



**En el Banco Provincial, trabajamos
por un futuro mejor para las personas**

Informe Anual 2008
Responsabilidad Corporativa



ÍNDICE

Por tercer año consecutivo el Banco Provincial publica el informe anual de responsabilidad corporativa, el cual presenta información relativa al desempeño del Banco en esta materia durante el año 2008 y ofrece una comparativa de algunos aspectos de 2007 y 2006. El contenido presenta una organización a partir de los asuntos considerados relevantes por nuestros grupos de interés, planteamiento que permite centrar la discusión y afrontar con mayor claridad cuáles son nuestros principales compromisos y actuaciones en un ejercicio de ser más transparentes en la difusión de la información. En esta ocasión, el informe ha sido revisado por Deloitte.



PÁGINA

	02	CARTA DEL PRESIDENTE
	04	PERFIL DEL BANCO PROVINCIAL
	06	PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA
	17	PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS <ul style="list-style-type: none"> • Identificación y diálogo con los grupos de interés • Integración de las expectativas de los grupos de interés en la gestión • Asuntos importantes: riesgos y oportunidades • Comunicación a los grupos de interés
TEMAS RELEVANTES	21	ORIENTACIÓN AL CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> • Calidad, satisfacción y atención al cliente • Seguridad y protección del cliente • Continuidad del negocio • Transparencia, publicidad y etiquetado • Accesibilidad a servicios financieros
	29	INCLUSIÓN FINANCIERA Y FINANZAS RESPONSABLES <ul style="list-style-type: none"> • Grandes Empresas y financiamiento de proyectos • Sobreendeudamiento • Prevención de legitimación de capitales y del financiamiento de actividades terroristas
	33	PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES <ul style="list-style-type: none"> • Inversión socialmente responsable • Tarjeta de Débito Protección 365 • Seguros • Clientes Nómina • Apoyo a Exportadores • Carteras Dirigidas: Agropecuario, Microempresario, Manufactura, Turismo e Hipotecario.
	37	GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS <ul style="list-style-type: none"> • Perfil de los empleados • Empleo y selección • Valoración, desarrollo profesional y compensación • Formación y gestión del conocimiento • Clima laboral • Beneficios sociales y otras iniciativas • Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos • Salud y seguridad laboral • Comunicación interna
	52	COMPRAS RESPONSABLES <ul style="list-style-type: none"> • Política y modelo corporativo de compras • Código ético • Sistema de homologación de proveedores • Herramientas de gestión y aprovisionamiento • Proyectos responsables con proveedores
	55	GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO <ul style="list-style-type: none"> • Política corporativa medioambiental • Plan Global de Ecoeficiencia
	58	COMPROMISO CON LA SOCIEDAD <ul style="list-style-type: none"> • Aspectos relevantes • Plan de Acción Social • Fundación Banco Provincial • Otras líneas de trabajo destacadas
	70	PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO
	72	INFORME DELOITTE
	74	CRITERIOS DEL INFORME
	75	INDICADORES GRI
	78	RATINGS DE SOSTENIBILIDAD, PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS
	79	PROGRESOS 2008 Y OBJETIVOS 2009
	82	INDICADORES CLAVE DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

CARTA DEL PRESIDENTE

En el Banco Provincial, la Responsabilidad Corporativa es un elemento inseparable de nuestra actividad empresarial y la asumimos como un compromiso ético que forma parte esencial de nuestros valores básicos. Es además expresión de los elementos constitutivos de nuestra cultura **“La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo”**.

En esta edición del Informe de Responsabilidad Corporativa 2008, comunicamos nuestras actuaciones y compromisos en línea con la transparencia, las mejoras continuas y la progresiva integración de las expectativas de los grupos de interés; clientes, accionistas, empleados, proveedores, autoridades y la comunidad en general. Su configuración está basada en temas relevantes en materia de sostenibilidad, de acuerdo con los criterios de la Guía GRI-G3, así como en los requerimientos de la norma AA1000AS, tal como se expresa en el apartado sobre los criterios del informe, que se incluye al final de la publicación.

En este período, hemos consolidado nuestra configuración interna, registrando la creación del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas, promoviendo y haciendo seguimiento a los avances de las líneas estratégicas, a fin de incorporar la Responsabilidad Corporativa al desarrollo del negocio, basada en rigurosos criterios éticos como la integridad y las buenas prácticas.

Hemos reforzado el compromiso social, que nos lleva a mirar más allá de nuestra actividad comercial, dando un salto en cantidad y calidad, con un importante impulso al Plan de Acción Social, que contempla una inversión mayor al 1% del beneficio neto de la empresa, orientada a contribuir eficientemente al bien común de la sociedad, y en mayor medida a la educación y a la integración social de niños y jóvenes. La inversión social del Banco Provincial se promueve a través de iniciativas de ejecución directa emprendidas por su Fundación o realizadas directamente por el Banco en

beneficio de sus empleados; y a través del apoyo a proyectos de alto impacto en materia social desarrollados por terceros.

Para nosotros, hablar de responsabilidad corporativa también es hablar de nuestros valores: cada uno de ellos refleja la forma en la que trabajamos y cómo hemos integrado este concepto en nuestra gestión cotidiana. Esto nos permite fortalecer la imagen de nuestra institución, generar confianza en los sectores de la sociedad, reforzar la cultura corporativa, lograr mejores resultados del trabajo en equipo y ser una organización más eficiente. En este sentido, hemos desarrollado la campaña interna “Valores”, cuyo objetivo es reforzar y enfatizar su importancia basada en la ética profesional, que además deben ser compartidos por todos los miembros de la institución, conformando en su conjunto un ciudadano corporativo.

Para 2009 nuestras metas se orientan a continuar con el compromiso social asumido, adaptándonos a nuevos entornos en los que debemos consolidar las alianzas emprendidas con el sector gubernamental y la sociedad, ampliando el alcance de nuestros programas y sumando voluntades que por vocación se integren al desarrollo del Plan de Acción Social en sus distintas líneas de actuación.

En nombre del Banco Provincial y todos sus trabajadores, expreso nuestra gran satisfacción por los logros obtenidos, recogidos en esta publicación y resultado del trabajo emprendido por un equipo de profesionales convencidos de la importancia de esta materia en los tiempos que vivimos y muy comprometidos con el futuro de Venezuela.



Pedro Rodríguez Serrano
Presidente Ejecutivo



PERFIL DEL BANCO PROVINCIAL

El Banco Provincial, entidad que forma parte del Grupo BBVA desde el año 1997, es una de las primeras instituciones del sistema financiero venezolano, que cuenta con una amplia red de oficinas en todo el territorio nacional y un recurso humano profesional y especializado.

Con 6.295 empleados, más de 300 oficinas, una red de 1.001 cajeros electrónicos y 28.753 puntos de venta, el banco expande sus redes de servicio a disposición de los clientes y del público en general.



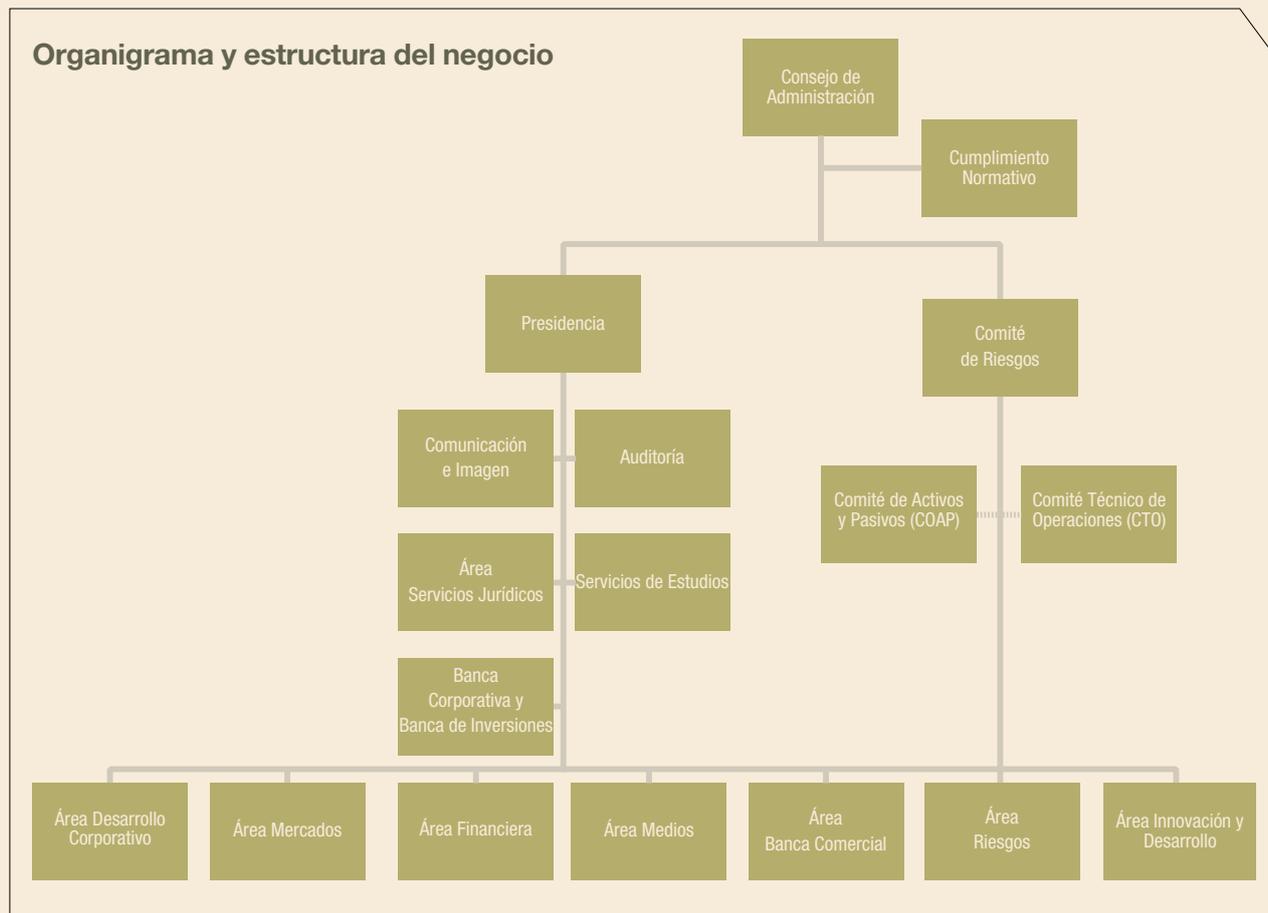
Datos Relevantes

Balance General (en millones Bs.)	Diciembre 2008	Diciembre 2007	Diciembre 2006
Activo Total	28.348,0	20.838,4	15.873,0
Inversiones en Títulos Valores	4.747,8	2.038,8	4.460,6
Cartera de Créditos Neta	15.333,0	12.999,6	7.285,2
Captaciones del Público	22.790,6	16.464,4	13.249,4
Patrimonio	2.931,2	2.169,5	1.341,7
Estado de Resultados (en millones de Bs.)	II Semestre 2008	II Semestre 2007	II Semestre 2006
Margen Financiero Bruto	1.165,2	935,4	571,5
Margen de Intermediación Financiera	1.284,6	1.072,7	699,4
Margen Operativo Bruto	672,8	557,4	269,9
Margen Operativo Neto	642,2	567,1	254,8
Resultado Bruto antes de Impuesto	618,5	553,9	251,6
Resultado Neto	586,1	468,3	192,7
La Acción Provincial	Diciembre 2008	Diciembre 2007	Diciembre 2006
Precio de Cierre (Bs./Acción)	13,65	0,266	2.390
Valor Contable (Bs./Acción)	27,18	0,201	812
N° de Acciones en Circulación	87.000.775	8.700.077.463	1.653.014.718
N° de Acciones Preferidas	20.826.700	2.082.670.000	-
Capitalización Bursátil (MM de Bs.)	1.188	2.314	3.951
N° de Accionistas Comunes	5.565	4.817	4.970
Utilidad por Acción* (Bs./Acción)	6,73	0,053	115,18
Índices de Rentabilidad, Liquidez, Solvencia	Diciembre 2008	Diciembre 2007	Diciembre 2006
Bancaria y Calidad de Activos(**)	Diciembre 2008	Diciembre 2007	Diciembre 2006
ROE (Resultado Neto / Patrimonio Promedio)	47,31%	49,39%	31,80%
ROA (Resultado Neto / Activo Promedio)	4,77%	4,60%	3,20%
Índices de Suficiencia Patrimonial(**)	Diciembre 2008	Diciembre 2007	Diciembre 2006
Patrimonio / Activo y Operaciones Contingentes ponderadas en base a Riesgo (mínimo requerido 12%)	13,84%	14,00%	13,80%
Patrimonio / Activo Total (mínimo requerido 8%)	10,61%	11,06%	9,00%
Otros Datos	Diciembre 2008	Diciembre 2007	Diciembre 2006
Número de Empleados	6.295	5.765	5.755
Número de Oficinas	319	325	323
Área Metropolitana	114	117	115
Resto del País	204	207	207
Exterior	1	1	1

*Neta de Utilidades Estatutarias

** Según Balance de Operaciones en Venezuela, de conformidad con la normativa legal establecida por la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras

Organigrama y estructura del negocio



ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

El Grupo BBVA mantiene una participación accionaria en el Banco Provincial de 53,74%.

El Banco Provincial, posee una amplia red de oficinas comerciales agrupadas en Gerencias Territoriales en todo el país. Con el firme propósito de ofrecer una mejor calidad de servicio, el Banco expandió sus redes a disposición de los clientes y del público en general: 1.001 cajeros electrónicos, 28.753 puntos de venta y 319 oficinas, incluyendo una en el exterior.

Banca de Empresas e Instituciones ha fundamentado su actividad en tres ejes estratégicos: crecimiento rentable, calidad y austeridad. En esta línea, ofrece a sus clientes un trato especializado en la gestión de sus requerimientos, con tres gestores en Ciudad Ojeda, Punto Fijo y Maturín, zonas de importante crecimiento industrial y comercial.

Banca Corporativa opera en dos oficinas: Banca Corporativa Global Caracas y Valencia.

Estado	Número de Oficinas BEI
Distrito Capital	3
Miranda	4
Anzoátegui	1
Aragua	1
Barcelona	1
Barquisimeto	2
Bolívar	1
Carabobo	1
Mérida	1
Portuguesa	1
Zulia	1
Total	17

Gerencia Territorial	Número de oficinas comerciales
La Pelota	23
La Castellana	24
Miranda	19
Parque Humboldt	18
Gran Caracas	29
Maracaibo	18
Costa Oriental Falcón	19
San Cristóbal	14
Mérida	16
Barinas Valera	18
Aragua Los Llanos	15
Carabobo	22
Bolívar	10
Oriente	22
Barquisimeto	17
Lara Poblaciones	17
TOTAL	301

PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA DEL BANCO PROVINCIAL TIENE COMO MISIÓN LA DEFINICIÓN DE COMPROMISOS Y EL IMPULSO DE COMPORTAMIENTOS QUE SON EXPRESIÓN DE LA VISIÓN Y LOS PRINCIPIOS CORPORATIVOS DEL BANCO, CONSIDERANDO LAS EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y REFORZANDO LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO DE LA INSTITUCIÓN.

VISIÓN, PRINCIPIOS CORPORATIVOS Y POSICIONAMIENTO | **Visión**
 En el contexto de crisis global actual, la visión del Banco Provincial

”Trabajamos por un futuro mejor para las personas” cobra mayor valor. Con ella, la Institución busca establecer vínculos emocionales que generen confianza y apoyo en la relación con sus principales públicos, con el fin último de crear un futuro mejor para todos los grupos de interés.



Los 7 principios corporativos de BBVA

1. Cliente

El cliente como centro de nuestro negocio.

2. Creación de valor

La creación de valor para nuestros accionistas como resultado de nuestra actividad.

3. Equipo

El equipo como artífice de la generación de valor.

4. Estilo de gestión

Un estilo de gestión como generador de entusiasmo.

5. Ética e integridad

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

6. Innovación

La innovación como palanca de progreso.

7. Responsabilidad social

La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo.

En este marco de referencia, el Banco Provincial entiende la responsabilidad corporativa como el compromiso real y basado en la acción de aportar el máximo valor posible y equilibrado a sus grupos de interés directos - accionistas, clientes, empleados y proveedores - y al conjunto de la sociedad en la que opera.

PRINCIPIOS CORPORATIVOS

La relación con cada uno de los grupos de interés del Banco Provincial se concreta con la aplicación de los principios corporativos de la Institución. Esto es, la síntesis de los valores básicos que guían la actuación del Banco y la forma de entender su papel en la sociedad. Estos principios constituyen la base de la cultura corporativa del Grupo BBVA al cual pertenece.

POSICIONAMIENTO

La identidad y el posicionamiento de la marca corporativa, se mantienen definidos por la combinación de tres ejes básicos, que son los pilares sobre los que construye su estrategia de negocio, su marca y su reputación: los principios corporativos, la prioridad de la innovación y la idea de trabajar “de personas para personas”. La marca “adelante” sintetiza todos estos planteamientos y simboliza el espíritu de constante impulso que guía la actividad diaria de la Institución y su visión hacia el futuro.

ESTRATEGIA DE NEGOCIO

Los principios constituyen los fundamentos de nuestro proyecto. El modelo de gestión no sólo se sirve de la Rentabilidad ajustada al Riesgo (RaR) como la herramienta para medir el valor que creamos, sino que va más allá, observando además rigurosos criterios éticos: la integridad, la transparencia y las buenas prácticas.

Por tanto, la estrategia y el modelo de negocio se basan también en una Rentabilidad ajustada a los Principios y las Buenas Prácticas. Para el Banco Provincial esta es la clave que garantiza la creación de valor de forma sostenida en el tiempo.

La apuesta estratégica por la innovación sigue estando en vigor pleno. En este sentido, se lanzó en 2007 un ambicioso proyecto de innovación y transformación. Innovación, como medio para ofrecer más y mejores soluciones a las personas que son nuestros clientes. Esta mejora de la oferta se basa en la democratización de la misma (acceso a segmentos no bancarizados) y la ampliación de la relación con los clientes (nuevos productos financieros y soluciones no financieras).

La idea se resume en la innovación al servicio de personas, como atributo que debe estar presente en todas las áreas del Banco. En este marco, el reto de la política de responsabilidad corporativa es servir como palanca de innovación y transfor-



mación de Banco Provincial, alineando su actividad para contribuir a alcanzar los objetivos estratégicos fijados en este plan y construyendo un discurso propio y diferenciado. En el entorno actual de crisis financiera, económica y de valores, este modelo está más vigente que nunca y supone una clara competencia distintiva del Banco Provincial para fortalecer la construcción de la credibilidad y la confianza.

LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN EL BANCO PROVINCIAL | **Objetivos**

La responsabilidad corporativa en el Banco Provincial se ha reforzado con los últimos acontecimientos. En un entorno de crisis, la responsabilidad corporativa debe contribuir a marcar la diferencia. El objetivo de la política de la Institución sigue siendo definir comportamientos a impulsar aquellos que permitan generar valor para todos los grupos de interés (valor social) y también para el Banco (valor reputacional y valor económico directo).

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

Los compromisos que la Institución ha asumido, que pretende cumplir y que está desarrollando con la implantación de su política de responsabili-

dad corporativa son:

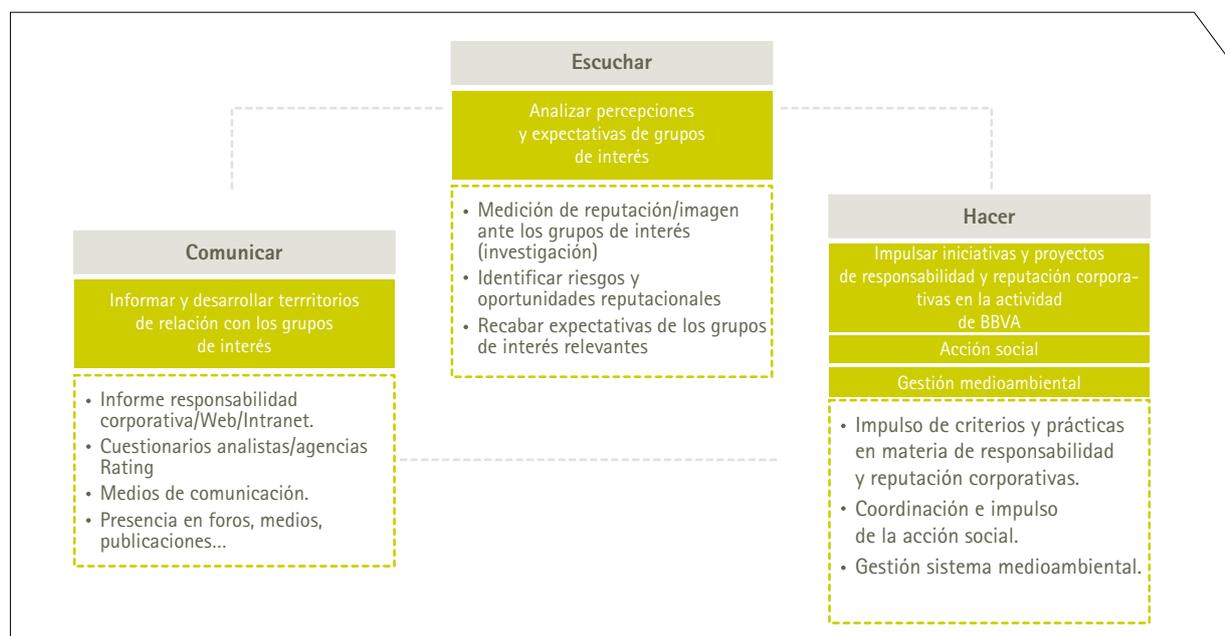
- Desarrollar con excelencia en todo momento nuestra actividad principal.
- Minimizar los impactos negativos derivados de nuestra actividad de negocio.
- Desarrollar “oportunidades sociales de negocio” que generen valor social y valor para la Institución.
- Invertir en las sociedades donde estamos presentes mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente las relacionadas con la educación.

GESTIÓN Y GOBIERNO DE LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

En el 2008 se ha avanzado en la integración de la responsabilidad corporativa (RC) y del Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) por parte del Consejo de Administración del Grupo BBVA, en los meses de febrero y mayo respectivamente.

Asimismo, se conformó el Comité de RRC, con la finalidad de impulsar acciones que generen mayor valor para los grupos de interés e impulsar el Plan de Acción Social de la Institución.

Se realizaron dos reuniones, una en julio y a finales de octubre, se llevó a cabo la segunda sesión, contando con la participación del Director de RRC del Grupo BBVA.





Miembros del Comité de RRC. De pie, de izquierda a derecha: Ramón Aguilar, Giacomo Giannetto, Pedro Rodríguez, Carmen Leonor Rodríguez, Daniel Planas, Rodrigo Egui, Carolina Otero, Felisa González, Jordi Farré y Valdemar Precilla.

La gestión de la responsabilidad y la reputación corporativas se coordinan desde este Comité de encabezado por el Presidente Ejecutivo de Banco Provincial e integrado por las áreas de Comunicación e Imagen, Recursos Humanos y Calidad, Servicios Jurídicos, Cumplimiento Normativo, Medios: Compras, Inmuebles y Servicios Generales, Publicidad, Financiera y Riesgos, manteniendo continua interrelación con todas las áreas de negocio y de apoyo del Banco, a fin de impulsar la integración de los criterios, las actuaciones y políticas de responsabilidad corporativa.

Esta gestión integra dos funciones diferenciadas, pero vinculadas y complementarias: la coordinación de la política de responsabilidad corporativa y la gestión de la reputación, dos funciones que se materializan en tres líneas de actuación:

- Seguimiento y evaluación de la opinión de los grupos de interés (escuchar).

- Propuesta de criterios, políticas y comportamientos responsables en todas las áreas de la actividad y de manera transversal (hacer).
- Comunicación y diálogo de las actuaciones realizadas (comunicar).

SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

El Banco Provincial mantiene su excelencia en Gobierno Corporativo y continúa marcando pautas en el Mercado Financiero Venezolano y en el ámbito internacional. Así lo demuestran los logros y los premios que, al cierre de 2008 y por segundo año consecutivo, obtiene como reconocimiento a su actuación, otorgados por Latin Finance, Global Finance, Euromoney y The Banker, respectivamente.

Estos reconocimientos fortalecen significativamente la estructura y el funcionamiento de los órganos sociales que conforman el Sistema de Gobierno Corporativo, afianzan la confianza de los órganos reguladores en la gestión transparen-



te que desarrolla el Banco y premia la confianza que la sociedad venezolana ha depositado en la Institución.

El Banco mantiene, en sintonía con su Política Corporativa y los requisitos de ley, además de su Consejo de Administración, los siguientes órganos sociales:

- **Comité de Auditoría:** ejerce seguimiento, vigilancia y garantiza la transparencia de los contenidos de los estados financieros, participando activamente en la verificación, el control y la certificación de la gestión financiera.
- **Comité de Riesgo:** tiene como objetivo fundamental preservar una adecuada Administración Integral de Riesgos, que responde a los lineamientos del Grupo BBVA, inmersos en los mejores estándares internacionales; y en el ámbito local, sujeto a las pautas marcadas por la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN).
- **Comité de Nombramientos y Remuneración:** entre sus principales funciones están examinar la independencia de las personas propuestas para ser nombradas miembros del Consejo de Administración; conocer los aspectos fundamentales relativos a la política general salarial del Banco y asumir otras consideraciones que sean encomendadas por el Consejo de Administración.

AUDITORÍA INTERNA: UN INSTRUMENTO PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

En un entorno globalizado con mercados fluctuantes, altamente competitivo y regulado, es cada día más necesaria la función y cultura de administración integral de los riesgos derivados de la gestión de los negocios. Ante esta situación el Grupo Provincial concibe la función de Auditoría Interna como una actividad permanente, independiente, imparcial y objetiva de evaluación de los Sistemas de Administración Integral del Riesgo de la organización con la finalidad de agregar valor y mejorar las operaciones según sus Principios de Buen Gobierno Corporativo.

La concepción de la función de Auditoría Interna se encuentra establecida en sus estatutos, en el que se definen aspectos más globales de visión de la función y se regula de forma específica el alcance de la Auditoría Interna, sus órganos de dirección, los principios rectores, metodológicos y éticos aplicables a los auditores internos; así como el marco organizativo y de relación de la función de auditoría en el Grupo Provincial.

El Estatuto de Auditoría Interna establece que la función tiene un alcance de carácter universal, que comprende todas las actividades y sociedades del Grupo Provincial, sin exclusión, y enumera como sus funciones las siguientes:

- Valorar la fiabilidad, integridad y oportunidad de la información financiera y de gestión.
- Supervisar el cumplimiento, idoneidad y efectividad de los sistemas y procedimientos de control interno.
- Revisar la aplicación y efectividad de los métodos de identificación, control, gestión y evaluación de los diferentes riesgos de mercado, de crédito y operacional de la actividad del Grupo.
- Evaluar la idoneidad y efectividad de los sistemas establecidos para asegurar el cumplimiento de la normativa interna y externa aplicable.
- Comprobar la fiabilidad y puntualidad de la información facilitada a los supervisores.
- Determinar y valorar el alcance de las irregularidades, anomalías e incumplimientos que se detecten en la realización de sus trabajos, planteando conclusiones al Comité de Disciplina.

Estas funciones reflejan la relevancia de la función de Auditoría Interna en el adecuado cumplimiento del compromiso de responsabilidad social del Grupo Provincial en las relaciones con la sociedad, sus clientes, empleados y accionistas.

- **Respecto a la sociedad:** Auditoría Interna constituye uno de los elementos de control que garantizan que el Grupo actúa según unas estrictas reglas de comportamiento ético y que en todas sus actuaciones (incluyendo las de carácter no lucrativo) asume el compromiso con la sociedad que declara haber contraído.
- **Respecto a los clientes externos:** contribuye a que la gestión del Grupo merezca confianza, en la medida que los compromisos asumidos con ellos son cumplidos en el marco de una actuación ética y transparente.
- **Respecto a los clientes internos:** es una unidad proveedora de servicios, proyectada hacia cualquier ámbito del Grupo donde su colaboración sea necesaria y jugando un importante papel de apoyo a la Dirección en la Administración Integral de Riesgo.
- **Respecto a los accionistas:** representa una garantía para el cumplimiento de dos objetivos básicos del Grupo: facilitar información oportuna, completa y exacta a los mercados y cumplir con las mejores prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

La función de Auditoría Interna depende de la Presidencia Ejecutiva y está sometida al control y supervisión del Comité de Auditoría, órgano del Consejo de Administración del Banco Provincial, lo que garantiza el grado de independencia necesario no sólo para cubrir los objetivos globales de evaluación y mitigación de riesgos, sino para evaluar también los sistemas de control interno del Grupo y prestar labores de consultoría y asesoramiento a la Dirección.

Auditoría Interna apuesta por la anticipación y el asesoramiento, a través de medidas que prevengan malas prácticas y de recomendaciones que promuevan las mejores prácticas empresariales. Ambas vías se sustentan en la confianza que transmite la profesionalidad de su equipo humano, su conocimiento de las actividades del Grupo y su manifiesta intención de aumentar su aportación a la creación de valor en el Grupo Provincial.

Un pilar básico de la función de Auditoría Interna es la comunicación. La rápida transmisión de la información es indispensable para una correcta gestión. La Dirección de Auditoría Interna, además de informar habitualmente al Comité de Dirección del Banco y al Consejo de Administración sobre el grado de ejecución del Plan Anual, tiene la obligación de comunicar de inmediato las irregularidades, anomalías o incumplimientos relevantes detectados en el curso de sus actuaciones. Se entienden por relevantes aquéllas que puedan originar daño significativo y material al patrimonio, los resultados o la reputación del Grupo.

Las conclusiones de cada trabajo de Auditoría Interna se plasman en informes, que incluyen la calificación global y una valoración de los riesgos propios de las diferentes materias objeto de auditoría, así como las recomendaciones derivadas de los aspectos relevantes detectados. Los informes recogen una opinión sobre el grado de implantación de las medidas recomendadas en la más reciente auditoría.

SISTEMA Y FUNCIÓN DE CUMPLIMIENTO

El Estatuto de Cumplimiento describe los principios básicos asumidos por el Banco Provincial para la gestión de determinadas cuestiones que pueden llegar a afectar a la Integridad Corporativa y que se enmarcan dentro del denominado Riesgo de Cumplimiento, que deriva básicamente de la forma en que una entidad conduce sus relaciones de negocios con terceros y sus actuaciones en los mercados y principalmente tiene su origen en obligaciones recogidas en disposiciones normativas. Las medidas dirigidas a asegurar el cumplimiento de estas obligaciones son responsabilidad de múltiples funciones o departamentos dentro de la Organización, cada uno de ellos especializados en su concreto ámbito de actuación.

La Función de Cumplimiento contenida en el Estatuto junto con el resto de las áreas especializadas (Riesgos, Intervención, Asesoría Jurídica), forma parte del Marco Integral de Riesgos del Banco Provincial, entendido este como el proceso dentro de una organización que, involucrando a su Consejo de Administración, Comité de Dirección y todo su personal, está diseñado para identi-

ficar los riesgos potenciales a los que se enfrenta la Institución, y son gestionados dentro de los límites establecidos, de forma que se aseguren de manera razonable, los objetivos del negocio.

El Estatuto de Cumplimiento está basado en el documento del Bank for International Settlements (BIS) “*Compliance function in Banks*”, que contiene las mejores prácticas en el argot internacional en la materia; así como, las leyes y disposiciones vigentes emanadas de los órganos regulatorios.

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

1. Conducta en los mercados.
2. Tratamiento de los conflictos de intereses.
3. Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo.
4. Protección de datos personales.

PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN: LA GESTIÓN DEL RIESGO

El riesgo está en el corazón del negocio bancario y forma parte integrante e inevitable de su actividad. Desde BBVA se ha seguido un criterio general que rige la gestión integral del Grupo y la específica de la Responsabilidad Corporativa: el respeto al principio de precaución, fundamentado en criterios de valoración de los riesgos prudentes, consistentes y basados en la experiencia.

Por otro lado, los intensos cambios en el entorno, protagonistas fundamentales de los últimos tiempos, plantean a las entidades financieras nuevos desafíos a los que han de hacer frente mediante nuevos principios de gestión del riesgo. Se han establecidos tres grandes objetivos, complementarios entre sí, para la función de riesgos del Banco Provincial:

- Preservar la solvencia de la entidad, asegurando que la exposición al riesgo esté dentro de los lími-

tes preestablecidos y con un perfil equilibrado.

- Desarrollar y ejecutar una política de riesgos alineada con los objetivos estratégicos del Grupo.
- Contribuir a que las decisiones a cualquier nivel estén orientadas a la creación de valor para el accionista, a partir del concepto de *Rentabilidad ajustada al Riesgo*.

La gestión del riesgo en el Banco Provincial ha continuado siendo un pilar fundamental dentro de las fortalezas de la responsabilidad corporativa, enmarcado en criterios innegociables de prudencia y resguardo de los estándares de calidad de riesgo. En consecuencia, ha sido una variable de diferenciación y de ventaja comparativa.

La vigilancia del cumplimiento de los requerimientos regulatorios ha sido una prioridad dentro de la gestión de riesgos, compatibilizando las necesidades de los clientes y las expectativas de los grupos de interés.

En el segundo semestre, la Dirección de Control Interno se integró al área de Riesgos, facilitando de este modo la convergencia entre las metodologías de Control Interno y Riesgo Operacional. Ambas funciones son elementos clave para afrontar las condiciones cambiantes del mercado y en el asentamiento de esquemas avanzados de control, aportando un equilibrio óptimo entre los objetivos de crecimiento responsable y rentabilidad en la Institución.

El sistema de Gestión de Riesgo descansa en el Consejo de Administración que determina la política de riesgos por medio del Comité de Riesgos y del Comité Técnico de Operaciones, y está gestionado desde el área de Riesgos, que integra en sus análisis entre otros, elementos como el apoyo a la estabilidad del sistema financiero y la consideración de criterios éticos, sociales y ambientales, enmarcados dentro del concepto de riesgo reputacional y asociado al buen resguardo de nuestra reputación corporativa.

CONTROL INTERNO Y RIESGO OPERACIONAL

Estas actividades se unificaron en la Vicepresidencia Ejecutiva de Riesgos, creando plena sinergia en sus metodologías, las cuales son elementos clave en la labor de afrontar las condiciones cambian-

tes del mercado y en el asentamiento de esquemas avanzados de control que aporten un equilibrio óptimo entre los objetivos de crecimiento y rentabilidad en la Institución.

Con la concreción de diversas acciones como lo son el reforzamiento de los Comités de Control Interno y Riesgo Operacional (CIRO) y la implantación de la figura del Responsable de Control Interno y Riesgo Operacional en cada una de las dependencias, se fortaleció en mayor medida el compromiso del área y se puso de manifiesto la creciente relevancia de estos dos ámbitos de actuación en el mercado financiero mundial.

La convergencia entre las funciones de Control Interno y Riesgo Operacional se puede definir como el elemento conductor entre la incertidumbre, su riesgo y la oportunidad asociada a ella. Esto permitió crear valor a través del fortalecimiento del Sistema de Administración Integral de Riesgo, la gestión eficaz de los riesgos que amenazan a la organización, la profundización estratégica de los planes de mitigación y la reducción de las pérdidas o de las incertidumbres operacionales. Se dio seguimiento a las acciones y los planes de mitigación a través de las herramientas de gestión de Riesgo Operacional, teniendo como objetivo disminuir los factores de riesgos, validando y certificando el grado de efectividad de los controles implementados.

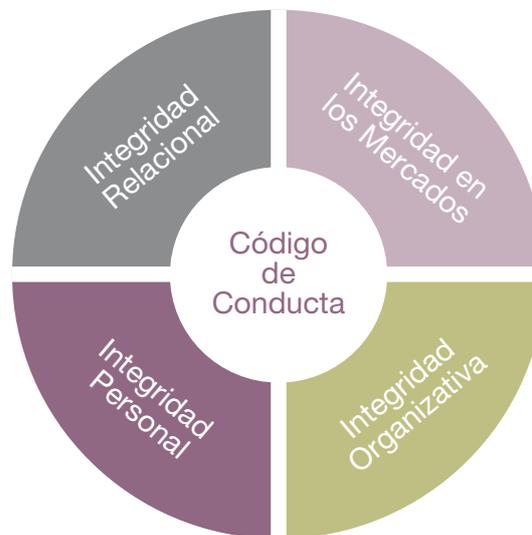
ESTÁNDARES DE CONDUCTA, COMPROMISOS Y ACUERDOS INTERNACIONALES

Código de conducta

El Código de Conducta del Banco Provincial define y desarrolla los fundamentos de comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias para preservar la *Integridad Corporativa*, al tiempo que refleja el compromiso de todos sus empleados y ejecutivos con el cumplimiento de su contenido. Está basado en valores éticos y sus integridades reflejan los más altos estándares de transparencia y compromiso con la sociedad.

CÓDIGOS ESPECÍFICOS DE ÁREAS FUNCIONALES

Además del Código de Conducta para los empleados del Banco, la Organización se ha dotado de



otros instrumentos específicos para la gestión de los compromisos básicos en cada área funcional. Los más importantes son:

- Estatutos Sociales del Consejo de Administración
- Estatuto de la Función de Cumplimiento
- Política Corporativa en el Ámbito de los Mercados de Capitales
- Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Capitales
- Principios Aplicables a los intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento de Banco Provincial
- Código Ético para la Selección de Personal
- Principios Básicos de Gestión del Riesgo y Manual de Políticas de Gestión del Riesgo
- Estatuto de Auditoría
- Manuales de Administración Integral del Riesgo
- Norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías

Código ético para la selección de personal

En el cual se establece:

- Respeto al principio de igualdad de oportunidades y “no discriminación”.
- Actuar con criterios de independencia, profesionalismo y rigor metodológico.
- Basar todas las decisiones de selección en los principios de mérito y capacidad.
- Utilizar perfiles definidos en términos objetivos de formación, experiencia, conocimiento y com-

petencias, susceptibles de ser evaluadas a través de herramientas sistemáticas.

- Preservar la confidencialidad de las pruebas y herramientas de evaluación utilizadas en los proyectos de selección.
- Garantizar a todos los participantes en los procesos de selección la máxima confidencialidad en el tratamiento de sus datos.
- Garantizar el derecho del candidato a disponer de información oportuna acerca de la evolución de su candidatura durante el proceso de selección.

POLÍTICAS COMPLEMENTARIAS

La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, lo que hace improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o los grandes riesgos sobre libertad de asociación. El Código de Conducta incluye el compromiso explícito con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la Organización Internacional del trabajo. Los principales mecanismos de supervisión para garantizar el cumplimiento de dichos compromisos es el Comité de Dirección, el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas y los distintos comités y organismos de supervisión.

En el mes de diciembre se aprobó en Consejo de Administración la nueva Política Corporativa del Grupo Provincial en el ámbito de los mercados de capitales, con el objetivo de preservar la integridad en los mercados a través de la inclusión de estándares dirigidos a garantizar tanto la transparencia como la competencia, desarrollando aún más los principios de conducta en los mercados de capitales.

Esta política está vinculada directamente a nuestro Código de Conducta y aplica a todos los empleados y ejecutivos de nuestra Institución, extendiéndose también a entidades que -no perteneciendo al Banco- presten servicios o realicen actividades en los mercados de capitales.

La citada política recoge en un único documento las pautas de comportamiento mínimas que toda persona que forme parte del Banco Provincial debe conocer y observar con relación a:

- **Información privilegiada:** establece normas de actuación específicas para salvaguardar, administrar y controlar toda información que pueda influir o alterar de manera negativa en las transacciones de mercados de capitales, así como también prevenir su abuso.
- **Prevención de la manipulación de cotizaciones:** establece pautas de actuación para prevenir la realización de este tipo de prácticas. Asimismo, promueve la integridad y la transparencia de los mercados en los cuales la Institución interviene.
- **Prevención y gestión de los conflictos de intereses:** especifica de manera no exhaustiva, determinadas situaciones de potenciales conflictos de intereses, recogiendo un conjunto de medidas para su prevención y adecuada gestión, o revelación en caso de no ser posible su resolución. Existe un conflicto de interés cuando en una misma persona o ámbito de decisión coinciden al menos dos intereses contrapuestos que condicionan la prestación imparcial u objetiva de un servicio u operación.
- **Operativa por cuenta propia:** contiene pautas de actuación que deben seguir todas las personas cuando realicen operaciones de compra y venta de valores o instrumentos financieros por cuenta propia; así como, un conjunto de restricciones que son aplicables únicamente a determinadas personas dentro del Grupo que, por su cargo o función, desarrollen actividades relacionadas con los mercados de valores.

CUMPLIMIENTOS LEGALES

Durante el ejercicio 2008 no se han registrado hechos relevantes por incumplimiento de leyes o normativas relacionadas con el desempeño de la institución financiera o en el suministro y el uso de productos y servicios en Venezuela, que pudieran tener una incidencia significativa sobre la situación patrimonial, financiera y reputacional del Banco o del Grupo BBVA o sobre sus resultados respectivos. Adicionalmente, la información referida a litigios, compromisos contractuales y contingencias legales ha sido debidamente comunicada a la Dirección Financiera para su adecuado registro contable.

ACUERDOS INTERNACIONALES SUSCRITOS

Banco Provincial como entidad perteneciente al Grupo BBVA participa en la promoción y el cumplimiento de las líneas de diversos acuerdos internacionales suscritos por el Grupo financiero.

- Pacto Mundial de las 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)
- Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas (www.unpri.org)

Por otra parte, Banco Provincial reconoce públicamente su respeto a la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas (www.un.org) y a la normativa laboral básica de la Organización Internacional del Trabajo (www.ilo.org).

En el 2008, con motivo del 60º Aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, BBVA se sumó a una iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para reforzar el compromiso de todos los sectores sociales y económicos con los principios de la Declaración.

Esta iniciativa del Pacto Mundial tiene como fin comunicar a las entidades de todo el mundo que los firmantes de dicho Pacto, sin importar su país de origen o el tipo de actividad que realicen, reconocen la importancia del respeto a los derechos humanos en su negocio.

Mediante esta adhesión, firmada por el presidente del Grupo, BBVA aparece en la lista de las en-

tidades comprometidas con los Derechos Humanos que se publica en la web de las Naciones Unidas. Aprovechando esta celebración, el Grupo BBVA ha lanzado un curso sobre Derechos Humanos para todos sus empleados.

CREACIÓN DE VALOR PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS

Las entidades financieras desempeñan un papel crucial en la actividad económica de las

sociedades, entre otras muchas funciones, canalizan recursos desde los agentes con excedentes de financiación hacia los agentes que la necesitan para la inversión o el consumo, desarrollando además una labor de multiplicación de los recursos financieros básica para el funcionamiento de la economía, intermedian y facilitan los intercambios y los pagos y ejercen una función decisiva en el análisis de las oportunidades y las decisiones de inversión. Ocupan así una posición clave en el sistema económico, como facilitadoras esenciales de la actividad de todos los agentes (administraciones públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro y familias). Se han convertido, por eso, en agentes fundamentales en la creación de valor.

El segundo de los principios corporativos de Banco Provincial plantea “la creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resultado de la actividad”. El Banco entiende la creación de valor como una de sus funciones principales y la aportación más importante a las sociedades donde actúa, pues no se trata sólo de valor económico para los accionistas, sino que se crea valor también para los clientes, los empleados, los proveedores y la sociedad en general.

Valor Económico Añadido (EVA). Detalle por grupos de interés (Miles de Bs.)

		2008	2007	2006
Accionistas	Dividendos	194.501	307.554	209.492
Empleados	Gastos de personal	500.927	376.125	312.773
Clientes	Intereses y cargas asimiladas(1)	1.952.242	1.104.203	300.255
Proveedores	Otros gastos generales de administración	441.055	340.396	317.448
Sociedad	Impuesto sobre beneficios	193.956	185.774	60.833
	Contribuciones a la comunidad: recursos destinados	11.419	1.439	5.054
Valor económico añadido (EVA)		3.294.100	2.315.492	1.205.855

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

Valor económico generado y distribuido (Miles de Bs.)

	2008	2007	2006
Valor económico generado (VEG)	2.768.318	2.036.954	1.267.889
Margen de intermediación (1)	2.248.694	1.602.455	926.009
Comisiones netas (2)	505.116	441.065	272.224
Actividad seguros (3)	42.314	21.278	15.358
Otros ingresos ordinarios (4)	84.552	36.309	104.212
Otras ganancias y pérdidas netas (5)	-112.358	-64.153	-49.915
Valor económico distribuido (VED)	1.341.858	1.211.289	905.600
Accionistas: Dividendos (6)	194.501	307.554	209.492
Resultado atribuido a la minoría (7)	-	-	-
Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios) (8)	441.055	340.396	317.448
Sociedad: Impuestos (9)	193.956	185.774	60.833
Recursos destinados por el Banco y su Fundación en apoyo a la comunidad (10)	11.419	1.439	5.054
Empleados: Gastos de personal	500.927	376.125	312.773
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)	1.426.460	825.666	362.289
Provisiones y amortizaciones (11)	533.520	323.112	180.495
Reservas (12)	892.940	502.554	181.794

(1) Margen Financiero menos los dividendos reconocidos como gasto en el ejercicio.

(2) Ingresos por Servicio

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

(4) Operaciones Financieras, diferencias en cambio y enajenaciones.

(5) Resultados Extraordinarios (Ingresos y Gastos excluyendo el saldo por participación patrimonial en Seguros, enajenaciones y otras dotaciones), otros resultados de explotación

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

(7) Intereses Minoritarios.

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

(9) Impuesto Sobre la Renta registrado en resultados.

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

(11) Saneamiento crediticio, amortizaciones inmovilizado y otras dotaciones.

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

PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

EN EL BANCO PROVINCIAL TRABAJAMOS PARA DIFERENCIARNOS Y GANAR LA CONFIANZA DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS, ASEGURANDO TRANSPARENCIA, VERIFICACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE NUESTRO DESEMPEÑO. INTEGRAMOS EN NUESTRAS ACTIVIDADES, SUS EXPECTATIVAS EN LOS TEMAS MÁS RELEVANTES PARA ELLOS Y PARA NUESTRA VISIÓN.

IDENTIFICACIÓN Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

En el Banco Provincial definimos a los grupos de interés como todas aquellas personas, instituciones o colectivos que se relacionan significativamente con nuestra actividad y

las decisiones que se ven afectadas por ellas.

Para la identificación de los grupos de interés, el mapa de éstos y los canales de escucha y diálogo son los instrumentos para darles a conocer

los comportamientos responsables de la empresa. La finalidad legítima de este proceso es ofrecer la mayor información y transparencia posibles para diferenciarnos, ganarnos su confianza y tratar así de influir de forma positiva en las percepciones y en los comportamientos favorables de estos grupos de interés, asegurando el éxito del Banco Provincial.

La escucha y el diálogo nos permiten centrarnos en lo que es relevante para nosotros, en base a nuestra Visión y Principios y en lo que es importante y relevante también para nuestros grupos de interés.

La finalidad de la escucha y el diálogo es dar respuesta, de forma equilibrada y prudente, a los asuntos que son más importantes y relevantes. En este sentido es una de las herramientas de gestión que se emplea para tomar decisiones sobre los temas prioritarios que deben integrarse en nuestro desempeño cotidiano, sobre las nuevas oportunidades de creación de espacios de valor compartido y sobre lo que debemos informar y comunicar a los grupos de interés. El objetivo es avanzar en un modelo de empresa que escucha y aprende a



relacionarse con sus grupos de interés, aspirando a crear relaciones estables y equilibradas.

Es una estrategia compleja, generadora de los dos recursos intangibles de mayor valor para las organizaciones: la innovación y la reputación.

