cadena de suministro.

BBVA Continental aspira a que los proveedores compartan los estándares del Banco en materia social y medioambiental, así como los valores impulsados por el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Mayormente, el Banco suscribe contratos con proveedores de intermediación laboral, contratistas de obra, proveedores de tercerización de servicios y de compra de bienes, entre otros.

	2016	2015	2014
Plazo medio de pago a proveedores en número de días(*)	26	30	31

(*) Este plazo medio representa la diferencia entre la fecha de emisión del comprobante y la fecha de abono a la cuenta del proveedor. Este método de cálculo es el más exigente, pues el proveedor puede haber emitido su comprobante, pero sin presentarlo para efectuar el pago correspondiente. Para este 2017 se está revisando y adecuando la plataforma digital para mejorar este proceso.

Encuesta de satisfacción de proveedores

Con el fin de medir el grado de satisfacción de los proveedores, BBVA Continental los invita a participar en una encuesta bienal. La última se llevó a cabo en el 2015.

Índice de satisfacción de proveedores

	2016	2015	2014
Perú	n.a.	82	79

Homologación de proveedores

G4-LA16, G4-HR10, G4-SO9

BBVA Continental realiza un proceso de homologación para los proveedores recurrentes –los que presentan mayor volumen de compras– en el que se evalúan seis aspectos:

1. Situación financiera y obligaciones legales
2. Capacidad operativa
3. Gestión de la calidad
4. Seguridad, salud y medio ambiente
5. Gestión comercial
6. Responsabilidad social

La homologación consiste en valorar la capacidad productiva, técnica, financiera, jurídica y comercial requerida por el Grupo BBVA. Así se garantiza el cumplimiento de los compromisos contratados y se verifica que los proveedores compartan los valores del Grupo en materia de responsabilidad social.

	2016	2015	2014
Número de proveedores que han pasado por el proceso de homologación	477	220	245
Compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación (%) ⁽¹⁾	16.8%	9%	8%
Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación ⁽²⁾	3	7	3

(1) Se considera el % de proveedores homologados con respecto al total de proveedores que han facturado.

(2) En el 2016 se consideran también aquellos proveedores que están en proceso de homologación.

Global Procurement System (GPS)

Se trata de una plataforma tecnológica global que da soporte a todas las fases del proceso de aprovisionamiento en el Grupo BBVA (elaboración de presupuestos, compras y finanzas).

El portal de proveedores Adquira Market Place opera desde el 2013 con la plataforma GPS, que permite la interacción online entre empresas del Grupo y sus proveedores, a través de un entorno colaborativo que cubre los principales escenarios del proceso de aprovisionamiento: desde la emisión de pedidos hasta el registro de las prefacturas. Igualmente, posibilita el intercambio electrónico de documentos, de modo que se evita el gasto de papel.

Luego del piloto del proyecto Adquira Market Place, en el que participaron diez proveedores de servicios (gasto) y suministros de bienes (inversión), a partir del 2016 se inició la inclusión por etapas de los demás suministradores. Actualmente, se cuenta con 36 proveedores subidos a la plataforma, en una fase previa al proyecto que permitirá llevar el proceso de aprovisionamiento hasta el registro de la factura electrónica.

En línea con la estrategia digital del Banco, en septiembre del 2016 se puso en marcha el Portal de Proveedores, lo que le permite la relación electrónica con estos y que consta de dos entornos colaborativos: público y privado. En una primera etapa, en el Perú se ha lanzado únicamente el entorno público (<https://suppliers.bbva.com>), a través del cual:

- BBVA facilita información general sobre el proceso de aprovisionamiento y otros aspectos relevantes de su modelo de compras.
- Las empresas y autónomos que quieran ofrecer sus productos y servicios al Banco pueden registrarse y mantener actualizados sus datos.

Asimismo, en el 2016 se inició el proyecto de catálogo electrónico. En el modelo global de aprovisionamientos del Grupo BBVA se incorporará la herramienta de Aprovisionamiento por Catálogo (ApC), cuyo acceso será online y servirá para presentar solicitudes de aprovisionamiento en toda la organización, Red de Oficinas y Sede Central. Esta herramienta permite solicitar el abastecimiento de material sobre la base de las necesidades de cada unidad. Se prevé tenerla en funcionamiento para mayo del 2017.

En línea con la estrategia digital del Banco, en septiembre del 2016 se puso en marcha el Portal de Proveedores, lo que permite la relación electrónica con estos.