Es una tarea que debe llevarse a cabo de forma sistemática, mediante canales y sistemas de investigación que permiten crear indicadores y cuadros de mando capaces de recoger las expectativas de los grupos de interés y de demostrar el retorno positivo para la organización de este proceso. Retorno en diferenciación y en generación de valor concretado en tres ámbitos complementarios: *la elegibilidad*, una diferenciación que atrae accionistas e inversores institucionales, las oportunidades sociales de negocio, una diferenciación basada en *la innovación*, en nuevos productos y servicios, nuevos modelos de negocio y nuevos segmentos de población y *la captación y retención del talento*, una diferenciación que atrae más eficientemente a nuevos empleados y compromete a los actuales. Este retorno se resume en la capacidad de la Institución para generar confianza y fortalecer su buena reputación ante los grupos de interés.

En este sentido, a través de la escucha y el diálogo con estos grupos, venimos obteniendo mayor información sobre nuestra actividad, lo cual per-

mite alcanzar mayores niveles de transparencia a la gestión de la Institución. De igual forma, favorece la posibilidad de dar respuesta, de forma equilibrada y prudente, a los asuntos que resultan más importantes y relevantes de acuerdo a la visión y a los principios del Banco, así como a los elementos más valorados por los grupos de interés.

Este proceso de mejora continua permite también identificar con anticipación, temas y asuntos que pueden convertirse en futuros riesgos y amenazas y establecer sistemas y procesos para poder mitigarlos y considerar nuevas oportunidades de mejora.

INTEGRACIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS EN LA GESTIÓN

Existen fundamentalmente dos vías a través de las cuales integramos las expectativas sobre los temas más relevantes de nuestros grupos de interés en la gestión de la organización.

Por una parte, la relación habitual que mantienen las áreas de negocio y las áreas de apoyo al negocio con cada grupo de interés, nos permite identificar, mediante herramientas de escucha específicas y técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas (grupos de trabajo y encuestas con clientes, encuestas de satisfacción a empleados,

Principales grupos de interés de Banco Provincial y compromisos con cada uno de ellos



relación con accionistas...), los temas relevantes y la valoración que hacen de nuestras actividades y desempeño. Esta información permite establecer planes de actuación y de comunicación.

Por otra parte, el área de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) tiene como una de sus principales funciones servir de vínculo entre los grupos de interés y la organización. RRC facilita la integración de las expectativas de los grupos de interés a través de las reuniones del Comité de RRC, principal órgano para la gestión transversal de la responsabilidad y la reputación de la Institución.

Adicionalmente, como otra vía para integrar las expectativas de los grupos de interés en la gestión de la entidad, durante el año 2008, el Banco Provincial consolidó una unidad dedicada especialmente al estudio del conocimiento profundo del cliente. A través de la investigación de mercados, esta unidad centra sus esfuerzos en llevar a cabo estudios de carácter cualitativo y cuantitativo, en lo que hemos denominado el estudio en 360°, identificando lo que el cliente desea y necesita.

La investigación de mercado es un proceso que ejecutamos con el apoyo de empresas especializadas en el ramo, con la idea de lograr que los estudios realizados estén a la medida de lo que el Banco necesita conocer, enfocándolos en los diferentes segmentos de interés.

Dentro de los diferentes estudios que se vienen realizando, destacan los que presentamos a continuación:

- **Tracking publicitario:** seguimiento semanal a las campañas publicitarias del Banco Provincial y de sus principales competidores. Monitoreo de elementos de uso de servicios, indicadores de marca (TOM), calidad e imagen.
- **Tendencias de consumo del venezolano y estratificación:** identificación de nuevas tendencias, hábitos y estilos de vida; así como de la distribución de los niveles socioeconómicos y las perspectivas económicas de corto y mediano plazo.
- **Satisfacción de los diferentes segmentos:** realización de estudios de satisfacción sobre la percepción de los clientes, con el objetivo de detectar oportunidades de mejora para ofrecer productos y servicios que cumplan con las expectativas del cliente.
- **Comportamiento financiero de empresas:** análisis del segmento “Empresas”, para determinar su posicionamiento, canales, calidad de servicio y expectativas para, posteriormente, establecer puntos de mejora y aplicar las estrategias correspondientes.
- **Pre-test publicitarios:** a finales de 2008 se inició la ejecución de éste estudio, el cual tendrá su aplicación práctica a partir del año 2009. El mismo determina las opiniones de clientes y no clientes sobre las campañas publicitarias y permite mejorar el concepto y el diseño de una manera más efectiva sobre las campañas antes de su lanzamiento.

Como complemento, está el llamado *Observatorio de la Competencia*, que es la fuente del análisis de los bancos de Per Group, donde se recoge una muestra de las acciones realizadas por dichos bancos, en los diferentes períodos del año.

En conjunto, esta metodología de trabajo nos permite ser más eficientes, ya que ayuda a identificar el grado de penetración y participación en el mercado, además de crear índices que controlan y dan seguimiento a la evolución de las acciones y cambios realizados sobre un servicio o producto.

En 2007 se realizó una consulta cualitativa a una muestra representativa de los grupos de interés, mediante cuestionarios, entrevistas y reuniones de discusión, realizada por la firma consultora española Responsable Consulting. En esta actividad se trabajó con representantes de empleados, de sindicatos de la institución, de organizaciones sociales, expertos en responsabilidad corporativa y medios de comunicación, entre otros. El resultado de este trabajo fue la identificación y la caracterización de los asuntos considerados más relevantes por estos grupos, para informar y generar políticas específicas.

La consulta directa desarrollada en Venezuela aportó una visión muy interesante para analizar y entender en qué condiciones se está desarrollando la responsabilidad corporativa en el país y cómo se percibe por los grupos de interés, los avances de las empresas en este sentido, lo cual permite obtener, de forma objetiva, un diagnóstico y un seguimiento periódico riguroso de las demandas y expectativas más relevantes de los grupos de interés.

COMUNICACIÓN A LOS GRUPOS DE INTERÉS

La construcción de la confianza y la buena reputación implica entender la comunicación como una herramienta necesaria para dar valor a nuestro comportamiento responsable.

La finalidad de la comunicación es ofrecer la mayor información y transparencia posibles a nuestros grupos de interés para consolidar con credibilidad nuestra diferenciación, ganarnos su confianza, y tratar de influir de forma positiva en sus percepciones y en los comportamientos favorables hacia nuestra Institución.

Trabajar haciendo bien las cosas y comunicarlo son los requisitos indispensables para llevar a cabo este proceso.

Los procesos de comunicación del Banco Provincial integran todas las formas y todos los canales de comunicación interna y externa para poder llegar a nuestros grupos de interés.

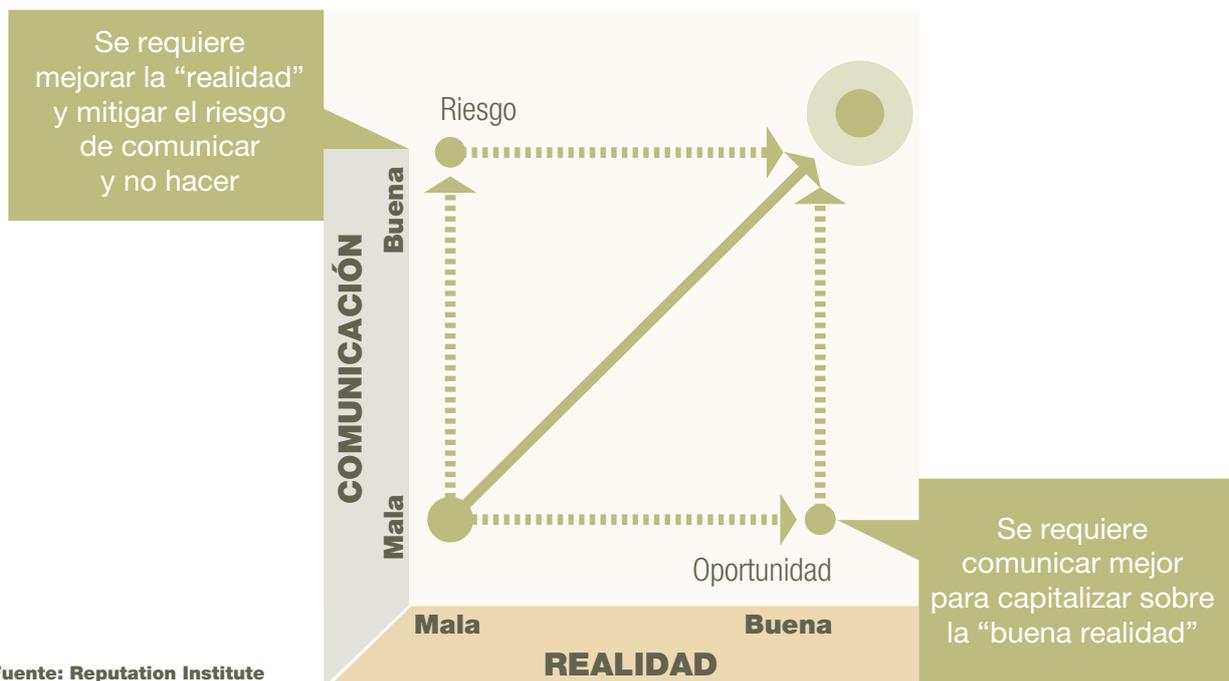
En materia de responsabilidad corporativa, el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, es uno de los principales instrumentos de comunicación en el que la aplicación de estándares, métodos de verificación, certificación y aseguramiento, respaldan la veracidad y la relevancia de la comunicación que realizamos a nuestros grupos

de interés para mejorar sus percepciones y para fortalecer por tanto nuestra buena reputación.

La relevancia que tienen para el Banco Provincial el colectivo de inversores y accionistas, el deseo de atenderlos con especial interés y el compromiso de mantenerles constantemente informados sobre la evolución del Banco con la mayor transparencia, se mantiene a través de la Oficina del Accionista, con el objeto de sostener una línea de comunicación directa y personal. Estos canales directos han sido especialmente valorados en el actual entorno de inestabilidad financiera.

El Banco Provincial comunica las acciones que desarrolla en respuesta a las expectativas y demandas de los grupos de interés. Esto se realiza a través de la interacción cotidiana de las áreas con los conglomerados con los que se relacionan y mediante los canales de comunicación empleados por la entidad.

La generación de confianza y de buena reputación implica entender la comunicación como una herramienta necesaria para poner en valor el comportamiento responsable del Banco Provincial.



ORIENTACIÓN AL CLIENTE

EL CLIENTE ES LO QUE DA SENTIDO A TODO LO QUE HACEMOS EN EL BANCO PROVINCIAL. **NUESTRO COMPROMISO** ES OFRECERLE UN **SERVICIO DE CALIDAD** PARA ACOMPAÑARLE EN LAS PRINCIPALES ETAPAS DE SU VIDA, APORTÁNDOLE A TIEMPO LA MEJOR SOLUCIÓN.



CALIDAD, SATISFACCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Un año más, el Banco Provincial ha seguido avanzando en su compromiso de calidad con los clientes, el cual refleja su modelo de gestión profesional y personalizada.

De esta forma, aspira a consolidar tanto la fidelidad como la confianza de sus clientes.

En esta dirección, el objetivo último es primar y desarrollar funciones de mayor valor añadido

que satisfagan mejor los intereses y las necesidades de los clientes. Por ello se han buscado soluciones diferenciales adaptadas a las necesidades reales de los usuarios -particulares y pequeñas empresas- en la actual coyuntura.

En el 2008, en términos de calidad de servicio, el Banco estableció como principal objetivo, mejorar los procesos clave para lograr la total satisfacción del cliente. Se han identificado como temas sensibles a la hora de valorar la calidad de servicio de un banco, los asociados con:

1. Tiempos de espera en las oficinas.
2. Rapidez y agilidad en las operaciones.
3. Colas de clientes en espera.
4. Reclamos, entre otros.

Es así como nace y se enfoca el Plan Estratégico de Calidad, pensado y diseñado para atender esas necesidades desde el punto de vista del cliente interno y externo, enfocado en identificar las variables que influyen en la percepción negativa que pudieran tener sobre nuestro desempeño como institución.



Entre los proyectos clave que se que se iniciaron para mejorar la Calidad del Servicio se encuentran:

- **Proyecto Descongestión de Oficinas:** basado en el análisis de las diferentes variables que influyen sobre los tiempos de espera en las oficinas y las colas de clientes que estos generan.

Entre las iniciativas del Proyecto de Descongestión se encuentran la creación de una plantilla Part Time, que consiste en puestos de trabajo especialmente contratados para operar en taquilla, en los momentos en que la demanda de clientes es superior a la capacidad de la plantilla y la estructura autorizada. La reclasificación de los cargos de Cajeros de Oficina en Administrativos Multifuncionales con la finalidad de lograr que el personal pueda realizar distintas operaciones sin diferenciación de puestos de trabajo permitiendo una mayor capacidad de atención al cliente. La creación de Taquillas Externas o áreas reservadas diferentes al patio común, para la atención de grandes facturadores. Grandes depósitos en cheques y efectivo, evitando así el colapso de las taquillas que atienden a los clientes al detal. Evaluación y modificación del espacio físico destinado a la atención del cliente con la finalidad de dar mayor confort al visitante. Instalación de Atm's multifuncionales y la construcción de Zona Express en las Oficinas.

Adicionalmente, se establece el análisis de los tiempos de espera identificando horas y días críticos, en donde se incrementa la demanda de clientes, esto con la finalidad de aplicar el plan de acción respectivo para mejorar la percepción del cliente.

- **Ampliación del Sistema de Proviatención:** Proviatención es un equipo de alta tecnología que permite gestionar y agilizar las operaciones efectuadas por los clientes en la red de oficinas, haciendo mas breve su permanencia en las áreas de Taquilla, Gestión y Atención al Cliente; procurando garantizar la atención de sus operaciones dentro de los tiempos mínimos necesarios.

Para el año 2008 se incorporaron 47 oficinas en el servicio de Proviatención, con la inclusión de esta tecnología, la relación con clientes y usuarios

se diferencia toda vez que se logra:

- Optimizar los tiempos de atención en las oficinas, identificando las necesidades de los clientes.
- Establecer tiempos mínimos de espera dentro de las oficinas y otorgar prioridad a aquellos casos que así lo requieran, tales como personas con discapacidad, de la tercera edad y mujeres embarazadas.
- Dar continuidad a las operaciones de los clientes.
- Mejorar la percepción respecto de la comodidad dentro de las oficinas.
- Segmentar la calidad ofrecida al público en función de sus necesidades e intereses particulares.
- Mantener una comunicación constante con el público, informándole sobre campañas, promociones y noticias, mientras espera su turno de atención.
- Obtener información actualizada sobre la cantidad de operaciones efectuadas, su tipo y los tiempos de espera; lo que en definitiva permite establecer mejoras, trazar planes y aplicar contingencias, siempre en beneficio del público que concurre a efectuar operaciones de manera cotidiana a las oficinas.

Proviatención es otra herramienta que reafirma el compromiso que el Banco Provincial tiene con el desarrollo de la sociedad, basándonos en los Principios Corporativos, principalmente considerando al cliente como el centro de nuestro negocio.

- **Proyecto NACAR en Oficinas:** se trata de una nueva plataforma de desarrollo y ejecución de aplicaciones de negocio que impacta en todos los canales de comunicación con el cliente. El Proyecto NACAR (Nueva Arquitectura de Canales de Acceso remoto), adelantado en todos los países de Latinoamérica del Grupo BBVA, se inició en Venezuela a través de la fase piloto en 3 oficinas: Agencia de empleados, La Candelaria y San Bernardino.

Los beneficios que ofrece la nueva plataforma incluyen:

- La migración de OS/2 a NACAR con un impacto operativo mínimo para el usuario, ya que se mantiene la imagen actual del Terminal Financiero y los cambios son muy sencillos.
- Permite incorporar nuevos productos y servicios.
- Representa menor costo para la Institución.
- Permite estandarizar las operaciones de todo el Grupo BBVA en Latinoamérica.
- Es un sistema de vanguardia por los avances tecnológicos que ofrece al negocio y, en consecuencia, por su excelente contribución a la mejora de los servicios prestados.

Desde el punto de vista operativo, las oficinas experimentarán un bajo impacto en sus actividades. Para 2009, se llevará a cabo la masificación a la red de oficinas del Banco Provincial en todo el territorio nacional.

- **Estudios de Calidad:** en el año 2008 se desarrollaron estudios de calidad aplicados a clientes externos en las diferentes áreas de negocio, con el propósito de identificar las fortalezas y las oportunidades de mejora en cada una de ellas, estableciéndose líneas de trabajo importantes para el año 2009 y así lograr la excelencia en la calidad de servicio.

Resultados Estudios de Calidad y Satisfacción del Cliente Externo			
	2008	2007	2006
Mediciones Externas	8,12	8,40	8,60
Alcance: Banco Provincial			

ESCALA DE VALORACIÓN

- 1 - 2,99 Pésimo.
- 3 - 4,99 Malo.
- 5 - 6,99 Regular.
- 7 - 8,99 Bueno.
- 9 - 10 Excelente

AÑO 2008:

Ámbito Geográfico: poblaciones de Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Ciudad Guayana, Puerto la Cruz/Barcelona y San Cristóbal.

Tipo de Entrevista: personal, realizada en el domicilio del entrevistado.

Muestra: encuesta dirigida a 3.497 clientes externos.

Periodicidad: anual.

Campo: clientes Banca Mayorista, clientes Banca de Empresas e Instituciones, clientes Banca de Seguros, clientes de Banca Comercial.

Trabajo de Campo: se realizó a través de dos empresas, Grupo Inmark e Intelligent Corp S.A.

En el 2008 se recibió un total de 86.889 reclamos a través del módulo RC00; lo cual, con respecto al año 2007 representa aumento de 40% en la cantidad de casos. Sin embargo, al comparar dicho valor relativo de incremento con la variación experimentada 2006 – 2007, se aprecia un importante - 9 % de reclamos procesados.

El aumento de casos evidenciado en el período 2008 vs. 2007 continúa siendo directamente proporcional al crecimiento de las transacciones, las cuales crecieron en promedio el 7% al compararlas con el año 2007. Por otra parte al evaluar el índice de reclamos, este se sitúa en 0.019%.

El producto tarjeta de débito, mediante operaciones por ATM's y P.O.S., tanto de la red propia como de las redes externas, se mantiene con la mayor cantidad de casos. Los mismos representan el 80% del total de los reclamos recibidos.

GARANTÍA DE RESPUESTA DE RECLAMOS

Este programa establecía el compromiso de respuesta para aquellos reclamos de personas naturales hasta Bs. 5.000,00, en un plazo máximo de 15 días. A raíz de los nuevos plazos de respuesta de reclamos establecidos por los entes reguladores del sistema, fue suspendido el 25-08-08. Es importante destacar que para diciembre 2008 el promedio de días continuos de resolución de reclamos se situó en 7.

ATENCIÓN AL CLIENTE

En el año 2008, se gestionaron en el área de Atención al Cliente 1.057 reclamos, mostrando un aumento de 38% respecto al año 2007. Se mantiene el producto TDC como el de mayor representatividad para las reconsideraciones recibidas en la citada área.

Reclamos presentados ante el Servicio de Atención al Cliente

	2008	2007	2006
Resueltos totalmente a favor del cliente	832	501	383
Resueltos parcialmente a favor del cliente	0	0	0
Resueltos a favor del banco	210	261	198
Pendientes de respuesta a 15 de diciembre	15	1	3
Inadmitidos a trámite por causa reglamentaria	0	0	1
TOTAL	1.057	763	585

Alcance: Banco Provincial

Número de reclamos ante la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras

	Total expedientes			Total expedientes (%)		
	2008	2007	2006	2008	2007	2006
	908	138	657	1%	1,4 %	8,9 %

Alcance: Banco Provincial

Por otra parte se continuó con el ajuste de los criterios de análisis de reclamos, los cuales se orientaron a la optimización de la gestión para emisión de respuesta; así como la adecuación a las nuevas leyes vigentes; especialmente a la Ley de Tarjetas de Crédito la cual, para los casos de reclamos originados por operaciones no reconocidas por el titular de la tarjeta, delega la carga de la prueba de los hechos al instituto emisor del producto.

De igual manera, se aplicaron mejoras en el módulo de reclamos RC00 las cuales facilitarán el proceso de gestión por parte de las oficinas, lo que a su vez se traduce en mejores tiempos de respuesta y atención al cliente. Para el 2009 se tienen previstas nuevas optimizaciones para la citada herramienta las cuales maximizarán la utilidad de la misma.

Es de relevancia destacar que para principios del año 2009 entrarán en vigencia canales alternos de reclamos con el objetivo principal de facilitar el proceso a nuestros clientes desde un entorno distinto a la red de oficinas (Internet - Banca Telefónica).

Se mantuvo durante todo el año la asesoría a la red en materia de reclamos. Se dictaron charlas a las Gerencias Territoriales en las cuales participa-

ron Gerentes y Sub Gerentes de Oficina. El objeto principal fue afinar la aplicación del proceso; así como también informar el riesgo reputacional y operacional que implica la inoportuna satisfacción de los requerimientos de los clientes.

CAMPAÑA ACTUALÍZATE

Se continuó con el impulso de la campaña “Actualízate”, la cual permitió poner al día la información de más de 900.000 clientes en la base de datos del Banco. El resultado de esta acción resultó en un aporte significativo para apoyar la gestión de los clientes.

SEGURIDAD FÍSICA

En materia de seguridad y con el compromiso de resguardar el patrimonio humano, físico y cultural de los recursos del Banco y de los clientes, se desarrollaron políticas de prevención, producto de los análisis de riesgo establecidos en los diferentes ambientes. Como medida de prevención, se colocaron puertas exclusas en un número importante de oficinas, para evitar el ingreso de componentes metálicos o armas de fuego.

SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DEL CLIENTE

La información reservada de la que dispone el Banco Provincial sobre los clientes, ya sean personas naturales o jurídicas y sus operaciones tienen siempre el carácter confidencial. Con el fin de garantizar la seguridad de sus sistemas informáticos y cumplir eficazmente las exigencias legales en materia de secreto bancario y de protección de datos de carácter personal, el banco viene adoptando diversas normas y procedimientos.

Desde el área de Seguridad Informática, se adelanta la adaptación de todos los sistemas según los lineamientos corporativos y las leyes vigentes relativas a la seguridad de la información, tanto del personal que labora dentro de la Institución como la de nuestros clientes.

Algunas de las leyes vigentes orientadas a la protección de la información son:

- Ley de Firmas Electrónicas y Certificados Digitales
- Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación
- Ley de Delitos Informáticos
- Normas de Seguridad para el manejo de información electrónica en cajeros automáticos y puntos de venta
- Normativa de Tecnología de la Información, Servicios Financieros Desmaterializados, Banca Electrónica Virtual y en Línea.

La protección de la información es un compromiso que se complementa con el Código de Conducta, que contiene un apartado específico sobre protección de datos y donde el secreto bancario constituye legal y éticamente, un punto de partida tanto para la empresa como para los propios empleados.

PREPARACIÓN EN RIESGO COMERCIAL

Se dio continuidad a la optimización del circuito de admisión y a la formación en materia de análisis de riesgo comercial, impartida a un grupo de 280 empleados conformado por gerentes de oficina y gestores de los Centros de Venta Directa, fortaleciendo las bases de mejora de la calidad del riesgo y los tiempos de respuesta al cliente. Igualmente, se prosiguió con la inducción en materia de Economía de Particulares, dando inicio a un ciclo de charlas informativas del Credit Scoring a las principales oficinas, abarcando entre gestores

y ejecutivos más de 100 participantes, proyecto que continuará durante el 2009.

CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

En relación con la Gestión de Continuidad del Negocio, se destaca la celebración de cuatro Comités con más de 80% de asistencia; la actualización de 11 planes, así como la realización de las pruebas asociadas; y el aporte de informes, metodología y creación de un comité permanente de seguimiento en el ámbito tecnológico y de operaciones.

Se aprobó y entró en vigor la Norma 00.20.017, fundamentada en la norma corporativa del Grupo BBVA de Continuidad del Negocio, que establece el marco general, la estructura organizativa, los procedimientos y las instrucciones encaminadas a asegurar la continuidad de las actividades, servicios y compromisos críticos del Banco Provincial y sus empresas filiales, en situaciones en las que se materialicen contingencias relevantes, de baja probabilidad de ocurrencia pero de muy alto impacto.