Criterios y estándares de la información

G4-22, G4-23, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31, G4-32, G4-33

Desde el 2005, BBVA Continental elabora un Informe de Banca Responsable (IBR) que recopila la información sobre las diferentes actividades que se realizan en cada una de sus unidades de negocio. El informe incluye datos comparativos referentes a los años 2014, 2015 y 2016 e indica su alcance; si por algún caso ocurrieran modificaciones de los datos históricos debido a cambios en los indicadores, se acompaña la explicación respectiva.

La información contenida en el presente documento abarca a todas las oficinas del Banco a nivel nacional, con excepción de las empresas subsidiarias.

Por otro lado, debe señalarse que este informe ha sido elaborado siguiendo, completa y detalladamente, la Guía para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI G4), con un nivel exhaustivo, de la que se incluye información relativa a los contenidos básicos, generales y específicos, así como del suplemento financiero del que se ha dispuesto información para su publicación.

Este documento no consolida información social ni medioambiental de los negocios conjuntos, las cuales se integran en las Cuentas Anuales por el método de la participación. La participación más significativa de esta naturaleza es "garanti".

El informe incluye un análisis de materialidad que permite identificar cuáles son los asuntos relevantes para los grupos de interés sobre los que se reporta. El foco de la actuación del Grupo BBVA en el 2016 estuvo en la transformación digital como estrategia, que tiene un impacto directo en la evolución de los negocios y en la relación con ellos.

En la redacción de este documento se siguen criterios de comunicación transparente, clara y responsable (TCR). Actualmente se procura una mayor integración de la información financiera y no financiera (también llamada ESG) dentro de la información corporativa, fruto de una estrecha colaboración entre las áreas de Global Accounting & Information Management, y de Responsabilidad y Reputación Corporativas.

Por último, cabe mencionar que el presente informe se complementa con la Memoria Anual 2016 del Banco y con la información publicada en el sitio web www.bbvacontinental.pe.

Principios para asegurar la calidad de la información

Los principios para la elaboración del IBR 2016 se adecuan, como ya se ha dicho, a las directrices de GRI G4, tanto en lo referente a la definición del contenido como a la calidad de la información:

Participación de los grupos de interés: BBVA Continental indica cuáles son sus grupos de interés y explica cómo han respondido a sus expectativas e intereses razonables.

Contexto de sostenibilidad: El IBR 2016 presenta el desempeño de la organización en el contexto más amplio de la sostenibilidad, considerando la información disponible.

Materialidad: El IBR 2016 aborda los aspectos concretos que reflejan los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización o que influyen de un modo sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

Exhaustividad: El IBR 2016 aborda los aspectos materiales y de cobertura que explican el impacto económico, ambiental y social de la actuación del Banco.

Equilibrio: BBVA Continental incluye en su IBR tanto los aspectos positivos como los negativos del desempeño, con el fin de propiciar una evaluación objetivamente fundamentada sobre la actuación general.

Comparabilidad: BBVA Continental presenta la información de manera consistente, de forma que los grupos de interés pueden determinar la evolución del desempeño respecto de otros años.

Precisión: La información es lo suficientemente precisa y detallada para que permita el análisis, por parte de los grupos de interés, sobre el desempeño de la organización.

Puntualidad: BBVA Continental presenta sus informes con arreglo a un calendario regular, para que sus grupos de interés puedan disponer de la información en el momento previsto y tomar decisiones bien fundamentadas.

Claridad: La información se presenta de modo que los grupos de interés a los que se dirige puedan acceder a ella y comprenderla adecuadamente.

Fiabilidad: La información se ha recopilado, registrado, compilado, analizado y presentado de modo que pudiera someterse a evaluación por parte de un auditor externo, en este caso la empresa Deloitte, que revisó dicha información según el alcance incluido en el informe. Las recomendaciones puestas de manifiesto en estos procesos de revisión son objeto de un plan de acción que aseguran su implementación.