También durante 2008, se aprobó y entró en vigor la Norma 00.30.009 Modelo de Control Interno del Grupo BBVA en base a la publicación en España del Decreto Real 216/2008 –Recursos Propios de las Entidades Financieras, que en su artículo 67, letra g, apartado 2, señala: “Deberán establecerse planes de emergencia y de continuidad en la actividad que permitan a las entidades de crédito mantener su actividad y limitar las pérdidas en caso de incidencias graves en el negocio”, a la cual el Banco Provincial se incorpora como parte del Grupo.

Mediante este instrumento, se da a conocer a todo el personal las normas que rigen la función de control interno donde se establece el marco general, la estructura organizativa y las normas y procedimientos necesarios para garantizar un ambiente de control adecuado. El objetivo último de esta actividad es garantizar la prestación de los servicios y compromisos críticos con los clientes y con la sociedad en general.

TRANSPARENCIA, PUBLICIDAD Y ETIQUETADO

El Banco Provincial constantemente adaptándose a las necesidades de un exigente público, trabaja día a día por ser el mejor banco del país al ofrecer los mejores productos y servicios que nuestra clientela está

demandando. Es por ello, que el Banco cada año mantiene su compromiso al transmitir la información oportuna, precisa y comprensible en todas sus campañas, así como ofrecer de forma clara y veraz las características fundamentales de los actuales y nuevos productos y servicios.

Además, cumple rigurosamente con todas las regulaciones gubernamentales antes de transmitir a todos los clientes y no clientes sus diferentes campañas; remitiendo la información relacionada con las mismas, para su aprobación, al Instituto para la Defensa de las Personas en el Acceso de Bienes y Servicios (INDEPABIS), anteriormente INDECU, y a la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN), según sea el caso.

ACCESIBILIDAD A SERVICIOS FINANCIEROS El reto de la Institución, es que las personas tengan todo el banco a su disposición de forma constante por medio de los canales directos, pensados para poder realizar cualquier operación. Nuestro servicio de banca electrónica es usado por 443.078 clientes, quienes generaron 14.770.537 transacciones por Internet BBVA Provinet al cierre de 2008.

Además de la red de oficinas y autoservicios, los principales canales directos con los que contamos son:

CANALES ELECTRÓNICOS

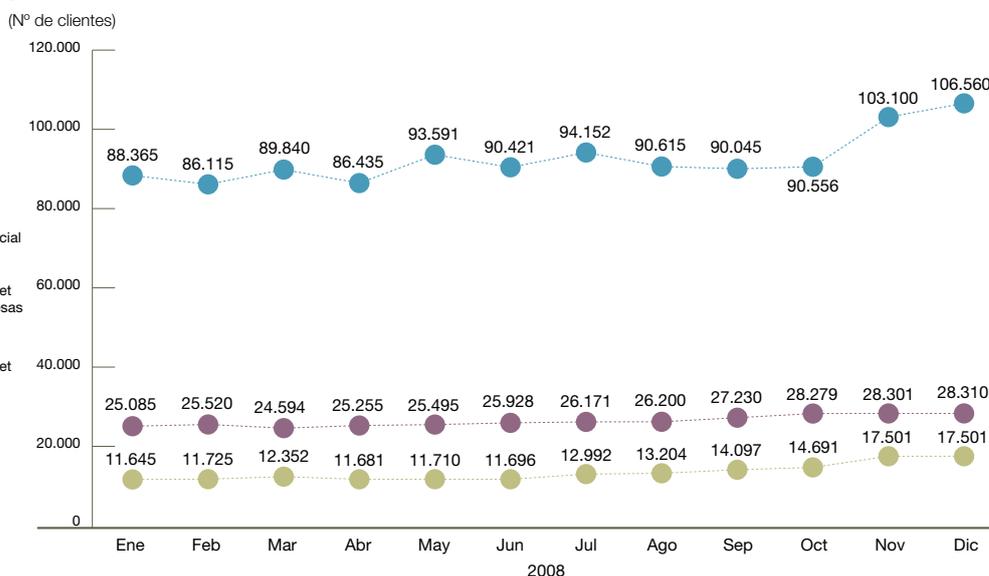
El área de Canales Electrónicos se enfocó en mejorar su plataforma de servicios en pro de facilitar la migración de transacciones, en apoyar la gestión de actualización de datos y la seguridad de los clientes.

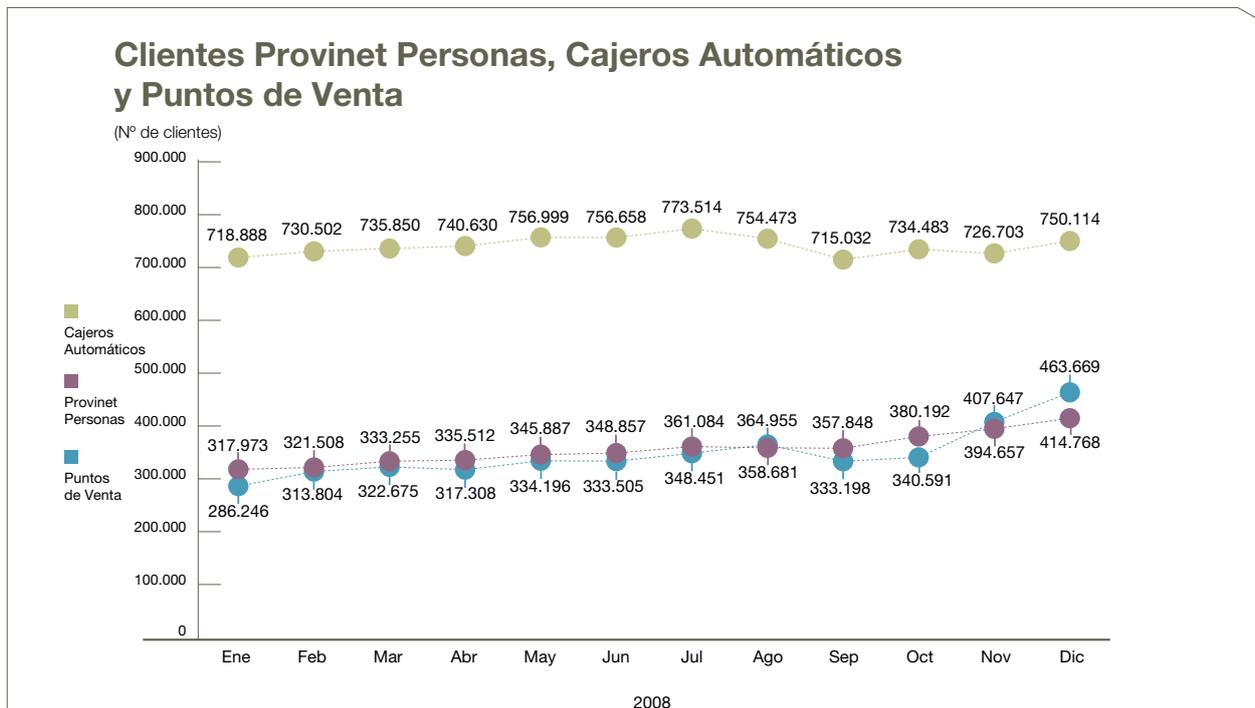
En esta materia los logros son:

Migración de Transacciones

- **Cajeros Automáticos Multifuncionales:** cajeros que permiten realizar depósitos en línea a clientes y no clientes, y que representan un paso importante para la migración de esta operación que se realizaba únicamente en taquilla.
- **Nuevos servicios de BBVA Provinet Empresas:** transferencias a otros bancos, pago de Impuesto sobre la Renta, mejoras en la suscripción del servicio, mejoras en el pago de nóminas; estas funcionalidades han permitido el crecimiento de clientes y de transacciones en este canal.
- **Fácil afiliación a Provitexto:** los clientes que requieran del servicio de Provitexto pueden afiliarse con una llamada a la Línea Provincial (0-500-5087432), y disfrutar del servicio de mensajería de texto, saldo y nómina con cualquiera de las operadoras: Movistar, Movilnet y Digitel.
- **Desbloqueo de Tarjeta de Débito y de Crédito:** un servicio novedoso con una llamada a la Línea Provincial (0-500-5087432).

Clientes Provinet Empresas, Provinet Móvil y Línea Provincial





- **Nuevo BBVA Provinet Personas:** un cambio de plataforma técnica del servicio de banca por Internet a personas, que permite mayor calidad de servicio, mayor visualización de funcionalidades y amigabilidad.
- **Fortalecimiento del Help Desk de Banca Electrónica:** modernización de la plataforma mediante su tercerización y la inclusión de nuevos recursos para mejorar el servicio de atención de nuestros clientes empresariales.
- **Reclamos en Línea:** a través de *www.provincial.com* los clientes pueden realizar sus reclamos de Tarjeta de Débito y Crédito, reclamos que son los más frecuentes en oficina.
- **Sistema de Premiación de Canales y Migración de Transacciones:** herramienta en Intranet que permite crear campañas de premiación al cliente interno/externo por venta/uso de los Canales Electrónicos, así como fortalecer el seguimiento de la Migración de Transacciones.

SEGURIDAD

Candado Virtual: servicio de seguridad que permite al cliente por la Línea Provincial, bloquear y desbloquear sus Tarjetas de Débito y de Crédito.

ACTUALIZACIÓN DE DATOS

La actualización de los datos personales de nuestros clientes es ahora mucho más fácil al realizarlo por los

Canales Electrónicos, Línea Provincial y Provinet.

Estas acciones y los nuevos servicios permiten al Banco Provincial impulsar la migración de transacciones y fortalecer nuestra relación con el cliente, con servicios innovadores y de mayor eficiencia y calidad.

CANAL MÓVIL

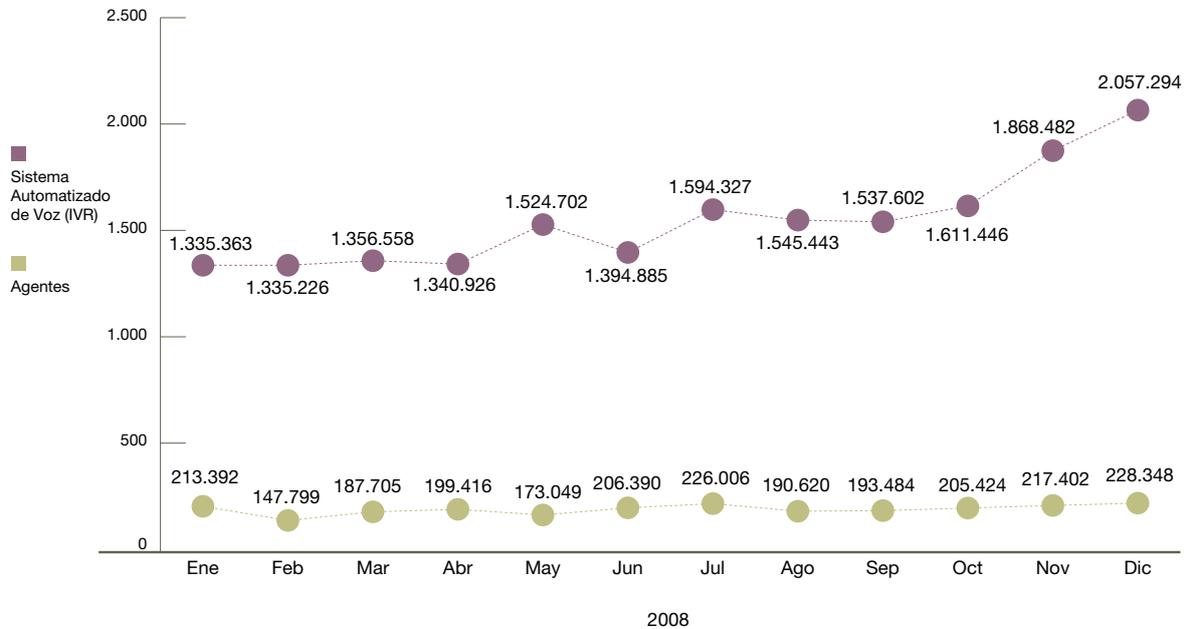
El Banco Provincial es la institución pionera en el mercado venezolano en servicio de banca móvil, a través del cual nuestros clientes pueden realizar las principales operaciones bancarias a través de su teléfono celular. Provinet Móvil es utilizado aproximadamente por 17.501 clientes, quienes generan mensualmente 525.562 transacciones, lo que representa 45,8% y 110,2% más respecto del año anterior. Se ofrecen:

- Consultas de saldos y movimientos de las cuentas asociadas a la Tarjeta Integral.
- Consulta de saldos, movimientos y pago en línea de las Tarjetas de Crédito Visa y/o MasterCard.
- Pago de servicios públicos: CANTV, EDC, Movilnet (post-pago), Movistar (Post-Pago y Pre-Pago).
- Transferencias a terceros entre cuentas propias.
- Avance de Efectivo.

Asimismo, ofrecemos el servicio de información financiera, a través de SMS, Provitexto, en dos modalidades: **Provitexto Saldo**, servicio que

Transacciones Línea Provincial

(Nº de clientes)



informa a los clientes el saldo de su cuenta y los cinco últimos movimientos. **Provitexto Nómina**, que informa a los clientes los días de abono de pagos de nómina, mostrando el saldo final de su cuenta.

CANAL TELEFÓNICO

La Línea Provincial, disponible las 24 horas del día durante los 365 días del año, registró 19,2 Millones de transacciones a través del Sistema Automatizado de Voz (IVR), 5,1 Millones de transacciones a través de nuestros agentes de Línea Provincial, 1,8 clientes contactados para Telecobranzas, 48.116 tarjetas vendidas a través de Telemarketing y 138.476 ventas de otros productos financieros.

La multiplicidad de canales para acceder a los productos y servicios que se ofrecen, es un rasgo distintivo y el valor añadido del Banco Provincial en su esfuerzo por mejorar su trabajo y la relación con sus clientes.

CANAL DE VENTA DIRECTA

Es una manera de aproximación y acercamiento a los clientes, particularmente a aquellos ubicados en segmentos de medio y bajo valor, clientes o potenciales, donde se utiliza la tecnología para lograr una gestión más eficiente en un tiempo menor.

Se utilizan estrategias de empaquetado y estandarización de soluciones integrales para facilitar la contratación y vinculación del cliente con la entidad.

El modelo aplicado en esta área de negocio contempla la atención a varios colectivos, la captación de comercios centrados en el concepto de venta cruzada de productos y la creación de convenios orientados a los microempresarios, entre otros, todos enmarcados en propuestas innovadoras en forma masiva y con una visión de mercadeo creciente.

El Banco Provincial continuó dirigiendo sus esfuerzos al cumplimiento de las distintas carteras orientadas a los sectores agropecuario, hipotecario, microempresario, manufactura y turismo, las cuales en su conjunto representaron el 38% de la cartera de crédito total del banco.

INCLUSIÓN FINANCIERA Y FINANZAS RESPONSABLES

EL ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS ES UNO DE LOS MÁS IMPORTANTES FACTORES QUE CONTRIBUYEN A QUE LAS PERSONAS PUEDAN TENER UN FUTURO MEJOR. EN EL BANCO PROVINCIAL TRABAJAMOS PARA FACILITAR LOS SERVICIOS FINANCIEROS A NUEVOS SEGMENTOS DE LA POBLACIÓN.

2.880

personas formadas en
prevención de
legitimación de
capitales

390

Nuevos Planes
Fiduciarios

Dentro del Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativa del Grupo BBVA y por tanto del Banco Provincial, se han definido dos focos de actuación primordiales, uno de ellos es la inclusión financiera. La Institución entiende la inclusión financiera como parte de su responsabilidad sobre el desarrollo de comunidades locales, ya que se trata de integrar en el sistema financiero aquellos sectores de la población, potencialmente excluidos por sus escasas oportunidades de acceso al crédito.



En el 2008 Banco Provincial ha continuado desarrollando su estrategia de Bancarización comenzada en 2006 y con objetivos a 2010. Esta estrategia está orientada al incremento de la penetración del crédito a particulares, apalancados en la nómina, la tarjeta como producto de acceso al crédito y la concentración de la transaccionalidad en canales alternativos. La innovación y el uso de las nuevas tecnologías lo hacen posible gracias al desarrollo de nuevos modelos de negocio, que permiten alcanzar menores costos y desarrollar otros canales de relación con los clientes.

Por medio del binomio tarjeta – nómina se consigue, además de mitigar el riesgo crediticio, una clientela más vinculada y estable, y una transaccionalidad concentrada en canales alternativos. Con lo cual se logra una concesión del crédito de una manera más responsable y se amplía la accesibilidad al reforzar el uso y estructura de canales complementarios a la sucursal.

También se concretó la compra de 400 nuevos cajeros automáticos (10 monofuncionales y 390 multifuncionales) y la instalación de 130 de es-

tos, los cuales permiten realizar depósitos en línea tanto a clientes como a no clientes en cuentas del Banco Provincial, así como otras transacciones que antes se realizaban únicamente por taquilla, por ejemplo, la actualización de libretas de ahorro.

En el marco de esta estrategia, se amplió la oferta de nuevos servicios en BBVA Provinet Empresas, herramienta que ahora permite realizar transferencias a otros bancos y pagar en línea el Impuesto sobre la Renta.

Ejemplo de este fortalecimiento de la accesibilidad es el desarrollo de iniciativas para los clientes empresariales, con el objetivo de mejorar la calidad de servicio e incrementar la vinculación con estos.

GRANDES EMPRESAS Y FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS

La gestión del riesgo social y ambiental en el financiamiento de grandes proyectos sigue siendo un tema de vital importancia para Ban-

co Provincial. Se quiere contribuir a la financiación del desarrollo de infraestructuras, pero sin descuidar ni el medioambiente ni a la sociedad. Por ello, Banco Provincial, como parte del Grupo BBVA se acoge al contenido de los Principios de Ecuador, documento suscrito desde 2004, comprometiéndose a evaluar y tomar en consideración los riesgos sociales y medioambientales de los proyectos que se financian. Para más información sobre los Principios de Ecuador, consultar:

www.euator-principles.com.

Por su parte, Banca Corporativa Global se orientó al incremento de servicios transaccionales y a la gestión de recursos rentables. En financiamiento estructurado, se mantuvo una presencia activa en materia de ingeniería financiera, participando en ofertas de desarrollo de estructuras financieras para los principales proyectos desarrollados en el país, como complejos hoteleros, laboratorios farmacéuticos, telecomunicaciones,

Categorización de proyectos financiados según los Principios Ecuador (millones de euros)

Categoría	Núm. de operaciones	2008		Núm. de operaciones	2007		Núm. de operaciones	2006	
		Importe total	Importe financiado por BBVA		Importe total	Importe financiado por BBVA		Importe total	Importe financiado por BBVA
Europa y Norteamérica	A	0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
	B	11	5.227,5	1	133,7	9,6	11	4.587,4	831,4
	C	32	6.343,6	11	1.544,3	321,7	7	1.946,0	357,8
TOTAL Europa		43	11.571,1	12	1.678,0	331,3	18	6.533,4	1.189,2
América Latina	A	1	639,2	0	0,0	0,0	1	103,5	19,5
	B	6	1.054,1	1	437,4	72,9	5	1.826,2	434,9
	C	2	346,8	0	0,0	0,0	2	56,0	38,0
TOTAL América Latina		9	2.040,1	1	437,4	72,9	8	1.985,7	492,4
Asia	A	0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
	B	1	34,0	0	0,0	0,0	6	14.414,1	260,3
	C	0	0,0	0	0,0	0,0	1	1.196,3	49,2
TOTAL Asia		1	34,0	0	0,0	0,0	7	15.610,4	309,5
Resto Grupo	A	0	0,0	1	1.568,0	42,8	0,0	0,0	0,0
	B	4	2.753,1	0	0,0	0,0	6	14.414,1	260,3
	C	1	187,1	0	0,0	0,0	1	1.196,3	49,2
TOTAL Resto Grupo		5	2.940,2	1	1.568,0	42,8	7	15.610,4	309,5
TOTAL GRUPO		58	16.585,5	13	3.683,5	447,1	33	24.129,5	1.991,1

Notas:

Datos en millones de euros

-Categoría A: Proyectos con un impacto negativo significativo que puede afectar un área mayor que la que ocupa el proyecto

-Categoría B: Proyectos con un impacto negativo menor en la población humana o en áreas de importancia ambiental

-Categoría C: Proyectos con un impacto sobre el medio ambiente muy pequeño o nulo

Alcance: Grupo BBVA

Prevención de legitimación de capitales y financiación de actividades terroristas

	2008	2007	2006
Participantes en actividades formativas en materia de prevención de legitimación de capitales	2.880	1.621	1.541
Personas especializadas en actividades de prevención de legitimación de capitales y financiación de actividades terroristas	16	16	13

Alcance: Banco Provincial

manufactura y plantas agroindustriales. Entre otros resultados, destaca la contratación de estructuras de financiamiento de largo plazo para los sectores construcción, petróleo y gas.

En materia de actividades fiduciarias, se registró un incremento de 10,03% en el año para ubicarse al cierre del mes de diciembre de 2008, con 2.188 nuevos clientes en el año, la constitución de 390 nuevos planes fiduciarios y la fidelización de la cartera fiduciaria existente, enfocando la colocación en los fideicomisos de prestaciones sociales.

A dos años de su creación el Centro Leasing & Factoring ha fortalecido su estructura y optimizado los procesos, aunado a una rigurosa gestión de ventas y apoyo al negocio a través de jornadas y asesorías a sus clientes.

SOBREENDEUDAMIENTO Y GESTIÓN DEL RIESGO | El 2008 ha sido un año caracterizado por la inestabilidad

económica y financiera, un entorno de incertidumbre, volatilidad en los mercados e incremento de las tasas de paro. Todo ello ha provocado que la capacidad económica tanto de individuos como de las entidades, se haya visto mermada por el entorno.

La capacidad de endeudarse de cualquier agente económico depende, de su nivel de renta y de las condiciones financieras a las que puede acceder con esa deuda. Sin embargo, esto también se relaciona estrechamente con la estabilidad macroeconómica y financiera del entorno en el que opera, y con sus expectativas de renta futura.

Banco Provincial, fiel a sus fundamentos, ha mantenido siempre la prudencia en la gestión del negocio, midiendo la capacidad de retorno y evaluando los riesgos desde el principio de precaución.

Prueba de esta prudencia es la baja tasa de morosidad y su moderado repunte en el año 2008, de 0,81% a 0,91%, un año en que el ciclo económico del país se ha mantenido estable. La rentabilidad del Banco no está ajustada sólo a la valoración del riesgo, sino también al principio de prudencia y a las buenas prácticas que guían todas nuestras operaciones.

En un marco especialmente difícil para el conjunto del sistema financiero, que ha obligado a tomar medidas extraordinarias por parte de los gobiernos de los principales países, Banco Provincial ha sido capaz, una vez más, de mostrar un comportamiento diferencialmente positivo que le fortalece frente a sus grandes competidores. De acuerdo a la política corporativa, el Banco no tiene exposición a productos como ABCP, SIVs, conduits, subprime, *leveraged loans* o seguros de bonos; y su implicación en *hedge funds* y *private equity* es muy moderada, lo cual reduce enormemente los posibles riesgos de sobreendeudamiento.

En un entorno en el que la banca está gestionando una situación complicada, Banco Provincial sigue con sus prioridades de gestión: la eficiencia, la calidad crediticia, el capital y la liquidez.

PREVENCIÓN DE LEGITIMACIÓN DE CAPITALES Y DEL FINANCIAMIENTO DE ACTIVIDADES TERRORISTAS

La prevención de legitimación de capitales y del financiamiento de actividades terroristas, constituye, ante todo, un objetivo prioritario que el Banco Provincial asocia a su compromiso de favorecer y preservar el bienestar

de los distintos entornos sociales en los que desarrolla sus actividades.



Para evitar que sus productos y servicios sean utilizados con finalidad delictiva, la confianza de las personas e instituciones con las que diariamente se relaciona constituye, un requisito indispensable para preservar su integridad corporativa y con ello, uno de sus principales activos.

Durante el 2008, el Grupo BBVA ha potenciado el Modelo de Gestión del Riesgo de Blanqueo de Capitales (en Venezuela, prevención de legitimación de capitales y financiamiento de actividades terroristas) mediante:

- La adaptación de las políticas y procedimientos a los cambios normativos producidos en países donde el Grupo está presente e incorporando las mejores prácticas internacionales en estas materias.
- El perfeccionamiento de los sistemas de monitorización ya existentes en todas las unidades del Grupo, que constituyen una aportación relevante a las capacidades de detección de actividades sospechosas de cualquier entidad financiera.

La formación a los empleados como elemento clave de este modelo ha continuado recibiendo durante el 2008 una atención prioritaria, destinada a capacitar a todos los empleados de Banco Provincial para el eficaz desempeño de sus funciones en

materia de prevención de legitimación de capitales y del financiamiento de actividades terroristas.

En el marco de la política de prevenir la utilización de sus productos y servicios con fines delictivos, el Banco ha reforzado el modelo de gestión de riesgo de legitimación de capitales, realizando una gestión adecuada de la Administración de Riesgos. Se estableció el Estatuto de la Función de Cumplimiento, asegurándose el mantenimiento de las mejores prácticas internacionales en materia de prevenir el Riesgo Legal, el Riesgo de Cumplimiento y el Riesgo Reputacional.

La Función de Cumplimiento, incorpora las recomendaciones del Comité de Supervisión Bancaria del Banco Internacional de Pagos de Basilea (BIS) y las legislaciones vigentes. Asimismo, el Banco realiza la tarea de formación en materia de prevención del delito de legitimación de capitales y financiamiento del terrorismo a toda su plantilla para mantenerlos actualizados, sensibilizados y con una fuerte toma de conciencia para estar atentos ante cualquier situación atípica que pueda comprometerlos o afectar a la Institución; además continúa colaborando con organizaciones internacionales, organismos gubernamentales y otras instituciones en la lucha contra el crimen organizado, el terrorismo y otras formas de delincuencia.

PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES

EN EL BANCO PROVINCIAL TRABAJAMOS PARA MANTENER UNA OFERTA ADAPTADA A LAS NECESIDADES DE CADA PERSONA O COMUNIDAD DE PERSONAS.



INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

La inversión socialmente responsable (ISR) es aquella que incorpora consideraciones éticas, sociales o medioambientales, junto a las financieras, en la toma de decisiones de inversión, tanto por la empresa como por los agentes inversores externos, sin descuidar los objetivos de riesgo y rentabilidad financiera.

A través de las mejores prácticas en materia social y medioambiental, se aportan comporta-

mientos orientados a alcanzar un desarrollo más sostenible, respondiendo así al interés de sus inversores y creando no solo valor económico, sino también social y medioambiental.

TARJETA DE DÉBITO PROTECCIÓN 365

Con el eslogan “*Que no te dejen en blanco*”, se lanzó la nueva Tarjeta de Débito Protección 365 de Banco

Provincial, un innovador medio de pago, que permite a los clientes asegurar su dinero contra clonación, fraude en Internet y atraco en cajeros automáticos, así como disfrutar de una funcionalidad única en el sistema financiero venezolano, denominada *Candado Virtual*, que ofrece la conveniencia de activar y desactivar su tarjeta, cuando quiera, con tan sólo llamar a la Línea Provincial.

Al cierre del año, el producto tuvo una extraordinaria aceptación, con poderosas ventajas competitivas, sustentadas en los conceptos “seguridad” y “protección”, permitió impulsar la aceptación y el uso de la tarjeta de débito en diferentes segmentos; así como incentivar la utilización de



canales electrónicos y dinamizar el proceso de descongestión de oficina.

SEGUROS Seguros Provincial, cuenta con una moderna plataforma informática que responde sobresalientemente a las necesidades en materia de seguros de los clientes, y los exigentes requerimientos tecnológicos de la actividad aseguradora, marcados por los altos estándares del grupo.

Dentro de los aportes al sector de seguros en Venezuela, destaca el haber colocado a la disposición de una gran masa de venezolanos, seguros de vida. El acceso a este mercado se hace posible a través de la amplia red de oficinas del Banco con las que se logra una extensa y completa cobertura a nivel nacional y donde Seguros Provincial en el segundo semestre del año 2008 consolida su hegemonía y liderazgo.

En concordancia a los planes de crecimiento, Seguros Provincial inicia la comercialización en el mes de Mayo del producto **Seguro de Fraude**, el cual consiste en amparar las operaciones realizadas con las tarjetas de débito PROTECCION 365 en los casos de fraude o clonación en cajeros automáticos y/o puntos de venta, fraude en Internet y atraco en cajeros automáticos, entre otros, a través de una estrategia comercial diseñada para la red de oficinas. Al cierre del año se colocaron más de 138.000 pólizas. Este total de pólizas aportó al primaje total de Seguros Provincial en más de Bs. 2.070.000,00.

Resultado del éxito alcanzado con la venta de **Seguro 365** para todas aquellos tarjetahabientes de débito, se decide en el mes de agosto incursionar en el canal de Televenta, generando al cierre de este período más de 16.000 pólizas, aportando en tan corto tiempo, el 11,5% del total de pólizas emitidas.

Seguros Provincial cierra el año 2008 con un Resultado Neto de Bs. 42.314.000, lo que representa un crecimiento de 98,86% con relación al año 2007. Gracias al resultado obtenido y al manejo eficiente de los ingresos financieros y de los gastos operativos, Seguros Provincial mantiene una rentabilidad sobre el patrimonio y un rendimiento sobre el activo de 113,49% y de 36,02%, respectivamente y un excelente índice de eficiencia de 16,08% .

CLIENTES NÓMINA Durante el año 2008 fueron redefinidos los Planes Nómina tomando como base el salario del trabajador, quedando la siguiente clasificación:

- **Plan Nómina Clásica:** para trabajadores con ingresos menores a Bs. 1.500
- **Plan Nómina Ejecutiva:** para trabajadores con ingresos entre Bs. 1.500 a Bs. 10.000
- **Plan Nómina Plus:** para trabajadores con ingresos superiores a Bs. 10.000.

Adicionalmente, para robustecer aún más la gama de beneficios otorgados por el Banco a sus clientes nómina, incorporamos un nuevo beneficio para todos los trabajadores que tienen su cuenta corriente de nómina en nuestra Institución: el **Servicio de Asistencia Laboral**, el cual es un servicio telefónico **gratuito** de orientación médica las 24 horas, los 365 días del año, que le permite al cliente tener acceso a información o apoyo en situaciones de emergencia ocurridas en su lugar de trabajo. A la vez que se ajustaron para estos mismos clientes, las coberturas de las Pólizas de Seguro de Accidentes Personales se les otorgan gratuitamente, de acuerdo al plan nómina asociado.

Por otra parte, para los clientes del Plan Nómina Plus, adicionamos a sus beneficios el **Servicio de Auxilio Vial**, servicio gratuito dirigido al cliente Nómina Plus cuando éste requiera: servicio de grúa para ser trasladado, reparación de averías menores y pinchaduras de caucho o suministro de gasolina en caso de emergencia.

Con estas mejoras a la oferta de nuestros Planes Nómina, nos consolidamos como el Banco con la oferta de beneficios más completa y atractiva para los clientes nómina.

APOYO A EXPORTADORES

Adicionalmente, se ofreció a los clientes empresariales un canal de servicio operativo y de consulta llamado "Comex On Line", que permite una gestión directa de operaciones de cartas de crédito, lo que una vez más diferenció al Banco del resto del mercado en este segmento. Como complemento a este servicio, se difundió periódicamente un boletín electrónico llamado "Enlace Comex" contentivo de aspectos actuales y relevantes al comercio exterior y al control cambiario.

En cuanto al negocio de Comercio Exterior, Banco Provincial mantuvo una importante posición en lo que a entrega de dólares por parte del Banco Central de Venezuela se refiere, con una cuota de participación de 15,84% al cierre de diciembre 2008. El volumen de solicitudes de cartas de crédito para importación tramitadas y de emisiones de cartas de crédito, registró aumentos considerables.

En este período, se inauguraron cuatro unidades de apoyo a Comex a nivel regional con miras a ofrecer atención personalizada y asesorar a los clientes internos y externos, en el montaje de operaciones de Comercio Exterior y en el procesamiento local de las transacciones de control cambiario.

PENSIONADOS: TERCERA EDAD

Se ha mantenido el servicio de atención especial para los pensionados del Instituto Venezolano del Seguro Social (IVSS), a través de una línea telefónica que le ofrece la información referente al depósito de su pensión: fecha del último pago y las Oficinas que ofrecen un horario especial, recibiendo a este colectivo en su mayoría de la tercera edad, desde las 7:00 a.m., a fin de brindarles mayor seguridad y comodidad.

CARTERAS DIRIGIDAS

El Banco Provincial continuó dirigiendo sus esfuerzos al cumplimiento de las distintas carteras dirigidas a los sectores agropecuario, hipotecario, microempresario, de manufactura y turismo, las cuales en su conjunto representaron el 38% de la cartera de crédito total del banco.

Agropecuario

Con el propósito de impulsar el desarrollo de la actividad agropecuaria en el país, Banco Provincial firmó un convenio con la Sociedad de Garantías Recíprocas (SOGARSA), donde se inició un plan especial de financiamiento dirigido a productores primarios, empresa de producción social, asociaciones, cooperativas y la pequeña y mediana agroindustria.

Con la firma de este convenio, se reafirma el compromiso de la Institución en la búsqueda de productos y servicios que se adapten a las necesidades de sus clientes, permitiendo la inclusión de importantes segmentos de productores agrícolas

al espacio institucional del crédito, contribuyendo así al reto de fungir como instrumento para el desarrollo de este importante sector productivo.

En relación a este sector, el Banco cerró el año 2008 con 2.815 clientes, y un cumplimiento de 22,26% superando así el porcentaje de obligatoriedad establecido.

Microempresario

En su interés de seguir apoyando las iniciativas del segmento microempresarial, el Banco Provincial ha ratificado su compromiso con el sector, al materializar una cartera total que asciende los Bs. 495,9 MM. En el transcurso del año 2008 se patrocinaron diferentes eventos, cuyo objetivo fue promover el desarrollo del sector microempresarial, apoyando también de esta manera el fortalecimiento de la microempresa como fuente multiplicadora de empleo y bienestar para el país.

Manufactura

Como señal inequívoca del apoyo al sector productivo del país, también se destinaron Bs. 1.364 MM al desarrollo de la industria manufacturera, entendiendo su vital importancia en el crecimiento económico del país.

Una gran campaña interna se llevó a cabo con la fuerza de ventas, cuyo objetivo fundamental fue dar a conocer las especificidades e importancia del sector manufacturero con miras a atender eficientemente sus necesidades.

Turismo

En lo que se refiere a la cartera de créditos destinados al sector turismo, registró un incremento de 111% con respecto al cierre de 2007. Durante este período se dio un impulso al segmento de pequeños y medianos proyectos turísticos, tales como posadas y transporte destinado a este sector.

Hipotecario

El financiamiento para la construcción estuvo dirigido al desarrollo de 23.273 unidades habitacionales, cuyos compradores finales se encontraban dentro de los lineamientos de la Ley Especial de Protección al Deudor Hipotecario de Vivienda, es decir, sus ingresos familiares mensuales no excedían las 150 Unidades Tributarias (UT) (Bs. 6.900).

Se otorgaron préstamos en alianza con el Banco Nacional de la Vivienda y Hábitat, a través del programa Alianza Casa Media, dirigido a mejorar la calidad de vida del segmento más bajo de la población, al igual que con la Cámara de la Construcción, con el financiamiento del programa denominado “Hogar Semilla” dirigido al sector con ingresos familiares mensuales hasta 28,98 UT (Bs. 1.333), el cual no había sido atendido por el sector construcción.

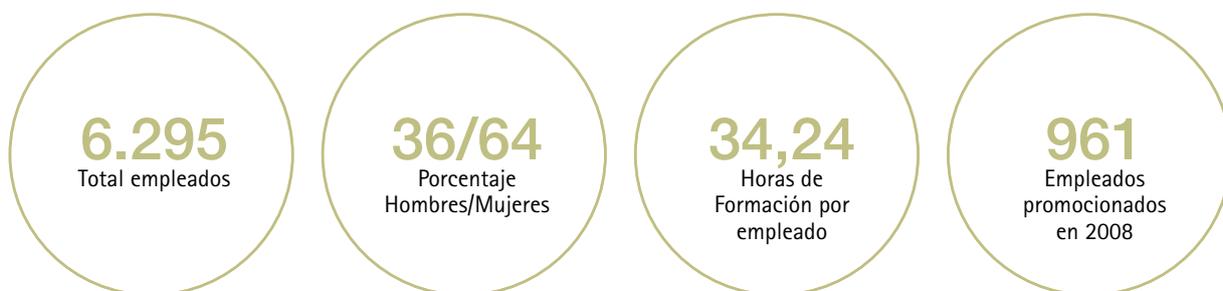
Asimismo, actuando como operador financiero y administradores de los recursos del Fondo de Ahorro Obligatorio para la Vivienda (FAOV), se brindó apoyo crediticio a Asociaciones Civiles con el respaldo de empresas constructoras, para el de-

sarrollo de 822 viviendas adjudicadas a familias amparadas bajo la Ley de Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat, contribuyendo así con el desarrollo habitacional del segmento con mayor necesidad de atención.

La cartera de créditos hipotecarios asignada con recursos del FAOV se ubicó al cierre del mes de diciembre 2008 en Bs. 57,2 millones, y la misma estuvo dirigida a créditos hipotecarios provenientes de la subrogación de la cartera de préstamos al constructor.

GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS

LA ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO, LA DIVERSIDAD, LA CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL, LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ... TODOS ELLOS SON RETOS A LOS QUE PRETENDEMOS DAR LA MEJOR RESPUESTA DESDE EL BANCO PROVINCIAL PARA PODER SER EL MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR.



El área de Desarrollo Corporativo se reestructuró con la idea de ser más eficiente y estar más próxima al apoyo que debe prestar al resto de las unidades, definiendo como prioritarios cuatro ejes de actuación que, apoyan el desarrollo de los planes estratégicos del Banco Provincial.

1. Disponer de mejor y mayor conocimiento de la plantilla y sus inquietudes.
2. Detectar y retener el talento.

3. Ofrecer una mejor calidad de servicio a la plantilla.
4. Optimizar el clima laboral.

PERFIL DE LOS EMPLEADOS | Los empleados son un activo fundamental para cualquier empresa. En el Banco Provincial este grupo de interés tiene una relevancia especial, puesto que parte de la cultura corporativa se refleja en la idea de trabajar “de personas para personas”. Para materializar este punto, uno de los objetivos prioritarios de la Institución es gestionar su capital humano, impulsando la mejora continua de los estándares éticos que afectan a sus empleados en el campo de la igualdad de oportunidades, en el desarrollo profesional y el personal, en el impulso y la mejora de la capacidad de trabajo en equipo, en el clima laboral y en el grado de satisfacción de todos los empleados.

EMPLEO Y SELECCIÓN | La gestión de selección cuenta con una política global y con un código de actuación dirigidos a garantizar la igualdad de oportunidades y la atracción



del talento. Además, se garantiza la máxima independencia y confidencialidad, de modo que todos los candidatos reciban el mismo tratamiento, superen los mismos procesos para incorporarse y no exista discriminación por sexo, raza, parentesco familiar u otras razones distintas de los propios requisitos establecidos para el puesto.

Empleados

	2008	2007	2006
	6.295 (*)	5.765	5.755

(*) Incluye trabajadores contratados, que en los años anteriores no se incluían.

Alcance: Banco Provincial

Dimisiones Voluntarias de la Plantilla (Turn-Over)⁽¹⁾

	2008	2007	2006
	8,74 (*)	9,61	9,53

(*) Incluye trabajadores contratados, que en los años anteriores no se incluían.

(1) Turn-over: (Bajas voluntarias / N° de empleados al inicio del período) x 100

Alcance: Banco Provincial

Altas Empleados

	2008	2007	2006
	990 (*)	376	781

(*) Incluye trabajadores contratados, que en los años anteriores no se incluían.

Alcance: Banco Provincial

Bajas de Empleados

	2008	2007	2006
	1.017 (*)	670	639

(*) Incluye trabajadores contratados, que en los años anteriores no se incluían.

Alcance: Banco Provincial

Plantilla por Edad (%)

2008				2007				2006						
Edad	media	<25	25-45	>45	Edad	media	<25	25-45	>45	Edad	media	<25	25-45	>45
	35	14,2	75	10,8		35,3	9,8	79,2	11,0		35,4	7,6	80,4	11,9

(*) Incluye trabajadores contratados, que en los años anteriores no se incluían.

Alcance: Banco Provincial

Contratos por género (%)

	2008			2007			2006		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
Fijos o indefinidos tiempo completo	36,18	63,82	96,18	33,03	56,79	89,82	34,20	59,17	93,37
Fijos o indefinidos tiempo parcial	0,21	0,85	1,02	0	0	0	0	0	0
Temporales	0	0	0	2,71	3,77	6,48	1,29	2,41	3,70
Otros	1,17	1,74	2,80	1,47	2,23	3,70	0,81	2,12	2,93

Alcance: Banco Provincial

Notas:

H=Hombres

M=Mujeres

Distribución funcional por género y categoría profesional (%)

	2008		2007		2006	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total Banco Provincial	36,02	63,98	37,00	63,00	37,00	63,00
Comité Dirección y Directores Corporativos	71,43	28,57	62,50	37,50	75,00	25,00
Directivos	63,04	36,96	57,41	42,59	59,62	40,38
Mandos Medios	45,95	54,05	45,78	54,22	47,16	52,84
Especialistas	44,52	55,48	47,49	52,51	46,62	53,38
Fuerza Ventas	28,82	71,18	28,81	71,19	29,11	70,89
Puestos Base	37,05	62,95	38,49	61,51	37,49	62,51

Alcance: Banco Provincial

VALORACIÓN, DESARROLLO PROFESIONAL Y COMPENSACIÓN

Durante 2008 Gestión de Recursos Humanos trabajó para cumplir un objetivo fundamental “*acercarnos a las personas*” y de esta forma gestionar el talento de la organización con mayor objetividad, fomentando oportunidades de desarrollo profesional a todos los empleados por igual. Se construyó e implantó una nueva *Política de Promoción* la cual establece los lineamientos corporativos para impulsar la promoción interna como base fundamental en el proceso de cobertura de vacantes, basada en los principios de igualdad de oportunidades, meritocracia y objetividad.

Como parte de la política de acercamiento a los empleados, se realizaron visitas a todas la unidades de negocio a nivel nacional, durante las cuales se discutieron los planes concretos de gestión del talento en las zonas, se realizaron entrevistas a empleados y se visitaron las oficinas donde se compartieron con los trabajadores ideas y opiniones de Recursos Humanos y se realizaron entrevistas de competencias a 1.743 trabajadores.

Las condiciones económicas del país precisan para el Banco Provincial la aplicación de una serie de medidas salariales oportunas y coherentes con respecto a la inflación que afecte el mercado nacional. Ante ello, se realizan las dos revisiones salariales anuales con ajustes de los sueldos de todos los empleados, tomando como referencia los índices de inflación informados por los órganos competentes. En este mismo sentido, se considera como otro elemento sobresaliente, la competitivi-

dad en el mercado financiero de los puestos estratégicos, las contraofertas salariales y finalmente los beneficios ofertados por la competencia.

La Retribución de la Incentivación Variable (DOR/AOR) para toda la plantilla, es también un indicador diferenciador en el sector financiero local, motivo por el cual, se ha comprobado que esta percepción ha fortalecido más el vínculo de nuestro talento humano con la Institución.

Finalmente se destaca la filosofía de compensación, la cual persigue generar mayor competitividad salarial, así como mantener la equidad interna de los cargos y las personas.

FORMACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Una de las claves de diferenciación de las empresas globales es la excelencia en la gestión del capital humano. Bajo esta premisa, el Grupo BBVA presentó en 2008 el Plan Global de Formación sobre cuatro ejes de actuación:

1. Innovar en la oferta formativa (contenidos, formatos y métodos) potenciando el conocimiento de las necesidades de los clientes.
2. Potenciar el desarrollo del talento por medio del desarrollo profesional.
3. Incorporar soluciones formativas y canales más eficientes y flexibles.
4. Responder a las nuevas necesidades de conocimientos y competencias globales del grupo.

En 2008 se crearon dos portales para la formación de idiomas (inglés y castellano).

De igual manera, se aprobó el Plan Global de Formación en materia de responsabilidad corporativa, el cual era uno de los objetivos del Grupo para 2008. Este plan incluye acciones formativas específicas a directivos, a los nuevos empleados, a los equipos especialistas de riesgos, compras e inmuebles y gestión de activos, así como acciones generales para todos los empleados.

A finales de año, se lanzó un curso virtual de Derechos Humanos disponible para todos los empleados, con ocasión del 60° aniversario de la Declaración Universal de Derechos Humanos.

El Plan Anual de Formación del Banco Provincial se fundamenta en las habilidades y conocimientos técnicos resultado del informe de competencias, las actividades corporativas definidas por el Grupo BBVA y las necesidades locales propias de un área o grupo determinado, buscando en todo momento ofrecer soluciones de adiestramiento que apoyen el desarrollo profesional de los empleados.

A través, de las soluciones formativas: Negocio Cliente, Finanzas y Riesgos, Management, Tecnología, Idiomas, Habilidades y otros conocimientos, se encuadran las principales actividades en pro de potenciar competencias, a través, de acciones formativas globales y locales.

Alineados con la estrategia del Grupo BBVA, se ofrecen por medio del canal formativo “CO-NOCE” un amplio abanico de opciones, que complementan significativamente las actividades ofrecidas vía presencial, logrando calar de manera significativa en nuestra cultura de aprendizaje.

Durante 2008, destacan actividades como:

- **Carrera al Éxito:** se formaron 916 nuevos administrativos multifuncionales de la red comercial, con el fin de apoyar el desarrollo de destrezas que garanticen un desempeño eficaz en el puesto de trabajo.
- **Programa Técnicas de Venta y Negociación:** 153 empleados se beneficiaron con las herramientas que aporta esta importante actividad en el desenvolvimiento exitoso de la acción de venta.
- **Programa Análisis de Estados Financieros y Riesgo Crediticio:** 339 empleados a nivel nacional se beneficiaron con las herramientas que aporta

esta importante actividad en el desenvolvimiento de sus actividades comerciales.

- **Programa de Resolución de Conflictos:** 149 empleados participaron en esta actividad formativa, permitiéndoles adquirir y reforzar destrezas y habilidades para resolver situaciones difíciles y conflictivas de cara a los clientes internos y externos.
- **Programa de Prevención y Legitimación de Capitales “Sensibilización” y “Toma de Conciencia”:** 2.102 empleados se ilustraron en las exigencias derivadas de las disposiciones legales y de las políticas y procedimientos internos, que le permitan al empleado identificar y comunicar aquellas situaciones que pudieran exponer a la entidad al riesgo de que sus productos y servicios sean utilizados con fines delictivos.

PROGRAMA “DEPENDE DE TI!”

El programa “Depende de Ti!” se implanta con el objetivo de capacitar al personal a través de un proceso de auto postulación; buscando fortalecer el vínculo entre los empleados y la Institución, mediante actividades orientadas tanto al área de negocios como dedicadas al esparcimiento intelectual y físico del empleado, mejorando su calidad de vida y contribuyendo a su formación integral.

Para dar inicio al Programa en el área de Negocios, se generó el Plan Académico de Formación en Banca y Finanzas, incorporando el curso de Análisis de Estados Financieros, en sesiones de tres horas al día con una duración promedio de 16 horas por curso.