Informe de revisión independiente



Deloitte & Touche S.R.L.
Las Begonias 441, Piso 6
San Isidro, Lima 27
Perú

Tel: +51 (1)211 8585
Fax: +51 (1)211 8586
www.deloitte.com/pe

Informe de Revisión Independiente del Informe de Banca Responsable 2016 del BBVA Banco Continental S.A.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión del Informe de Banca Responsable (IBR) del ejercicio 2016 del BBVA Banco Continental S.A., (en adelante el Banco), cuyo alcance se encuentra definido en el capítulo "Criterios y estándares de la información". Con base en el mismo, nuestro trabajo ha consistido en revisar:

- La adaptación de los contenidos del IBR a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de *Global Reporting Initiative (GRI)* versión 4.0 (G4), así como los indicadores y el suplemento del sector financiero propuestos en dicha guía, que fueron identificados como materiales por el Banco.
- La información, incluida en el IBR, sobre la ejecución de los proyectos sociales en el 2016 a cargo del Banco y la Fundación BBVA Banco Continental (en adelante la Fundación).

Cualquier información distinta a la descrita arriba e incluida en el IBR, no ha sido revisada como parte de nuestro trabajo.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo a las Normas Internacionales de Compromisos de Aseguramiento – NICA – que no son Auditorías o Revisiones de Información Financiera Histórica (*International Standard on Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*) – ISAE 3000, por sus siglas en inglés, – emitida por la Junta de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (*International Auditing and Assurance Standard Board – IAASB*).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Gerencia, así como a las diversas unidades del Banco que han participado en la elaboración del IBR y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Banco para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IBR 2016.
- Revisión de las actas de Junta de Accionistas y Directorio del ejercicio 2016, relacionadas a la Responsabilidad Corporativa del Banco.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IBR en función del entendimiento del Banco de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados y descritos en los capítulos "Criterios y estándares de la información" y "Materialidad y diálogo con grupos de interés" del IBR.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados y comprobación de la existencia, así como el alcance de políticas, sistemas y procedimientos relativos a Responsabilidad Corporativa.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IBR a los recomendados en la Guía G4 de GRI y comprobación que los indicadores materiales y del suplemento sectorial incluidos en el IBR se corresponden con los recomendados por dicha guía, indicándose aquellos no aplicables o no disponibles.
- Validación, mediante pruebas selectivas, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores principales GRI incluidos en el IBR 2016 y su adecuada compilación, a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Banco, así como en los resultados de los proyectos sociales ejecutados por el Banco y la Fundación.

Conclusiones

En el capítulo "Criterios y estándares de la información" sección "Indicadores GRI" del IBR 2016 se detallan los indicadores materiales revisados, las limitaciones en el alcance de la revisión y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos recomendados por GRI. Como consecuencia de nuestra revisión, no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto que nos haga creer que el IBR contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo a las directrices de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de *Global Reporting Initiative* versión 4.0 (G4).

Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información sobre los proyectos sociales ejecutados por el Banco y la Fundación en el 2016 contenga errores significativos.

Recomendaciones

Adicionalmente, sin alterar nuestras conclusiones, hemos presentado al equipo responsable de sostenibilidad del Banco nuestras recomendaciones relativas a los aspectos de mejora para fortalecer los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de Responsabilidad Corporativa. Entre las más importantes destacan:

- Sistematizar y formalizar los mecanismos de recopilación, consolidación y reporte de información que respaldan y evidencian los datos presentados, haciendo uso de herramientas de automatización para la gestión de la información.
- Para aquellos indicadores considerados materiales por el Banco, implementar un proceso de monitoreo periódico, que permita realizar seguimiento a la evolución de los mismos y establecer planes de acción (enfoques de gestión según lo establecido en la Guía G4) para corregir oportunamente las desviaciones identificadas como parte del desarrollo de las actividades propias del Banco.
- Profundizar los criterios utilizados para el proceso de identificación de los aspectos materiales del Banco a nivel local, permitiendo constituir un proceso metodológico formal, integral e inclusivo que garantice la validez de las conclusiones de materialidad, de acuerdo a lo establecido en la Guía GRI 4.0.
- Evaluar y realizar las adecuaciones necesarias sobre la información requerida para las memorias de sostenibilidad considerando los lineamientos establecidos en los *GRI Standards*, los cuales serán de aplicación obligatoria para todas las entidades a partir del primero de Julio de 2018.

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

- La preparación del IBR 2016, es responsabilidad de la Unidad de Imagen y Comunicación del Banco. Para ello, coordina con las áreas responsables y canaliza la información necesaria para su emisión. Posteriormente, se encarga de su difusión según el Código de Conducta del Grupo BBVA.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- El alcance de una revisión limitada es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por lo 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 del BBVA Banco Continental S.A. de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la Internacional *Federation of Accountants (IFAC)*.

Lima, 29 de marzo de 2017
Deloitte & Touche S.R.L.

Gerardo Herrera Perdomo
Socio
Risk Advisory

Indicadores GRI

Contenidos básicos generales GRI G4

Indicador		Referencia	Revisión
Estrategia y análisis			
G4-1	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.	Capítulo: Carta del Presidente	✓
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
Perfil de la organización			
G4-3	Nombre de la organización.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental	✓
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental	✓
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental	✓
G4-6	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.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental	✓
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental	✓
G4-8	Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	Capítulo: Acerca de BBVA Continental	✓
G4-9	Determine la escala de la organización, indicando: 1. número de empleados; 2. número de operaciones; 3. ventas netas o ingresos netos; 4. capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); 5. y cantidad de productos o servicios que se ofrecen.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental	✓
G4-10	1. Número de empleados por contrato laboral y sexo. 2. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. 3. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo. 4. Tamaño de la plantilla por región y sexo. 5. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas. 6. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El equipo	✓
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El equipo	✓
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores	✓
G4-13	Comuniquen 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.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores	✓ ⁽¹⁾

>

	Indicador	Referencia	Revisión
Participación en iniciativas externas			
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Modelo de control interno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
G4-15	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.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
G4-16	Elabore una lista de las asociaciones y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: •Ostente un cargo en el órgano de gobierno; •Participe en proyectos o comités; •Realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; •Considere que ser miembro es una decisión estratégica.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
Aspectos materiales y cobertura			
G4-17	1. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. 2. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental	✓
G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	Capítulo: Materialidad y diálogo con los grupos de interés	✓
G4-19	Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	Capítulo: Materialidad y diálogo con los grupos de interés	✓
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.	Capítulo: Materialidad y diálogo con los grupos de interés	✓
G4-21	Indique la Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.	Capítulo: Materialidad y diálogo con los grupos de interés	✓
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	Capítulo: Criterios y estándares de la información	✓
G4-23	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	Capítulo: Criterios y estándares de la información	✓
Participación de los grupos de interés			
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	Capítulo: Materialidad y diálogo con los grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo	✓
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	Capítulo: Materialidad y diálogo con los grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo	✓
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.	Capítulo: Materialidad y diálogo con los grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo	✓
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.	Capítulo: Materialidad y diálogo con los grupos de interés Sección: Análisis de materialidad	✓ ⁽²⁾

>

Indicador		Referencia	Revisión
Perfil de la memoria			
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	Capítulo: Criterios y estándares de la información	✓
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	Capítulo: Criterios y estándares de la información	✓
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Capítulo: Criterios y estándares de la información	✓
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	Contraportada del IBR 2016	✓
Índice de GRI			
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.	Capítulo: Criterios y estándares de la información	✓
Verificación			
G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.	Capítulo: Criterios y estándares de la información	✓
Gobierno			
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.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Gobierno corporativo	✓
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.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Gobierno corporativo	✓
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.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Gobierno corporativo	✓
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.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta Capítulo: Materialidad y diálogo con los grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo	✓
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016 Sección: Pilar III, principio 15	✓
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.	Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016	✓
G4-40	Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero.	Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016 Sección: Principio 11, pregunta II.7	✓

>

Indicador	Referencia	Revisión	
G4-41	<p>Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a los grupos de interés.</p>	<p>Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016 Sección: Principio 22, pregunta III.15</p>	✓
Papel del órgano superior de gobierno a la hora de establecer los propósitos, los valores y la estrategia			
G4-42	<p>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.</p>	<p>Capítulo: Sistemas de gobierno Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016 Sección: Principio 16, Pregunta III.4</p>	✓
Evaluación de las competencias y el desempeño del órgano superior de gobierno			
G4-43	<p>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.</p>	<p>Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016</p>	✓
G4-44	<p>a. Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. b. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.</p>	<p>Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016 Sección: Principio 20 "Operatividad del Directorio", pregunta III. 11 b)</p>	✓
Funciones del órgano superior de gobierno en la gestión del riesgo			
G4-45	<p>a. 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. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida. b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.</p>	<p>Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016</p>	✓
G4-46	<p>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.</p>	<p>Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Gobierno corporativo</p>	✓
G4-47	<p>Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.</p>	<p>Capítulo: Índice GRI</p>	✓ ⁽³⁾
Función del órgano superior de gobierno en la elaboración de la memoria de sostenibilidad			
G4-48	<p>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.</p>	<p>Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Gobierno corporativo</p>	✓
Función del órgano superior de gobierno en la elaboración del desempeño económico, ambiental y social			
G4-49	<p>Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.</p>	<p>Capítulo: Materialidad y grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016 Sección: Principio 4, Información y comunicación a los accionistas</p>	✓