Las actividades dedicadas al mejoramiento y el esparcimiento intelectual, con una duración promedio de 2 horas, incorporaron los siguientes talleres:

- Padres si, parejas no
- Alimentación sana
- Risoterapia
- Manejo del estrés
- Inteligencia emocional del líder de hoy
- Despierta el triunfador que hay en ti
- La autosuficiencia y su influencia en los equipos de trabajo
- Ser Excelente
- Masa Flexible (motivo: Navidad)
- Pintura en Madera (motivo: Navidad)

Se desarrollaron 5 cursos en Caracas y 16 actividades en el interior del país, en las que participaron 456 personas para un total de 2.693 horas de formación. Uno de los grandes beneficios de este Programa es la oportunidad de sumarle valor agregado a la formación del empleado, a través de su participación en actividades que enriquecen su conocimiento y la obtención de herramientas útiles extensibles a los diferentes ámbitos de su vida, motivo que impulsa la creación de este tipo de iniciativas, su continuidad en los próximos años y la intención de ampliarlas a nivel nacional.

PROGRAMA “CARRERA AL ÉXITO”

“Carrera al Éxito” es un programa de formación para nuevos ingresos de la red de oficinas, que busca apoyar al capital humano en un desempeño eficaz, con miras al desarrollo de una carrera profesional en los sucesivos cargos.

Su objetivo es proveer al nuevo empleado de la red de oficinas comerciales de un plan de formación que garantice, la preparación en conocimientos técnicos generales como son los de prevención de legitimación de capitales y de seguridad y salud laboral, y especiales, como aquellos inherentes al perfil funcional del cargo que ejerce o sucesivo

cargo a ocupar, brindando las herramientas para crear soluciones orientadas a la generación de valor y que redunde en los objetivos del negocio.

Desde el punto de vista motivacional, se espera que estimule al empleado a seguir una línea de acciones formativas que mejoren su desarrollo profesional.

Se atendieron a más de 900 empleados con el perfil de administrativo multifuncional, así como a 50 asesores integrales de oficinas, los cuales son pioneros en el Proyecto de Descongestión de Oficinas.

Se pretende continuar la ejecución de este Programa, incorporando fases de capacitación y actividades vía e-learning, destacando su importancia e incrementando la cantidad de tiempo invertido y la participación de las distintas áreas del Banco de manera presencial, a fin de motivar e implicar a los empleados.

CLIMA LABORAL | ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE EMPLEADOS

Se realizó la Encuesta de Satisfacción de Empleados, a través de la cual todos los trabajadores del Banco pueden opinar sobre las condiciones de trabajo y su vivencia profesional. La encuesta constituye uno de los canales de par-

Formación			
	2008	2007	2006
Inversión total en formación (en miles de Bs.)	5.943,27	2.900,00	2.767,00
Inversión en formación por empleado (en Bs.)	911,82	503,03	249,00
Horas de formación impartidas	223.162	185.249	163.814
Horas de formación por empleado	34,24	31,81	28,49
Actividad formativa mediante e-learning (%)	10,11%	47,5%	36,4%
Empleados que han recibido formación en el año (%)	78%	81,7%	73%

Alcance: BBVA Banco Provincial

Canales de Formación (%)			
	2008	2007	2006
Formación presencial	89,13%	73,73%	69,77%
Formación a distancia	0,76%	11,56%	23,25%
Formación a través de e-learning	10,11%	14,70%	6,97%

Alcance: BBVA Banco Provincial

ticipación más importantes y sirve para impulsar acciones dirigidas a mejorar las condiciones de trabajo y el clima laboral.

En la más reciente edición de la Encuesta de Satisfacción de Empleados, se contó con la activa y valiosa participación de 78% de la plantilla, compañeros que expresaron su opinión acerca de las condiciones en que desarrollan su trabajo y que brindaron su aporte en esa constante labor de hacer del Banco Provincial el mejor lugar para trabajar.

ENCUESTA DEL CLIENTE INTERNO

Con el propósito de obtener una medición sobre la calidad del servicio que prestan las distintas áreas, durante los meses de noviembre y diciembre se aplicó la Encuesta de Cliente Interno, instrumento que permite fortalecer uno de los principios corporativos “El equipo como artífice de la generación de valor”. Los resultados muestran un índice de satisfacción de 7,62.

La finalidad de esta Encuesta es detectar oportunidades de mejora que involucren el compromiso de las áreas y la sensibilización de toda la plantilla, en términos de actitud de servicio, a través de un aplicativo disponible en la intranet del Banco con aplicación anual que mide los siguientes indicadores:

1. Actitud de Servicio
2. Rapidez en Respuesta
3. Efectividad en la Respuesta

Resultados Estudios de Calidad y Satisfacción del Cliente Interno			
	2008	2007	2006
Mediciones Externas	7,62	7,66	7,44
Alcance: Banco Provincial			

Valorados en la siguiente escala:

- 1 – 2,99 Pésimo
- 3 – 4,99 Malo
- 5 – 6,99 Regular
- 7 - 8,99 Bueno
- 9 - 10 Excelente

BENEFICIOS SOCIALES Y OTRAS INICIATIVAS | Se ofrece un conjunto de beneficios sociales que disfrutaban los trabajadores, derivados de obligaciones legales, acuerdos contractuales y beneficios no contractuales, conformando una oportunidad de retribuir su dedicación a la Institución con una serie de iniciativas que aportan mejoras en su calidad de vida.

Enmarcados en los ejes de Pasión por las Personas, proyecto corporativo cuyo objetivo es incrementar la satisfacción de clientes y los empleados, se desarrollaron una serie de proyectos que influyen directamente sobre la satisfacción del recurso humano, en la búsqueda del establecimiento de un equilibrio entre el trabajo y la vida personal, entre los que destaca el Proyecto Corporativo Calidad de Vida, insertando una serie de iniciativas, tanto corporativas como locales, cuyo objetivo principal es hacer de la institución el mejor lugar para trabajar.

Acciones enmarcadas en la cultura corporativa y sustentadas en cinco ejes básicos de ejecución:

- **Tiempo:** nuestro modelo de trabajo busca promover flexibilidad y permite el uso más eficiente del tiempo.
- **Igualdad de oportunidades:** favorecemos la aplicación efectiva de este principio para fomentar la diversidad y gestionarla como ventaja competitiva.
- **Tecnología:** ponemos a disposición de nuestros empleados los medios tecnológicos necesarios para mejorar la administración del tiempo, la calidad del trabajo y la productividad.
- **Proyectos personales y familiares:** nos preocupamos por el bienestar de nuestros empleados y sus familias, por ello, estamos en constante búsqueda de medidas innovadoras que faciliten la realización de sus proyectos personales y profesionales.
- **Compromiso de la Alta Dirección:** para favorecer el mejor rendimiento y disfrute de todas las iniciativas de este proyecto por parte de sus equipos, con el fin de contribuir a un equilibrio adecuado entre la vida personal y profesional.

INICIATIVAS EJECUTADAS
Fortalecimiento del beneficio
Ticket de Alimentación

Desde Octubre de 2007, el Banco Provincial decidió extender el Beneficio de Ticket de Alimentación, a toda la plantilla fija del Banco, sin diferenciación de tope salarial alguno. Este beneficio fue orientado como un esfuerzo adicional para mejorar la calidad de vida de los empleados.

Desde el 1° de mayo de 2008, adicionalmente al cumplimiento de las exigencias legales y convencionales, se incrementó el valor del ticket diario en Bs. 9,52 por empleado. Esto se tradujo en un aumento a Bs. 150,00 mensuales, decisión que favoreció a todos los empleados porque permite aumentar la liquidez mensual. El resultado final, es la recarga electrónica mensual con Bs. 200,00, según los días hábiles trabajados en ese mismo período.

Planes Vacacionales / El Jardín de la Familia

En el marco de la apertura de los Planes Vacacionales 2008, se llevó a cabo bajo el lema “El Jardín

de la Familia” una actividad lúdico-educativa dirigida a los hijos de los empleados, con la finalidad de reforzar los valores de vida, tomando como fuente de éstos a la familia.

Además de esta actividad, el área de Beneficios Sociales al Personal retomó la modalidad de planes abiertos para los hijos de los trabajadores de 11 años en adelante, a fin de brindarles la oportunidad de visitar lugares e instalaciones turísticas fuera de Caracas; en esta ocasión el recorrido fue a la Isla de Margarita y a La Gran Sabana, donde los jóvenes disfrutaron períodos de 7 y 8 días respectivamente. Como incentivo adicional a los empleados, el Banco otorgó subsidios al costo por plan, oscilando entre 25% y 75%.

Créditos para la adquisición de vehículos

Las nuevas condiciones en la Política de Préstamos de Vehículos, promueven y optimizan la política de préstamos con condiciones preferenciales acordes a las necesidades de los empleados mejorando su calidad de vida. Esta nueva política con-



Plan Vacacional: Isla de Margarita

siste en mejores condiciones tales como: tasa de interés, cobertura de financiamiento en el costo del vehículo, otorgamiento del préstamo en base a la capacidad de endeudamiento (sin límite en el monto a otorgar), disminución de la antigüedad necesaria para ser elegible al beneficio y, por último, liberación del plazo para optar a una nueva solicitud.

Mejoras en gestión del Seguro Social Obligatorio

A partir de agosto de 2008, el Banco Provincial se integró al proyecto TIUNA; el cual consiste en el cambio de la modalidad de tramitación y pago de los aportes al Seguro Social Obligatorio, importante desarrollo tecnológico implantado por el Estado para hacer más eficiente la cancelación oportuna de la obligación. Con esta herramienta el Banco Provincial asegura mejorar el tiempo de respuestas a su plantilla activa y egresados con respecto a los trámites que deban consignar ante el Instituto Venezolano de los Seguros Sociales, ya que mediante el TIUNA se podrán realizar inclusiones, exclusiones, constancias de cotizaciones, corrección de datos filiatorios, entre otras operaciones que en el pasado eran necesario largos lapsos de espera para obtener respuesta a las solicitudes realizadas.

Como complemento para el mejor funcionamiento del Seguro Social, el Banco implantó a través de Intranet el Aplicativo de Autogestión de Reposos, donde todos los supervisores podrán procesar los reposos médicos de sus colaboradores, de manera que la información viaje de forma efectiva y veraz al sistema operativo, permitiendo disponer de la información sobre la plantilla en tiempo real.

Carrera Caminata Banco Provincial 2008

Con el objetivo de fomentar determinados valores como la capacidad de superación, el trabajo en equipo o el juego limpio entre los trabajadores, el Banco Provincial como parte del Grupo BBVA, organiza y financia diversas actividades deportivas. Este año ha celebrado la II Carrera Caminata Banco Provincial.

En esta oportunidad contó con la participación de más de 2.000 personas, entre empleados, familiares, clientes y relacionados. Al igual que el año anterior, el recorrido comprendió desde la Avenida Francisco de Miranda muy cerca de la entrada al Parque del Este hasta Chacaíto, abarcando las categorías: Carrera 10 Km., individual y por equipos (masculino, femenino y mixto), y Caminata 5 Km.





Club Social y Deportivo

Desde su creación en 1998, el Club Social y Deportivo Provincial promueve políticas orientadas a la distracción y esparcimiento de los socios y sus familiares, así como a la sana práctica deportiva, ofreciendo a sus afiliados la oportunidad de disfrutar de diversas instalaciones deportivas para fútbol de salón, baloncesto, voleibol y tenis, piscinas, parques infantiles, canchas de bolas criollas y un campo de softbol y béisbol menor.

Durante 2008, aumentó la participación de los empleados asociados y sus familias a las celebraciones organizadas, entre las cuales destacan: Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño, Copa XX Aniversario del Club Social y Deportivo Provincial, certamen que se extendió desde abril hasta el mes de agosto. También fungió de sede del Plan Vacacional organizado por el Banco para los hijos de los empleados integrando mucho más a la gran familia Provincial.

Programa de Profesionalización de CAEMPRO

Con la participación de 140 empleados asociados a escala nacional, desde el mes de septiembre de

2008, la Caja de Ahorros de los Empleados del Banco Provincial (CAEMPRO), a través del Convenio IEC (Instituto de Estudios Corporativos) con la Universidad Experimental Simón Rodríguez (UNESR) y el apoyo del área de Formación de Recursos Humanos, promueve la culminación de los estudios de pregrado y la obtención de la Licenciatura de Administración en la mención de Recursos Materiales y Financieros.

Campaña de financiamiento de computadoras portátiles e impresoras

Considerando que la calidad de vida es innovación, se desarrolló una iniciativa para la adquisición de equipos de computación por parte de los empleados, con atractivas condiciones de financiamiento. Al cierre de esta campaña, se obtuvieron resultados que superaron las 2.000 solicitudes de equipos.

Operativo de cedulación

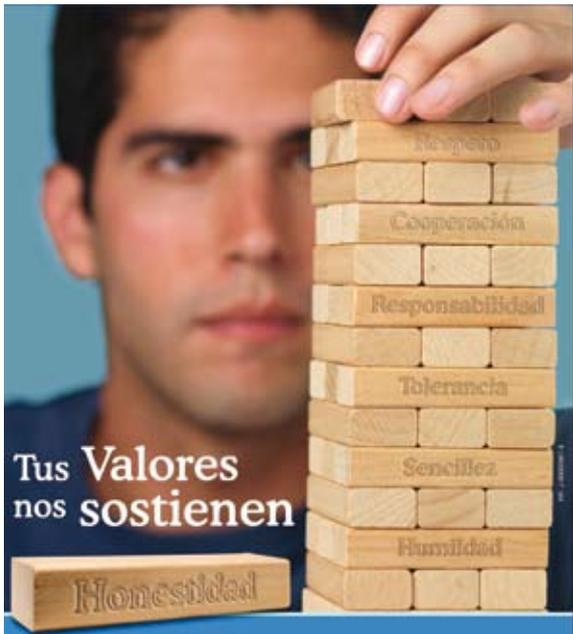
La realización del operativo de cedulación contó con la numerosa participación de los empleados y su núcleo familiar directo, brindándoles la oportunidad de obtener cédula de identidad para los casos

de renovación, extravío y duplicado, así como la primera cedulación de menores de edad.

Fundación Banco Provincial

La promoción de actividades educativas y culturales que generen la participación de los empleados y sus familias, tiene una altísima importancia para la Institución.

Por ello la Fundación Banco Provincial desarrolla actividades culturales para los empleados y su grupo familiar. Una de las iniciativas culturales, fue incorporar a la cesta navideña entregada a todos los empleados, como obsequio especial el DVD del film documental **Tocar y Luchar**, con el objeto de compartir con todos los compañeros parte de la experiencia y de la labor del Sistema Nacional de las Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela, así como los valores y principios que la definen, consistente con la campaña interna de valores.



CAMPAÑA INTERNA VALORES

Con el objeto de reforzar los valores éticos, optimizar el trabajo en equipo y ser una organización más eficiente, durante el segundo semestre de 2008 se lanzó en el Banco Provincial, la campaña interna VALORES, cuyo centro es reforzar y enfatizar la importancia que tiene para la institución que sus empleados promuevan los valores de ética personal y profesional, los cuales llevan al cumplimiento de las normas específicas del banco, fortaleciendo la imagen de la institución y generando

más confianza en los diversos grupos de interés y sectores de la sociedad.

Los valores se manejaron en torno a los siguientes temas: cooperación, respeto, honestidad, responsabilidad, tolerancia, sencillez y humildad, entendiendo que son y deben seguir siendo los pilares de nuestra Institución.

El material que se utilizó para reforzar el conocimiento de los VALORES personales fue, un documento sobre riesgos de fraude, el Reglamento de Disciplina, el Código de Conducta, la Guía de Comportamientos, la publicación Valores Personales editado por el Banco para esta campaña y el Manual de Términos Laborales, así como un Obsequio de Valor concebido para ayudar a cultivar la importancia de los valores personales, todo lo cual fue distribuido entre la totalidad de la plantilla en Venezuela.

Los resultados de la Campaña Interna Valores, incluyen:

1. El refrescamiento del Código de Conducta como de los Principios Corporativos.
2. La creación de los manuales de términos laborales, el reglamento de disciplina, el libro Valores, el CD Jardín de Valores y la línea 0800-HABLA-LO, que estará a cargo del área de Cumplimiento Normativo.
3. La difusión y distribución de material promocional a todos los empleados del Banco.
4. La creación de videos animados para reforzar la campaña.
5. El mantenimiento a través de mensajes periódicos, destacando los valores que impulsaron la campaña.

Los logros fueron posibles como resultado del trabajo en equipo de las áreas de Relaciones Laborales, Calidad, Cultura y Atención al Cliente, Cumplimiento Normativo, Formación, Diseño y Desarrollo, Transformación y Productividad, Publicidad, Compras, Servicios Generales, Correo, Auditoría y Comunicación e Imagen.

Tasa de Absentismo			
	2008	2007	2006
Alcance: Banco Provincial	2,26	1,70	1,93

Obligaciones Legales

Beneficio	Beneficiarios directos	Inversión ejecutada en Bs.
Ley de Alimentación para los trabajadores (Ticket Alimentación)	Empleados	22.138.959,51
Guarderías (1)	Hijos de empleados (1)	1.331.899,87
Bono vacacional	Empleados	19.140.683,00
Seguridad Social		8.962.192,62
TOTAL		51.573.735,00

(1) Desde 0 a 5 años

Alcance: Banco Provincial

Acuerdos Contractuales

Beneficio	Beneficiarios directos	Inversión ejecutada en Bs.
Créditos hipotecarios	Empleados	17.496.703,50
Créditos de vehículos	Empleados	24.422.863,53
Becas	Empleados activos del Banco y sus Empresas Filiales (1)	172.050,23
Contribución funeraria	Empleados	268.185,00
Póliza HCM	Titular, cónyuge, hijos, padres y hermanos	25.301.353,79
Seguro de accidente	Empleados (2)	19.450,00
Dotación de uniformes	Empleados	2.228.038,00
Prima por bonificación de matrimonio	Empleados	8.960,00
Subsidio familiar	Empleados (3)	174.292,00
Juguete Navideño	Hijos de empleados (4)	640.088,34
Plan Vacacional	Hijos de empleados (5)	1.380.000,00
TOTAL		72.111.984,39

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

(2) Cubre los casos de accidente, incapacidad y fallecimiento

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

(4) Hijos de 0 a 12 años

(5) Hijos de 4 a 17 años

Alcance: Banco Provincial

Beneficios no Contractuales

Beneficio	Beneficiarios directos	Inversión ejecutada en Bs.
Ayuda Social	Empleados, cónyuge, hijos y padres	93.548,31
Subsidio comedor	Empleados	5.067.991,32
Subsidio estacionamiento	Empleados	518.705,00
Servicios Médicos	Empleados	193.309,00
Obsequio Navideño	Empleados	3.000.000,00
Libro Infantil: obsequio navideño	Hijos de empleados	55.850,04
TOTAL		8.929.403,67

Alcance: Banco Provincial

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN: REPRESENTACIÓN SINDICAL Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

En el Banco Provincial se respeta el papel y la responsabilidad que concierne a las representaciones sindicales de acuerdo a lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, los Convenios Internacionales suscritos en el marco de la Organización Internacional del Trabajo, la Ley Orgánica del Trabajo y su respectivo reglamento. Bajo este supuesto, el rol fundamental del sindicato será el estudio, defensa, desarrollo y protección de intereses profesionales así como el mejoramiento social, económico y moral de sus asociados.

El derecho de toda persona de asociarse libremente para la defensa de sus intereses profesionales se encuentra consagrado en instrumentos internacionales como la Declaración de Filadelfia, la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, la Carta Internacional Americana de Garantías Sociales y los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Los Convenios 87 y 98 de la OIT, ponen en manifiesto el derecho a la libertad sindical y lo desligan de toda asociación *in genere*, de donde tiene sus orígenes.

En Venezuela, la expresión “libertad sindical” trae consigo una serie de reglas que garantizan el ejercicio de libertades, como lo son: constituir sindicatos; afiliarse o no a ellos libremente; no ser excluido a ellos sin causa legal que lo justifique; no asociarse a sindicato alguno, entre otras. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, tiene una connotación muy especial en cuanto a la libertad de asociación sindical garantizada a los trabajadores, en su artículo 95 el cual reza:

“Los trabajadores y trabajadoras, sin distinción alguna y sin necesidad de autorización previa, tienen derecho a constituir las organizaciones sindicales que estimen convenientes para la mejor defensa de sus derechos e intereses, así como afiliarse o no a ellas, de conformidad con la ley.”

Al cierre de 2008, el Banco Provincial está ante una situación novedosa, como lo es la existencia de dos organizaciones sindicales nacionales legi-

timadas ante el Ministerio del Poder Popular del Trabajo y la Seguridad Social. La representación empresarial, se mantiene a la espera porque el referido Ministerio se pronuncie sobre la solicitud de referéndum sindical y así los trabajadores decidan con cuál de las organizaciones sindicales podrá discutirse el proyecto de Convención Colectiva de Trabajo.

Sin embargo, el Banco Provincial mantuvo las dos revisiones salariales de 2008 y decidió compensar a su fuerza laboral, tomando en cuenta las tendencias remunerativas del mercado financiero, las condiciones socioeconómicas existentes y cumpliendo con lo establecido en la Convención Colectiva vigente.

Expedientes disciplinarios

	2008	2007
Sobreseimientos	10	22
Sanciones	100	126
Despidos a causa de sanciones (desvinculaciones)	56	41
TOTAL	166	189

Alcance: Banco Provincial

Asuntos contenciosos

	2008	2007
Demandas derivadas de expedientes disciplinarios	0	0
Reclamaciones individuales	78	55
Conflictos colectivos	0	0
Actuaciones de los órganos de la Administración	14	7
TOTAL	92	62

Alcance: Banco Provincial

SALUD Y SEGURIDAD LABORAL | SERVICIO DE SALUD OCUPACIONAL

Se consolidó la formación de un servicio de salud con criterio médico ocupacional tal y como la legislación venezolana lo establece, este importante logro fue posible gracias a la contratación, de una empresa especializada en el tema. Resultado de esta contratación por primera vez desde que la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo entró en vigencia, bajo el eslogan “Para nosotros

tu salud es lo más importante”, se realizaron exámenes médico ocupacionales a un total de 1.400 trabajadores del Centro Financiero Provincial y a un total de 200 empleados de la red de oficinas, fortaleciendo así la cultura preventiva en lo que a seguridad y salud en el trabajo se refiere.

PROGRAMA DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

En fecha 1° de diciembre de 2008 se publicó la Gaceta Oficial número 39.070 que establece los lineamientos para el diseño del Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo y la derogación de las normas técnicas COVENIN que fueron utilizadas para el diseño del programa con el que contaba el Banco Provincial; en respuesta a este cambio, el equipo de Salud y Riesgo Laboral comenzó el diseño del nuevo Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo, como lo establece la nueva norma publicada.

FORMACIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD

Uno de los ejes fundamentales para la consolidación y el mejoramiento continuo de la política preventiva es la formación en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo. La política de formación en este tema fue enfocada en dos ejes fundamentales, formación presencial y formación vía e-learning. Otra actividad formativa lograda en 2008 fue crear con el apoyo del Cuerpo de Bomberos Metropolitanos de Caracas, un equipo especializado en el rescate de lesionados, técnicas de primeros auxilios, desalojo y combate de incendio, denominado “Brigada de Emergencia de Salud y Riesgo Laboral”; la cual está integrada por 41 trabajadores y cuyo objetivo primordial, es ayudar a preservar la vida de sus compañeros de trabajo, al momento de presentarse alguna situación de emergencia.

COMITÉS DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

El Banco Provincial, en busca del cuidado de la salud y seguridad de sus trabajadores, se enfocó en el transcurso de 2008 a realizar charlas informativas a las Gerencias Territoriales, con la finalidad de impulsar y capacitar a todos los Gerentes y Sub Gerentes en materia de salud y seguridad laboral, haciendo especial énfasis en temas como: prevención y declaración de accidentes laborales y conformación, registro y funcionamiento del Comité

de Seguridad y Salud Laboral. De dicha gestión formativa resultó la conformación de 81 Comités de Seguridad y Salud Laboral y 162 delegados de prevención.

ATENCIÓN PRIMARIA Y OPERATIVOS MÉDICOS

En las instalaciones del servicio médico del Centro Financiero Provincial se atendieron 1.500 empleados por afecciones de salud cuya distribución aproximada fue:

ORL*	40%
ME**	20%
Respiratorias	10%
Cardiovasculares	10%
Endocrinas	5%
Ojos	1%
Cabeza y Cuello	1%
Digestivas	13%

*Otorrinolaringología
**Músculo esqueléticos

Además de la atención primaria se realizaron 12 operativos de salud destinados al despistaje de patologías comunes con el fin de reforzar la prevención de enfermedades en nuestros centros de trabajo.

ADECUACIÓN DE SILLAS

Desde el área de Servicios Generales, se elaboró un censo del número y la condición de las sillas en las instalaciones del Banco, realizando la adquisición de 455 sillas ergonómicas para los empleados.

Asimismo, se repararon y ajustaron 2.451 sillas, adecuándolas a los estándares ergonómicos necesarios, mejorando las condiciones de seguridad y salud laboral de los empleados.

El total de casos atendidos en materia de cambio, adecuación e instalación de sillas durante 2008, fue de 2.906, todo lo cual redundo en mejores condiciones para empleados.

COMUNICACIÓN INTERNA | El principal objetivo de Comunicaciones Internas es apoyar estructural y estratégicamente, desde el punto de vista comunicacional, el proyecto empresarial del Banco Provincial. Esta área es responsable de la planificación, el diseño y

la gerencia de los canales de comunicación interna y de toda iniciativa que permita a la plantilla conocer y mantenerse actualizada sobre la Institución, reforzar una visión compartida, positiva y objetiva, así como fortalecer las bases culturales que dan sentido y conducen el negocio.

Bajo estas directrices, en el año 2008 se concretaron las siguientes acciones:

Canales de comunicación interna

Impresos

- **Revista Entorno:** producción y distribución de las ediciones No.7, No.8, No.9, No.10 y No.11 de esta revista local.
- **Revista adelante:** coordinación y distribución de las ediciones No.17, No.18, No.19 y No.20 de esta revista corporativa, con contenido local y del Grupo BBVA.
- **Circuito de carteleras:** se realizó el montaje de 53 ediciones de este circuito de carteleras.

Electrónicos

- **Sección Noticias del Portal Principal de Intranet:** a través de este canal de actualización diaria, se gestionó una media de 500 notas informativas a lo largo del año.
- **Dossier Semanal de Comunicaciones Internas:** se elaboraron 53 ediciones de este dossier semanal, dirigido a la alta gerencia de la Institución.
- **Intranet Corporativa BBVA:** se participó activamente en la pauta informativa de la Intranet Corporativa del Grupo BBVA.
- **Informe BBVA Actividad América:** se participó en las once ediciones de este boletín elaborado por BBVA.
- **Asesoría a otras áreas del Banco:** el área es responsable de revisar todas las comunicaciones que emitan las distintas dependencias del Banco a través de correo electrónico y que estén dirigidas a todo el personal, gestionando una media de 240 notas informativas en el año.

Es importante destacar que a lo largo de este año se dio una mayor cobertura a las iniciativas y proyectos en materia de responsabilidad corporativa a través de los canales internos de comunicación,

a fin de sensibilizar al personal en este ámbito de actuación y potenciar aquellos valores que nos definen como un equipo socialmente responsable.

ACTIVIDADES Y CAMPANAS INTERNAS:

- **Encuentro con la Presidencia:** se realizaron un total de 34 encuentros y

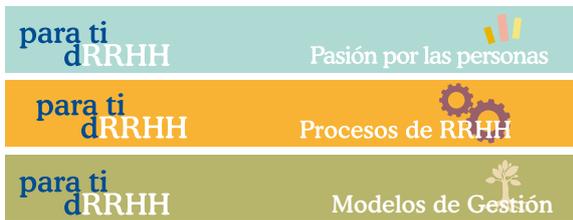
se contó con la activa participación de aproximadamente 446 empleados a nivel nacional, brindando el espacio idóneo para fortalecer la comunicación ascendente y descendente en la Institución.



Mención Honorífica. Sonrisas, por Yaniret Sosa

- **Concurso de Fotografía para empleados:** se llevó a cabo la cuarta edición de esta iniciativa corporativa, logrando la participación de 179 empleados.
- **Concurso de Dibujo BBVA para hijos de empleados:** por cuarto año consecutivo se realizó esta convocatoria, logrando la participación de 201 hijos de empleados.
- **Convocatoria Ruta Quetzal BBVA para hijos de empleados:** a fin de incentivar la participación de los hijos de empleados en este programa cultural y de aventura patrocinado por BBVA, específicamente en la edición del 2009, se emprendió una campaña de mercadeo directo entre los empleados con hijos nacidos entre los años 1992 y 1993.
- **Campañas internas:** se llevaron adelante diferentes campañas informativas y de sensibilización, a través de los canales de comunicaciones internas, en sinergia con distintas áreas del Banco.





Para mejorar la difusión de políticas, procesos, servicios e iniciativas de Recursos Humanos, con la colaboración de Comunicación e Imagen, se ha definido en 2008 un nuevo estilo de comunicación. El principal cambio se centra en el concepto Para ti dRRHH, donde el protagonista es el receptor del mensaje (para ti).

Esta iniciativa surge a partir de las demandas de los empleados manifestadas en el última encuesta de satisfacción realizada en el 2005.

Otro avance importante es la organización de la comunicación en torno a tres tipos de contenidos:

- Los que conciernen a los programas e iniciativas para el beneficio personal de la plantilla: Pasión por las Personas.
- Las comunicaciones sobre las políticas de Recursos Humanos: Modelos de Gestión.
- Los que hablan de los trámites que se deben seguir: Procesos de Recursos Humanos.

De igual manera, el Servicio de Atención al Empleado (SAE) es un canal de comunicación múltiple (intranet, teléfono y correo electrónico) que permite dar una mejor y más ágil respuesta a cualquier tipo de cuestión o consulta individualizada planteada por la plantilla en relación con las políticas y procesos de Recursos Humanos. Esta iniciativa exitosa en España y México, fue implantada en 2008 en Venezuela, con la creación del SAE.



Inauguración del Servicio de Atención al Empleado (SAE)

COMPRAS RESPONSABLES

COMPRA RESPONSABLE ES AQUELLA QUE SE REALIZA TENIENDO EN CUENTA LOS **IMPACTOS AMBIENTALES Y SOCIALES**, DIRECTOS E INDIRECTOS, QUE PUEDE GENERAR LA ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.



POLÍTICA Y MODELO CORPORATIVO DE COMPRAS

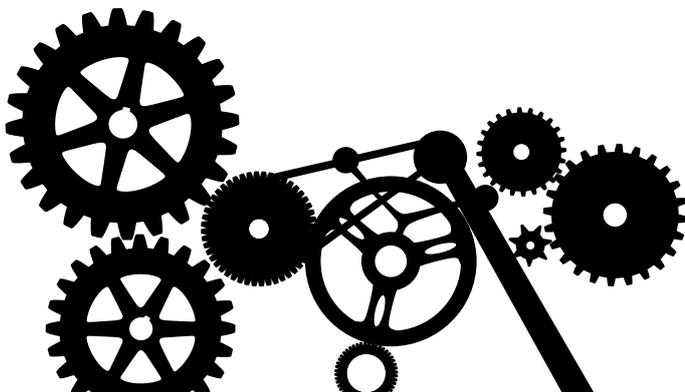
La Unidad de Compras, Inmuebles y Servicios Generales estrenó un nuevo modelo organizativo global orientado a la homogeneización de los procesos y el control a nivel global, el cual está estructurado en “funciones corporativas” y “funciones país”. Este diseño permite mantener una política sostenible de los costos de aprovisionamiento y mejorar los procesos, perfeccionando los servicios que presta la organización.

Banco Provincial apostando por una relación con sus proveedores, se basa en dos aspectos esenciales:

- La aplicación de criterios de objetividad, transparencia, profesionalidad e igualdad de oportunidades tanto en la selección de proveedores, como en la relación con los mismos.
- El impulso entre los proveedores, de los principios de ética y responsabilidad corporativa.

Para la Institución, una negociación eficaz es aquella en la que se consigue satisfacer las necesidades reales del cliente interno con la mejor calidad y el mejor nivel de servicio al menor costo posible, y en el plazo previsto.

Para el año 2009, continua el programa establecido en 2008 de celebración de reuniones periódicas con los proveedores estratégicos, con el objeto de establecer con ellos relaciones sólidas y duraderas que proporcionan estabilidad y calidad a la relación comercial.



Con el apoyo y la asesoría del área de Salud y Riesgo Laboral, se reformuló la Norma 94.30.006 denominada “*Condiciones de Seguridad y Salud Laboral para la ejecución de obras, prestación de servicios y uso de espacios por terceros*”, la cual entrega el área de Compras a todo el Registro de Proveedores de Banco Provincial, sensibilizando y reforzando la concientización de los proveedores en esta materia.

En consonancia con la responsabilidad social extendida a los proveedores, el Banco establece controles cuando se realizan compras superiores a un determinado importe de facturación, sin embargo este control se ha expandido a todos los proveedores que poseen relación comercial con el Banco, realizando visitas a las sedes o instalaciones del proveedor, validando el respeto a los derechos humanos y las leyes vigentes.

- Objetividad
- Transparencia
- Creación de valor
- Confidencialidad

CÓDIGO ÉTICO | Uno de los criterios que marca la relación de Banco Provincial con sus proveedores se enmarca en el Código de Conducta del Grupo BBVA, el cual establece lo siguiente:

“BBVA valora especialmente a aquellos proveedores que comparten los principios que sustentan este Código y que han adoptado para el desarrollo de sus actividades los compromisos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas”.

Principales Proveedores N° de proveedores clasificados por volumen de facturas

Menos de Bs. 275 Miles			Bs. 275 Miles Bs. 825 Miles			Bs. 825 Miles Bs. 2.750 Miles			Más de Bs. 2.750 Miles			TOTAL Proveedores		
2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006
947	895	1.126	103	68	66	59	57	49	44	25	23	1.153	1.045	1.264

Alcance: Banco Provincial

PRINCIPIOS APLICABLES A LOS INTERVINIENTES EN EL PROCESO DE APROVISIONAMIENTO
El Grupo BBVA cuenta con unos Principios de Aplicación a los Intervinientes en el Proceso de Aprovechamiento, un documento que desarrolla los puntos del Código de Conducta, que son de especial aplicación a las funciones que intervienen en este proceso, las cuales se rigen por el respeto a la legalidad vigente en cada uno de los ámbitos geográficos en que realiza su actividad. Concretamente, en cuanto a la relación del Banco Provincial con sus proveedores, se establecen y desarrollan los siguientes principios y pautas generales:

- Respeto a la legalidad
- Compromiso con la integridad
- Concurrencia

SISTEMA DE HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

Como parte de la política de Compras, se requiere que los proveedores pasen por un proceso de homologación, para asegurar que cuentan con la capacidad productiva, técnica, financiera y de calidad comercial que el Banco necesita.

En el proceso de actualización de los cuestionarios de homologación a implantarse en 2009, se incluyen preguntas específicas sobre el cumplimiento de los diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, relativos a los derechos humanos, trabajo y medio ambiente. Asimismo, a cada proveedor se entrega el Manual de Seguridad y Salud Laboral del Banco Provincial para terceros, formalizándose por escrito su obligación de cumplir, implantar y evaluar su gestión a través de un Programa de Seguridad y Salud Laboral.

Homologación de Proveedores

	2008	2007
Número de proveedores homologados	83	76
Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación (%)	65	62
Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación	90	89

Alcance: Banco Provincial

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y APROVISIONAMIENTO | El Banco, dispone de una herramienta electrónica denominada Plataforma de Comercio Electrónico

Adquiera, orientada a lograr un aprovisionamiento cada vez más eficiente y transparente, la misma facilita las relaciones comerciales, fomentando la transparencia en las negociaciones y la optimización del tiempo.

Ventajas:

- Mejorar el nivel de servicio ofrecido al cliente interno.
- Reducir los tiempos de negociación.
- Integrar la información en un único sistema integral.
- Procedimientos que permiten a los usuarios y proveedores conocer el estado de las solicitudes y los pedidos, fomentando el acceso de los mismos al pliego de condiciones en cada negociación.
- Mejorar la eficiencia al asegurarse el cumplimiento de los contratos.

Se ha impulsado el uso de la herramienta durante el año 2008 en un 145 % más que el año anterior, garantizando de esta manera todos los puntos que se mencionan anteriormente.

Por otra parte, se han generado ahorros del equivalente en bolívares de 6.000.000 euros en negociaciones de compras gestionadas con los proveedores con un porcentaje promedio del 13% de ahorro por cada una de las compras gestionadas.

PROYECTOS RESPONSABLES CON PROVEEDORES | Dentro de las acciones de este tipo, destacan la continuidad de:

- **Donación de 1.004 Cartuchos de Tóner a la Fundación Amigos del Niño que Amerita Protección (FUNDANA)**, creada en 1991 con el fin de atender y formar en sus Casas de Abrigo “Los Chiquiticos”, a niños desde recién nacidos hasta los seis años de edad, olvidados, sin hogar, carentes de cariño, amor y dedicación, de la educación moral y la atención que les permita convertirse en adultos sanos, útiles y felices.

A través del plan de autofinanciamiento “Hasta el último cartucho”, FUNDANA recolecta cartuchos de impresoras de cinta, láser y tinta, donados por instituciones públicas y privadas, que son enviados para la venta a empresas de reciclaje, generando un ingreso fijo mensual para esta institución.

- **Donación de 26.654 kilogramos de papel a la Fundación Renacer**, creada con la finalidad de captar, educar y restaurar a las personas por medio de las enseñanzas religiosas, fomentando la aplicación de los valores éticos y morales, generando soluciones contundentes que permitan consolidar el buen funcionamiento de la sociedad. Garantizan las condiciones de vida de los infantes y sus familias, otorgando lo propio para cubrir sus necesidades fundamentales para su crecimiento y desarrollo integral.

Uso de Herramientas de Gestión

	2008	2007
Número de negociaciones electrónicas	105	10
Número de pedidos electrónicos	84	67
Número de referencias solicitadas contra catálogo electrónico	195	100

Alcance: Banco Provincial

GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

EN EL BANCO PROVINCIAL TRABAJAMOS PARA MINIMIZAR LOS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES DIRECTOS DE NUESTRA ACTIVIDAD Y PROMOVEMOS LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO.



POLÍTICA CORPORATIVA MEDIOAMBIENTAL

El desarrollo sostenible es una prioridad para el Grupo BBVA que, como entidad financiera, ejerce una destacable influencia sobre el medio ambiente, ya sea a través del consumo de recursos naturales en el desarrollo diario de la actividad empresarial (impactos directos), o a través de las consecuencias que tiene para el medio ambiente, los productos y servicios que ofrece la Ins-

titución, especialmente los relacionados y el financiamiento de proyectos (impactos indirectos).

Para compatibilizar bajo un modelo de desarrollo sostenible las dimensiones económica, social y ambiental de la compañía, el Grupo cuenta desde el 2003 con una política medioambiental que afecta a todas sus entidades y actividades. Esta política busca impulsar la integración efectiva de los criterios ambientales en el conjunto de actividades que desarrolla BBVA, haciendo de estos criterios un elemento diferencial y de ventaja competitiva. El comportamiento responsable con el entorno de todas las unidades y personas que forman parte del Grupo es la mejor muestra de este compromiso con el medio ambiente.

Los objetivos generales de esta política son:

- Eficiencia en el uso de los recursos naturales.
- Cumplimiento de la normativa vigente.
- Inclusión de criterios ambientales en el análisis de riesgos en operaciones financieras.
- Desarrollo de productos y servicios financieros en materia ambiental.



- Influencia positiva en el comportamiento ambiental de los grupos de interés.

La compañía cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), que permite desarrollar la política descrita y mejorar el desempeño ambiental de manera continua.

Entre las líneas de acción del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas de Banco Provincial para 2009, se destacan los temas de gestión ambiental. Se prevé realizar una campaña interna sobre el tema de reciclaje de papel y otros materiales reciclables. Asimismo, se ha planificado concretar acuerdos/alianzas con empresas que gestionan reciclaje de papel, plástico y vidrio. Se estima una etapa piloto con dispensadores especiales en lugares estratégicos y la promoción de un nuevo eje de voluntariado.

Consumo de agua

	2008	2007	2006
Total agua consumida (m3)	368.312	244.637	248.658
Agua consumida por empleado (m3)	58,5	44,48	45,21

Alcance: Banco Provincial

Consumo de combustible

	2008	2007
Total gasoil consumido (l)	58.000	70.000

Alcance: Banco Provincial

Gestión de residuos

	2008	2007	2006
Papel (kg)	0	42.835	155.000
Toners (kg)	361,44	127,6	158

Alcance: Banco Provincial

Consumo de papel

	2008	2007	2006
Total papel consumido	209.097 (kg)	254,592 (t)	282,900 (t)
Total papel consumido por empleado	32,2 (kg)	0,0463 (t)	0,0497 (t)

Alcance: Banco Provincial

Nota: A partir de 2008, la medida de cálculo cambió de toneladas a kilogramos

Consumo de electricidad

	2008	2007	2006
Electricidad consumida	86.903.659 (Kwh)	414,74 (GJ)	428,84 (GJ)
Electricidad consumida por empleado	13.805 (Kwh)	0,08 (GJ)	0,08 (GJ)

Alcance: Banco Provincial

Nota: A partir de 2008, la medida de cálculo cambió de GJ a Kwh

Viajes en avión

	2008	2007
Tramos menores a 452 km	604.565	115.285
Tramos entre 452 y 1600 km	1.249.751	1.104.987
Tramos mayores a 1600 km	4.234.744	2.668.934

Alcance: Banco Provincial

Viajes en auto

	2008	2007
Kilómetros automóviles de directivos	545.130	480.531
Kilómetros automóviles de empleados	337.376	388.843

Alcance: Banco Provincial

Videoconferencias

	2008	2007	2006
Videoconferencias	244	192	144
Salas equipadas con videoconferencias	9	7	8

Alcance: Banco Provincial

PLAN GLOBAL DE ECOEFICIENCIA | BBVA presentó el pasado 21 de noviembre de 2008 su Plan Global de Ecoeficiencia para el período 2008-2012, convirtiéndose en la primera entidad financiera española que lanza un plan de tales características con objetivos concretos y una dotación de recursos que alcanza los 19 millones de euros. La puesta en marcha de todas las medidas de este plan van a suponer un ahorro anual estimado para el Grupo de 1,5 millones de euros a partir de 2012.

Convencidos de que la preservación del medio ambiente forma parte de la base para la innovación y diferenciación de la Institución, el Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012, forma parte del Sistema de Gestión Ambiental y tiene como objetivo minimizar los impactos ambientales directos del Grupo BBVA, generando:

- Ahorro en costos
- Mejoras en la imagen y reputación
- Reforzar eligibilidad de la acción

El primer paso para una buena gestión medioambiental es la recopilación y seguimiento de indicadores ambientales. Esta labor viene desempeñándose en Banco Provincial desde 2005, incorporando mejoras relativas al alcance y a la calidad de la información.

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

EL BANCO PROVINCIAL ESTÁ COMPROMETIDO CON LA CALIDAD DE VIDA Y EL DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES DONDE ESTÁ PRESENTE.

INVERTIR EN EDUCACIÓN ES INVERTIR EN UN FUTURO MEJOR PARA LAS PERSONAS.

Bs.11.419

Miles
Total recursos
destinados al Plan
de Acción Social

4.500

Estudiantes
beneficiados por el
Programa Becas de
Integración

10.607

Docentes y alumnos
beneficiados por el
Programa Papagayo

ASPECTOS RELEVANTES El compromiso con la calidad de vida y el desarrollo de las comunidades en las que está presente constituye uno de los principios corporativos de Banco Provincial. Este compromiso es el motor que impulsa a la acción de la empresa de muy diversas formas.

Como ha quedado de manifiesto a lo largo de todo este informe, la principal contribución del Banco a la sociedad tiene lugar a través de su

actividad empresarial habitual. Lo hace con los productos y servicios que ofrece y que repercuten positivamente en la sociedad en general y, en particular, en ciertos colectivos más desprotegidos. La creación de empleo y la atención a las necesidades de sus distintos grupos de interés, son otros aspectos por los que la propia acción de la compañía tiene un impacto beneficioso en las comunidades en las que opera.

En el 2008 y ante el entorno de crisis global, ha reforzado este compromiso, lo que se pone claramente de manifiesto con el significativo aumento de los recursos destinados en apoyo a la comunidad: de 1.439 miles de bolívares en 2007 a 11.419 miles de bolívares este año.

De forma progresiva, BBVA ha introducido mejoras en el sistema de evaluación y seguimiento del impacto social de sus actuaciones, con el propósito de reforzar la planificación de su Acción Social. Con tal fin, se utiliza la metodología del London Benchmarking Group (LBG), herramienta que mide la contribución social y el impacto en el entorno que provoca la actividad empresarial.



Así el uso del LBG ha servido para consolidar la política de transparencia del Grupo BBVA y en este caso de Banco Provincial.

El Plan de Acción Social viene avalado por el Plan Estratégico de Responsabilidad Corporativa, aprobado por el Grupo BBVA en febrero del 2008 y tiene como núcleo fomentar la educación en general y a la educación financiera en particular, considerando que son instrumentos valiosos para el desarrollo y progreso de las sociedades.

Las actuaciones específicas sin ánimo de lucro, orientadas a contribuir directamente al bienestar y paliar necesidades básicas, conforman el compromiso con la sociedad. El Banco está implicado de forma activa para conseguir su cumplimiento y en especial lo hace a través de su Fundación, que gestiona una parte importante de los recursos destinados al Plan de Acción Social, el cual constituye una inversión mayor al 1% del Beneficio Neto del Banco.

FORMALIDADES EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

La política de Responsabilidad Corporativa en Banco Provincial tiene como principal objetivo, definir los compromisos e impulsar los comportamientos que permitan generar valor para los

grupos de interés (valor social) y también para la entidad (valor reputacional y valor económico directo). Estos compromisos y comportamientos deben ser expresión de la visión y de los principios corporativos, responder lo mejor posible a las expectativas de los grupos de interés y reforzar la estrategia de negocio.

Durante el año 2008, se creó el área de Responsabilidad y Reputación Corporativas, integrando esta figura dentro de la estructura de la Dirección de Comunicación e Imagen, con el fin de coordinar la gestión de seguimiento a las iniciativas ejecutadas por la institución, fortaleciendo los programas de desarrollo, y con la integración de nuevas oportunidades sociales de negocio, que generen valor social y valor para la institución.

FUNDACIÓN BANCO PROVINCIAL Como Asociación civil sin fines de lucro, tiene la misión de promover y realizar programas para el desarrollo social, con énfasis en la educación y la cultura. Su labor beneficia tanto a los empleados y su grupo familiar como a la sociedad en general, a través del trabajo cooperativo con ONG's, instituciones sin fines de lucro y gobiernos locales.



Grupo de estudiantes beneficiados del Colegio Fe y Alegría La Rinconada de Caracas

PROGRAMA BECAS DE INTEGRACIÓN

Con el objetivo de favorecer la permanencia en el sistema educativo de jóvenes de los sectores menos favorecidos, se otorgan becas a estudiantes de bachillerato en colegios subsidiados por la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) y por Fe y Alegría a nivel nacional, en el marco de la alianza suscrita con ambas instituciones.

Este programa, se enmarca en el Plan de Acción Social para América Latina del Grupo BBVA, y se concreta en cada país donde se desarrolla en función de criterios locales y de las necesidades detectadas, asociadas a programas educativos formales de larga duración y consolidadas.

El plan piloto, desarrollado durante el año escolar 2007-2008, benefició a 200 estudiantes de nueve colegios subsidiados por la AVEC. A través de esta iniciativa, se otorgaron becas por cinco años a estudiantes de 7mo. Grado de Educación Básica con la finalidad de apoyar su permanencia en la escolaridad hasta su graduación de bachilleres.

Actualmente este programa beneficia a **4.500 estudiantes**, para lo cual se realizó un aporte de Bs. 7,5 millones para el año escolar 2008-2009. Este monto se destina al pago de la matrícula de inscripción y mensualidades del plantel educativo, así como a textos escolares y uniformes, contribuyendo así a la educación de jóvenes y su integración social.