Indicador	Referencia	Revisión
G4-50	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.	Capítulo: Índice GRI ✓ ⁽⁴⁾
Retribución e incentivos		
G4-51	Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección. Relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016 Sección: Principio 17, Derechos y Deberes del Directorio y Principio 24, funciones de la alta gerencia. ✓
G4-52	Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	Capítulo: Equipo Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016 Sección: Principio 17, Derechos y deberes del Directorio. ✓ ⁽⁵⁾
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016 Sección: Principio 17, Derechos y Deberes del Directorio. ✓
G4-54	Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	No reportado ✗ ⁽⁶⁾
G4-55	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	No reportado ✗ ⁽⁶⁾
Ética e integridad		
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	Capítulo: Estrategia Sección: Transformación del Grupo BBVA: Transformation Journey Sección: Modelo de negocio responsable Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta Sección: Sistema de cumplimiento. ✓
G4-57	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.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Sistema de cumplimiento. Sección: Estándares de conducta ✓
G4-58	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.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Sistema de cumplimiento. Sección: Estándares de conducta ✓

Contenidos básicos específicos GRI G4

Dimensión económica

Indicador		Referencia	Revisión
Desempeño económico			
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	Capítulo: Acerca del BBVA Continental Sección: Indicadores clave de negocio responsable	✓
G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	No reportado	✗ ⁽³⁹⁾
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	No reportado	✗ ⁽⁶⁾
G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	No aplica	✓ ⁽⁷⁾
Presencia en el mercado			
G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	No reportado	✗ ⁽⁶⁾
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Equipo	✓
Consecuencias económicas indirectas			
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Sociedad	✓
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Sociedad Sección: El cliente	✓
Prácticas de adquisición			
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Proveedores	✓

Dimensión ambiental

Indicador		Referencia	Revisión
Desempeño económico			
G4-EN1	Materiales por peso o volumen (papel).	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓
G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados (papel).	No reportado	✓ ⁽⁸⁾
Energía			
G4-EN3	Consumo energético interno.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓
G4-EN4	Consumo energético externo.	No reportado	✗ ⁽⁹⁾
G4-EN5	Intensidad energética (por empleado).	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓ ⁽¹⁰⁾
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	No reportado	✗ ⁽⁹⁾
Agua			
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No reportado	✗ ⁽⁹⁾
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No reportado	✗ ⁽⁹⁾

>

Indicador		Referencia	Revisión
Biodiversidad			
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	No aplica	X ⁽¹¹⁾
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios.	No aplica	X ⁽¹¹⁾
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No aplica	X ⁽¹¹⁾
G4-EN14	Número de especies incluidas en la lista roja de la uicn y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	No aplica	X ⁽¹¹⁾
Emisiones			
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance operar con los más altos estándares éticos en el desarrollo de nuestro negocio).	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance fomentar decisiones informadas: lenguaje claro / transparente y educación financiera).	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance mantener relaciones duraderas con los clientes, con foco en el largo plazo y no en la venta a corto plazo, y colocar productos adecuados a nuestros clientes).	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓ ⁽¹²⁾
G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	No reportado	X ⁽⁹⁾
G4-EN21	NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas.	No reportado	X ⁽⁹⁾
Efluentes y residuos			
G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	No reportado	X ⁽⁹⁾
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓ ⁽¹³⁾
G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	No reportado	X ⁽⁹⁾
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del convenio de basilea fomentar decisiones informadas: lenguaje claro / transparente y educación financiera, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No reportado	X ⁽⁹⁾
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentia procedentes de la organización.	No reportado	X ⁽⁹⁾
Productos y servicios			
G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
G4-EN28	Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos.	No reportado	X ⁽⁹⁾
Cumplimiento regulatorio			
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta	✓
Transporte			
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.	No reportado	X ⁽⁹⁾

Indicador		Referencia	Revisión
Inversiones y gastos ambientales			
G4-EN31	Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	No reportado	X ⁽⁹⁾⁽¹⁴⁾
Evaluación ambiental de los proveedores			
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores	✓
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	No reportado	X ⁽⁹⁾⁽¹⁵⁾
Mecanismos de reclamación en materia ambiental			
G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽¹⁶⁾

Dimensión social

Indicador		Referencia	Revisión
Empleo			
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Equipo	✓ ⁽¹⁷⁾
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	No reportado	X ⁽¹⁸⁾
G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	No reportado	X ⁽¹⁹⁾
Relaciones entre los trabajadores y la dirección			
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽²⁰⁾
Salud y seguridad en el trabajo			
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.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Equipo	✓
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.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Equipo	✓
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad.	No reportado	X ⁽²¹⁾
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos.	No reportado	X ⁽⁶⁾
Capacitación y educación			
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Equipo	✓ ⁽²²⁾
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	No reportado	X ⁽¹⁹⁾
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Equipo	✓ ⁽²³⁾
Diversidad e igualdad de oportunidades			
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.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Equipo	✓
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres			
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.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Equipo	✓ ⁽²³⁾

>

Indicador		Referencia	Revisión
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres			
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Proveedores	✓
G4-LA15	Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Proveedores	✓
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales			
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽²⁴⁾
DERECHOS HUMANOS			
Inversión			
G4-HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	No reportado	✗
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta	✓ ⁽²⁵⁾
No discriminación			
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta	✓
Libertad de asociación y negociación colectiva			
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: El equipo	✓
Trabajo infantil			
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽²⁶⁾
Trabajo forzoso			
G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽²⁷⁾
Medidas de seguridad			
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽²⁸⁾
Derechos de la población indígena			
G4-HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽²⁹⁾
Evaluación			
G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽³⁰⁾
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos			
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: Proveedores	✓
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽³¹⁾

>

Indicador	Referencia	Revisión	
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos			
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽³²⁾
SOCIEDAD			
Comunidades locales			
G4-SO1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Equipo	✓
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	No reportado	✓ ⁽³³⁾
FS13	Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente	✓
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente	✓
Lucha contra la corrupción			
G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Modelo de control interno	✓
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Sistema de cumplimiento	✓
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽³⁴⁾
Política pública			
G4-SO6	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	No aplica	✓ ⁽³⁵⁾
Prácticas de competencia desleal			
G4-SO7	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽³⁶⁾
Cumplimiento regulatorio			
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Capítulo: Sistemas de cumplimiento Sección: Estándares de conducta	✓
Evaluación de la repercusión social de los proveedores			
G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores	✓
G4-SO10	Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	Capítulo: Índice GRI	✓ ⁽³¹⁾
Mecanismos de reclamación por impacto social			
G4-SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No reportado	✗ ⁽⁹⁾
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS			
Salud y seguridad de los clientes			
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente	✓ ⁽²³⁾
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No reportado	✗ ⁽¹⁹⁾

>

Indicador		Referencia	Revisión
Etiquetado de los productos y servicios			
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.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente	✓
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	No reportado	X ⁽¹⁹⁾
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente	✓
FS15	Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta	✓
FS16	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad	✓
Comunicaciones de mercadotecnia			
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente	✓ ⁽³⁷⁾
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	No reportado	X ⁽¹⁹⁾
Privacidad de los clientes			
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente	✓
Cumplimiento regulatorio			
G4-PR9	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta	✓
Privacidad de los clientes			
FS1	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocios.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
FS2	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
FS3	Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
FS4	Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
FS5	Interacciones con clientes/sociedades participadas/socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales.	Capítulo: Grupos de Interés Sección: El cliente Capítulo: Materialidad y grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo	✓
FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/Pymes/grandes) y el sector de actividad.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente	✓
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente	✓
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	No reportado	X

>

Indicador		Referencia	Revisión
Auditorías			
FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	No reportado	X
Propiedad activa			
FS10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓ ⁽²³⁾
FS11	Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓ ⁽²³⁾
FS12	Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	No aplica	✓ ⁽³⁸⁾

✓ Contenido revisado según el alcance descrito y mediante los procedimientos indicados en el Informe de Revisión Independiente de la Información de Banca Responsable.

X Contenido no revisado.

IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016: https://www.bbvacontinental.pe/fbin/mult/reporte-cumplimiento-codigo-buen-gobierno-corporativo-2016_tcm1105-641724.pdf

Nota general: los aspectos materiales identificados corresponden a los asuntos materiales relevantes del análisis de materialidad.

(1) El BBVA Banco Continental no ha sufrido ningún cambio significativo en el tamaño, estructura, propiedad accionarial o cadena de suministro de la organización.

(2) Se comunicó a los empleados del BBVA Banco Continental.

(3) La revisión de los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social son realizadas por el directorio y los comités involucrados una vez al mes.

(4) Se menciona solamente las herramientas de diálogo y escucha para abordar y evaluar las preocupaciones importantes.

(5) Solo se informa de los procesos para determinar la remuneración.

(6) Información confidencial.

(7) BBVA Banco Continental no recibe ningún tipo de apoyo económico del Gobierno.

(8) BBVA Banco Continental no utiliza materiales reciclados.

(9) Dadas las actividades del Grupo BBVA se considera que este indicador no es material.

(10) Se muestra el consumo de energía de los años 2016, 2015, 2014 y 2013.

(11) BBVA Banco Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.

(12) Se muestra las emisiones de CO₂ de los años 2016, 2015, 2014 y 2013.

(13) Se reporta el peso total de residuos en papel, tóner y aparatos eléctricos y electrónicos.

(14) El PGE contempla una serie de inversiones necesarias para alcanzar los objetivos marcados, que no son significativos en términos económicos en relación al patrimonio y los resultados del Grupo BBVA.

(15) BBVA Banco Continental no ha realizado un análisis de impactos en este ámbito porque el nivel de riesgos es no significativo dada la naturaleza de sus proveedores.

(16) BBVA Banco Continental no ha sido objeto de sanciones ni reclamaciones significativas por incumplimiento de normas medioambientales.

(17) No se informa por grupo de edad.

(18) Este indicador no es material ya que el porcentaje de empleados temporales en BBVA Banco Continental no es significativo (3%).

(19) No se dispone de sistemas de gestión para obtener estos datos.

(20) No existe un periodo mínimo de preaviso establecido. En cualquier caso, los cambios organizativos que se producen en el BBVA Banco Continental se analizan caso a caso, de forma que se puedan evitar o mitigar los impactos negativos que pudieran tener para los empleados, realizándose siempre conforme a lo especificado en la normativa del país.

(21) Dada la naturaleza de la actividad del Grupo BBVA, no se han identificado riesgos elevados de enfermedades graves.

(22) No se desglosa por sexo ni por categoría laboral.

(23) Se informa cualitativamente.

(24) BBVA Banco Continental no ha sido objeto de sanciones significativas por incumplimientos en materia laboral.

(25) BBVA Banco Continental evalúa a sus colaboradores en temas de su código de conducta.

(26) BBVA Banco Continental no ha identificado centros ni proveedores susceptibles de tener riesgos significativos en relación con la explotación infantil.

(27) BBVA Banco Continental no ha identificado centros ni proveedores susceptibles de tener riesgos significativos en relación a episodios de trabajo forzoso.

(28) BBVA Banco Continental no registró formación al personal de seguridad en temas de derechos humanos durante el año 2016.

(29) BBVA Banco Continental no ha identificado incidencias significativas en relación a este aspecto.

(30) BBVA Banco Continental no ha identificado impactos significativos en materia de derechos humanos en sus centros de trabajo.

(31) BBVA Banco Continental no ha realizado un análisis de impactos en este ámbito porque el nivel de riesgo no es significativo para el Grupo dada la naturaleza de sus proveedores.

(32) BBVA Banco Continental no ha sido objeto de sanciones significativas por incumplimientos relacionados con los derechos humanos.

(33) BBVA Banco Continental no ha detectado impactos negativos significativos en las comunidades locales provocados por las operaciones de sus centros de trabajo.

(34) BBVA Banco Continental no ha tenido ningún incidente de corrupción.

(35) La política del Grupo BBVA en los países no permite contribuciones de este tipo.

(36) BBVA Banco Continental no ha identificado ninguna demanda significativa en la que se haya dictado sentencia definitiva en contra por este concepto.

(37) Se informa de la política de comunicación de productos del Grupo BBVA.

(38) No se cuenta con una política de este tipo.

(39) BBVA Banco Continental no ha registrado actividades de este tipo durante el 2016.

BBVA Continental

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

Unidad de Imagen y Comunicación
Av. República de Panamá 3055, San Isidro, Lima-Perú
gvassallo@bbva.com
Teléfono: (511) 209-1264

www.bbvacontinental.pe

adelante.