En Venezuela, se trata de una iniciativa que se realiza en zonas rurales, urbanas y menos favorecidas, en la cual participan 99 colegios pertenecientes a la AVEC y a la red Fe y Alegría.

El Programa Becas de Integración, constituye una de las bases de la política de responsabilidad social del Banco, por ello, y consciente de la importancia que tiene la educación en el desarrollo social y económico del país, se adoptó este plan con el objetivo de contribuir eficazmente a la mejora de la calidad de vida de la sociedad venezolana, impulsando acciones con una visión de largo plazo.

Considerando la importancia que tiene la comunicación y con el objeto de dar a conocer a la sociedad en general sobre esta importante iniciativa, se desarrolló una campaña de promoción publicitaria que incluyó comerciales de televisión por cable, cuñas de radio, avisos de prensa y adicionalmente se usaron los canales internos (revistas, intranet, carteleras), la red de oficinas (afiches, volantes), ca-

nales externos (encartes en los estados de cuenta y banner en la página web), para llevar el mensaje a los empleados, clientes y relacionados.

Beneficiados. Años Escolar 2008 - 2009

Estado	Planteles	Estudiantes beneficiados
Amazonas	1	45
Aragua	5	225
Apure	3	135
Anzoátegui	5	225
Barinas	1	45
Bolívar	9	405
Carabobo	5	225
Cojedes	1	45
Distrito Capital	11	540
Falcón	2	90
Guárico	2	90
Lara	6	270
Miranda	3	135
Mérida	10	450
Monagas	2	90
Nueva Esparta	1	45
Portuguesa	2	90
Sucre	4	180
Táchira	7	315
Trujillo	1	45
Vargas	2	90
Yaracuy	2	90
Zulia	14	630
TOTAL	99	4500

PROGRAMA PAPAGAYO

Se trata de una innovación pedagógica implementada desde 1998 por la Fundación Banco Provincial. Luego de 10 años de experiencia, esta iniciativa es hoy un programa validado y evaluado con éxito, orientado a educar en valores y a promover la lectura y la creación literaria en niños y niñas de 6° grado de Educación Básica. En el mismo participan escuelas públicas a nivel nacional, y desde el año 2005, también colegios subsidiados por la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC).



Entre enero y febrero de 2008 se realizaron 24 talleres de formación docente, con la asistencia de 307 docentes convocados por las autoridades educativas regionales. Los talleres son dictados por especialistas en temas de valores, escritura creativa y formación lectora, y son certificados por la Universidad Experimental Pedagógica Libertador (UPEL).

En el marco de la celebración del décimo aniversario de este programa, la Fundación Banco Provincial llevó a cabo una nueva edición del Concurso de Creación Literaria, para el período escolar 2007-2008. Durante el mes de junio se realizó la entrega de los premios correspondientes a los ganadores regionales. Tanto los docentes como los estudiantes premiados, recibieron cada uno una Cuenta de Ahorros, por lo que además de premiarles por su esfuerzo y dedicación, se les apoya bancarizándolos e integrándolos en el sistema bancario. Por su parte, las escuelas a las que pertenecen los libros de creaciones literarias ganadores, recibieron una dotación de 100 libros de literatura infantil y juvenil, para la biblioteca escolar y el beneficio de toda la comunidad educativa. En total participaron 10.300 estudiantes, quienes recibieron un diploma y un libro como reconocimiento y mérito a su trabajo.

En la premiación nacional del Concurso de Creación Literaria resultó ganador el libro "Vocecitas del Corazón", de la U.E. Instituto Agropecuario Fe y Alegría, del Estado Falcón, coordinado por la docente María Sánchez, quien recibió una libreta de ahorros por tres mil bolívares para su desarrollo profesional. Igualmente, el jurado calificador seleccionó como Creación Literaria a "Soñando en el río", del alumno Etduim José Arévalo Laya, de la Escuela Bolivariana Zulme Azuaje, del Estado Guárico, quien accedió a una beca de estudios por cinco años.

Para el Banco Provincial, la educación es pieza clave en el desarrollo y progreso sostenible de la sociedad, por lo que su inversión social se dirige en mayor medida a programas de esta naturaleza. De allí que el Programa Papagayo ha logrado un importante impacto en el desarrollo educativo del país, beneficiando a lo largo de estos años, a 36 mil estudiantes y 1.173 docentes y escuelas, e indirectamente a un gran número de personas, considerando el efecto multiplicador que tiene sobre el grupo familiar y la comunidad educativa; siendo acreedor de numerosos reconocimientos otorgados por prestigiosas instituciones como: la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el

Centro Nacional del Libro (CENAL), la Universidad Pedagógica Libertador (UPEL), el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), y la Fundación Benaím Pinto.



OTRAS LÍNEAS DE TRABAJO DESTACADAS | **PROGRAMA CULTURAL Y SOCIAL**
 Exposición “El Ávila, morada de miradas”, colectiva sobre El Ávila
 Dando inicio a su programa cultural 2008, la Fundación Banco Provincial presentó en sus espacios la exposición “El Ávila, morada de miradas”, con obras de siete artistas contemporáneos.

Coincidiendo con la celebración del cincuentenario del decreto que consagró a la emblemática montaña caraqueña como Parque Nacional, esta colectiva estuvo conformada por las creaciones de siete artistas contemporáneos: Adrián Pujol, Anita Pantin, Hernán Rodríguez, Jorge Salas, Onofre Frías, Ramón Paolini y Roberto De La Fuente, presentando el evocador e inagotable tema del Ávila desde diferentes técnicas y perspectivas.

Con esta iniciativa, el espectador pudo apreciar, en estas obras, las millones de miradas que los ciudadanos distraídamente le dirigen cotidianamente al trasladarse por las calles de la capital. Como complemento se desarrollaron actividades especiales como conferencias, un recital y un taller de Origami para niños.

EXPOSICIÓN “LEDAS Y AIROSAS”

Continuando con su aporte a la difusión de la cultura venezolana, la Fundación Banco Provincial en alianza con la Feria Iberoamericana de Arte (FIA), presentó el VI Encuentro Iberoamericano de Fotografía; en homenaje a la mujer venezolana, mediante una revisión fotográfica desde mediados del siglo XIX hasta nuestros días.

La exposición se dividió en tres períodos delimitados en base al surgimiento de la técnica fotográfica, y a la presencia del petróleo como epicentro de nuestra historia.

Como parte de la programación especial enmarcada en esta exposición, a finales de junio se realizó un taller de pintura para niños, denominado “El retrato, gesto y expresión”, coordinado por el Taller de Artes Integrales, con la participación de 73 niños, la mayoría hijos de empleados y también del público en general.



Exposiciones Culturales 2008

Exposición	Duración	Cantidad de Visitantes
El Ávila Morada de Miradas	03 de abril – 01 de junio	1.556
Ledas y Airosas	20 de junio – 20 de julio	940
Pablo Benavides. Sencillo, Sensible	14 de Octubre – 07 de diciembre	1.115
TOTAL VISITANTES		3.611

Alcance: Fundación Banco Provincial



**“PABLO BENAVIDES.
SENCILLO, SENSIBLE...”**

La Fundación clausuró su programa cultural, con la exposición “Pablo Benavides. Sencillo, Sensible...”, en homenaje a esta destacada figura de las artes plásticas venezolanas, a través de la presentación de 61 de sus obras. Concebida como un asomo al interior de su fecunda labor, se mostraron algunos de los temas y las etapas de su actividad creativa.

Además se organizaron actividades complementarias para el disfrute del público en general, las cuales giraron en torno al tema de la muestra:

- Taller de talla para niños
- Conferencia “El toreo en el arte...y Benavides”, dictada por el psicólogo y ensayista Rafael López Pedraza.
- Concierto “¡La música que le gustaba a Pablo!”, interpretado por el músico venezolano Saúl Vera.

**PUBLICACIÓN DEL LIBRO
“ANIMALES FANTASMAS”**

Cada año, la Fundación Banco Provincial publica un libro infantil de esmerada calidad gráfica, editorial y de contenido, como un aporte a la literatura infantil venezolana y con el fin de

acercar a los niños a disfrutar de la lectura con entusiasmo y placer, siendo los beneficiarios directos los alumnos que participan en el Programa Papagayo y los hijos de los empleados.

En el año 2008 se editó el libro *Animales Fantasma*s, con el propósito de incentivar la lectura entre niños y jóvenes, al invitarlos a experimentar la emoción que produce el encuentro con personajes fantásticos, el clima de misterio, los pasajes de humor y los sorprendivos finales, convirtiendo así a estos nuevos lectores en herederos de un legado que también podrán transmitir; la tradición oral venezolana.

El libro reúne leyendas y creencias que la autora, Mercedes Franco, recopiló en sus lugares de origen, para salvarlas del olvido, y que junto a las ilustraciones, constituyen, una lectura entretenida, dando por sentado el carácter ficticio de estas historias que también pretenden estimular el conocimiento, aprecio y respeto por los animales y la conservación del medio ambiente.



OTRAS INICIATIVAS DE ACCIÓN SOCIAL

Como parte del Plan de Acción Social y con el objetivo de contribuir con proyectos de alto impacto en materia social, se realizaron donaciones a instituciones de destacada trayectoria en nuestro país, entre las cuales se encuentran:

- **Programa Social Colmena de la Vida**, cuya causa es a favor de la infancia y de adolescentes en situación de riesgo.
- **Asociación Venezolana de Padres y Amigos de Niños Excepcionales (AVEPANE)**, dedicada a la prevención, diagnóstico, y educación de personas con retardo mental y al desarrollo del conocimiento en el mismo campo, incluyendo la formación de docentes a nivel universitario.
- **Banco de Sillas de Ruedas (BANDESIR)**, institución que se dedica al suministro de sillas de ruedas e implantes ortopédicos para personas de escasos recursos con discapacidad física.
- **Museo de los Niños de Caracas**, institución donde los niños “aprenden jugando” los principios de la ciencia, la tecnología, el arte y los valores fundamentales de la sociedad. Consciente de su papel educativo, brindará a los niños, un espacio dedicado a enseñar la nanociencia como una tecnología de vanguardia con el fin de mostrar sus posibles aplicaciones en el mundo actual.
- **Asociación Civil Benéfica Cándida de Longobardi**, orienta sus actividades mediante el otorgamiento de becas y a través de la reconstrucción, y la dotación de instituciones que albergan a niños y ancianos de escasos recursos.
- **Sistema Nacional de Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela**, se apoyo el viaje de los miembros de la Orquesta para la entrega del Premio Príncipe de Asturias de las Artes, por haber combinado, en un mismo proyecto, la máxima calidad artística y una profunda convicción ética aplicada a la mejora de la realidad social. En colaboración con primeras figuras de alcance universal, el sistema creado por el maestro José Antonio Abreu ha formado a directores e intérpretes del más alto nivel, a partir de una confianza audaz en el valor educativo de la música para la dignidad del ser humano.

En apoyo a programas de prevención del uso y consumo de drogas, y en atención al artículo 96 de la Ley Orgánica contra el Tráfico Ilícito de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (LOCTICSEP), se realizaron diversos donativos:

- **Programa “Prevención en el Uso Indevido de las Drogas” de la UCV**: Por segundo año consecutivo, se apoyó el desarrollo del Programa de la Universidad Central de Venezuela (UCV) “Prevención en el Uso Indevido de las Drogas”.
- **Proyecto Aldea Infantil Zumba**: Aporte realizado en conjunto con la Asociación Bancaria de Venezuela a esta casa hogar que atiende a niños, niñas y adolescentes en situación de calle. Alberga a 125 niños en forma permanente, y a 230 pequeños que permanecen en la casa durante el día y en la noche están con sus familias sustitutas, y promueven los valores como vía para la prevención del uso y consumo de drogas.
- **Proyecto “Sembrando Valores para la Vida”**: El Banco realizó el aporte de 600 juguetes lúdicos, didácticos y deportivos a niños, niñas y adolescentes de las comunidades de Santa Rita, Nueva Barinas y Guasimitos, en el marco de una actividad de promoción de la prevención del consumo de estupefacientes y psicotrópicos en la población de niños y adolescentes, mediante el fortalecimiento de los valores.
- **Alianza para una Venezuela sin Drogas**, asociación sin fines de lucro, basada en un proyecto para prevenir y disminuir el uso de las drogas, en niños, niñas y adolescentes, el cual ha tenido resultados exitosos.

También se dio atención a programas de desarrollo sostenible, atendiendo a lo estipulado en la Ley de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI) sobre los recursos de las filiales Casa de Bolsa Banco Provincial y Seguros Provincial:

- **Fundación Tamayo**, esta institución privada sin fines de lucro, establecida en 1980, cuya misión es promocionar y desarrollar un gran número de proyectos y servicios de interés y utilidad social, desde hace 12 años viene implementando en la comunidad de Taguay del Estado Aragua, un

proyecto integral de Desarrollo Social Sostenible, denominado Proyecto Taguay, el cual se ejecuta desde el Centro de Alianzas Sociales para la autogestión de ese sector. La colaboración del Banco permitirá el diseño y la construcción de una planta piloto procesadora de Gel de Zábila, que apuntalará el desarrollo rural de esa parroquia y su turismo ecológico, aumentando las posibilidades de empleo, al generar 58 puestos de trabajo directos y 244 indirectos.

Bajo la modalidad de la promoción de la Responsabilidad Social Corporativa, se impulsaron los siguientes eventos y actividades:

- **VIII Simposio de Responsabilidad Social Empresarial. “Negocios Inclusivos: el desafío de aliviar la pobreza y la exclusión social”:** Organizado por el Comité de Alianza Social de la Cámara Venezolano Americana de Comercio e Industria (Venamcham). Una respuesta incluyente de la empresa dirigida a la construcción de una nueva agenda social sustentable frente al país, con el objetivo de compartir nuevos procesos de gestión socialmente responsables, que influyen en las actuaciones y en el modelo de negocios de la empresa. Durante este evento se realizó una presentación sobre la actividad desarrollada por el Grupo BBVA en la materia de los Negocios Inclusivos, la cual

estuvo a cargo del Director de Responsabilidad Corporativa de BBVA.

- **Cena de la Tradición Venezolana:** A través de este evento que difunde las tradiciones venezolanas, se recaudan fondos para la realización de Talleres de Fortalecimiento Institucional para las ONG`s, Alcaldías, Consejos Comunales, que lleva a cabo el Comité de Alianza Social de Venamcham a nivel nacional.
- **Libro Perfil Social de las Empresas:** Participación en esta publicación editada por Venamcham, en la cual se presenta el perfil social de una muestra de empresas que operan en Venezuela.

PROGRAMA DE FORMACIÓN EN SEGURIDAD PARA LA COMUNIDAD

A través de este programa que ejecuta el área de Seguridad Bancaria conjuntamente con el Ministerio para el Poder Popular del Interior y Justicia, se dictaron una serie de charlas a clientes y funcionarios del Estado, destacando los encuentros organizados con la Policía del Municipio Baruta y la Fiscalía del estado Aragua. En estos talleres se facilitan las herramientas necesarias para prevenir el fraude con los diversos productos que ofrece el Banco. Al mismo tiempo se coordinó, la edición y distribución de material informativo sobre la prevención de fraudes para clientes, y un manual especial para los comercios afiliados al banco.

Inversión en Programas e Iniciativas de Acción Social

AREA / PROYECTO	APORTACION	Nº BENEFICIARIOS	
	MONETARIA (Bs.)	DIRECTOS	INDIRECTOS
Desarrollo social y económico	450.709,00	158	244
Educación			
Becas de Integración / Niños Adelante	7.564.800,00	4.500	22.500
Educación - Resto de los Programas	1.394.921,43	1.617.656	6.739.805
Medicina y Salud	50.000,00	54	270
Promoción de la responsabilidad social	140.051,16	4.300	5.000
Asistencia social	266.716,81	28.745	9.000
Arte, cultura y deportes	1.551.657,55	17.583	No aplica
TOTAL	11.418.855,95	1.672.996	6.776.819

Alcance: Banco Provincial y sus filiales: Fundación Banco Provincial, Seguros Provincial y Casa de Bolsa.

Nota: El número de beneficiarios indirectos de los programas educativos desarrollados por la Fundación Banco Provincial, se calculan de acuerdo al número promedio de integrantes de la familia venezolana, que corresponde a cinco personas, según el Instituto Nacional de Estadística (INE)

El número de beneficiarios indirectos del resto de los apartados, se obtuvo de los cálculos estimados por cada una de las instituciones beneficiarias de los aportes otorgados por el Banco Provincial y sus filiales.

CLUB SOCIAL Y DEPORTIVO PROVINCIAL

Adicionalmente a las actividades sociales, recreativas y deportivas organizadas para los empleados, el Club cede el uso de sus instalaciones para el beneficio de algunas instituciones sin fines de lucro:

- **Academia de Béisbol Menor “Luis Camaleón García”:** Uso del campo de softbol para las prácticas y juegos, así como de otros espacios para la realización de charlas contra el consumo de drogas, dirigidas a los padres y alumnos de la Academia de Béisbol.
- **Fundación José Félix Rivas:** Acceso a las instalaciones deportivas del Club, con el objeto de darle oportunidad de esparcimiento a jóvenes en proceso de recuperación de adicción al consumo de drogas.

RUTA QUETZAL

En el marco de los planes corporativos en materia de responsabilidad social, Banco Provincial organizó el concurso externo para la selección de cuatro jóvenes venezolanos que participaron en

la **Ruta Quetzal BBVA 2008**, cuya expedición se denominó: “*La Selva del Río de los Cocodrilos. Panamá - Río Chagres*”. Los seleccionados viajaron por este país de América Central, donde visitaron su famoso Canal y; en España, recorrieron la Comunidad de Aragón donde se celebró la Exposición Zaragoza 2008 bajo el lema “Agua y desarrollo sostenible”.

Los cuatro estudiantes que representaron a Venezuela en esta expedición fueron: Diego Cebrián, Colegio Emil Friedman (Caracas), con el trabajo musical “*La muerte de un conde*”; Jimena Tormo, alumna de la U.E. San Agustín (Caracas), quien presentó el poema “*Un canto a Toledo*”; Jesús Sánchez, de la U.E. Colegio Aplicación (Barquisimeto, estado Lara), realizador de la obra musical “*Calisto y Melibea*”; y Corrado Minardi, estudiante del Colegio Monseñor Mejía (Valera, estado Trujillo), quien concursó con el poemario “*Torno de aguas*”.

Este programa cultural declarado en 1990 de “Interés Universal” por la UNESCO, está adscrito a la Secretaría de Estado para la Cooperación In-



Estudiantes ganadores de la Ruta Quetzal 2008



ternacional y para Iberoamérica del **Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación** de España, auspiciado por la **Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)** y patrocinado por BBVA.

La **Ruta Quetzal BBVA** es un programa “iniciático”, “ilustrado” y “científico”, en el que se mezclan cultura y aventura. Gracias a él, y a lo largo de veintidós años, más de 8.000 jóvenes europeos, americanos y de países como Marruecos, Guinea Ecuatorial, Filipinas y China han tenido la oportunidad de descubrir las dimensiones humanas, geográficas e históricas de otras culturas.

Durante todo el viaje, los jóvenes becarios tienen la oportunidad de asistir a Cursos, Seminarios y Talleres, dirigidos por la Universidad Complutense de Madrid y orientados a presentar actividades en nuevas áreas de conocimiento. Como es tradicional, la expedición fue recibida en audiencia por sus Majestades los Reyes de España.

En Venezuela, para la edición 2008 de la Ruta Quetzal BBVA, se recibieron 25 trabajos originales de estudiantes de diversas regiones del país. Asimismo, durante el último trimestre de 2008, la institución dio inicio a la convocatoria del concurso para

selección de los jóvenes que formaran parte de la Ruta Quetzal BBVA 2009, cuya expedición este año se denomina: “*Rumbo a la Isla de Robinson Crusoe. La Tierra de Juan Fernández en Chile*”. Los seleccionados viajarán por Chile, junto a un grupo de 267 jóvenes de diversas partes del mundo.

CAMPAÑA “REGALA UNA SONRISA EN NAVIDAD”

Por segundo año consecutivo, la Caja de Ahorros de los empleados del Banco Provincial (CAEM-PRO), brindó a los trabajadores la oportunidad de regalar una sonrisa a los niños menos favorecidos de nuestras comunidades, a través de la puesta en marcha de un operativo de recolección de juguetes, reforzando uno de los valores que nos define como un gran equipo: la cooperación.

Se recolectaron 1.229 juguetes, que fueron distribuidos a niños de los estados Miranda y Vargas en las localidades de Santa Cruz del Este (Baruta), Chirimena (Higuerote), Sector Bella Vista y La Soublette (Catia La Mar).

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

El compromiso de Banco Provincial es facilitar las condiciones para que la unión de los esfuerzos de sus empleados deje huella y marque la diferencia. Es por ello que busca generar entre el recurso humano una forma de acción, servicio y atención social espontánea, en la cual participe apoyando los programas de responsabilidad social corporativa que desarrolla la institución y en forma especial con los Programas Becas de Integración y Papagayo.

Plan Tutor de voluntariado corporativo en apoyo al Programa Becas de Integración:

Tiene como objeto principal, generar una red de tutores que contribuyan en la aplicación de los instrumentos de medición de satisfacción a las familias de los becados y apoyen actividades de promoción y reconocimiento.

Con la activa participación de 260 trabajadores del Banco Provincial se conformó una red de voluntarios tutores, con quienes se implantó el plan de inducción para los Voluntarios Tutores del Programa Becas de Integración. Entre octubre y noviembre se realizaron talleres para esta red de 'tutores', que aplicarán a principios del año 2009 las encuestas de medición de satisfacción a la familia de los jóvenes becados, entre otras actividades que desarrollarán.

Para lograr una red eficaz, se realizó una campaña de mercadeo directo en las oficinas cercanas a los colegios beneficiarios y se estructuró un grupo que cuenta con voluntarios titulares, suplentes y de reserva por cada colegio, promoviendo el trabajo en equipo, además de asegurar la continuidad de la actividad.



SUMANDO VOLUNTADES

Celeste Hernández

Gerente de Oficina Barcelona Neverí: Decidí ser voluntaria porque considero que es un programa que aporta algo muy valioso y significativo a sus beneficiarios como es la oportunidad de progresar a través del aprendizaje.

Eliaan Cabrera

Ejecutivo Personal Oficina Maracay 19 de Abril: Uno debe devolver lo que recibe y como voluntario puedo contribuir a construir un futuro mejor para el país. El Banco está haciendo un gran trabajo con este Programa y quién mejor para hacer llegar este mensaje a la comunidad que los empleados del Banco. Espero con ansiedad y mucha expectativa salir a la calle con mi franela y gorra de voluntario.

Gerson Cárdenas

Gestor de Negocios Oficina 5 de julio: Siempre ha sido mi deseo aportar mi valor agregado en esta Institución, en la que tengo 22 años. Me gusta trabajar con niños y jóvenes, tratando de orientarles y fomentar en ellos valores espirituales y sociales. Cuando supe que el Banco estaba otorgando las becas, decidí integrarme y ser copartícipe de este hermoso proyecto para el crecimiento social de la generación de relevo de nuestro país.

María Vernola

JAN Gerencia Territorial Bolívar: Me siento comprometida con esta actividad, sirvo de enlace con los voluntarios titulares y, al haber asistido a la charla, estoy capacitada para servir de tutor cuando me necesiten.

En apoyo al **Programa Papagayo** también se cuenta con un grupo de voluntarios, quienes participan en diversas fases de este programa educativo, asistiendo a los talleres de formación docente, manteniendo el contacto con docentes y representando a la Fundación en actos de premiación y otras actividades.

El Programa de Voluntariado corporativo tiene un doble propósito, por una parte la participación de los empleados permitirá darle mayor credibilidad a la labor de apoyo a la educación que viene realizando la Institución; y es una excelente oportunidad para orientar el espíritu vocacional de los voluntarios.

PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO

PACTO MUNDIAL

El Grupo BBVA firmó en el año 2002, su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa multisectorial orientada a promover la responsabilidad empresarial. El Pacto promueve el compromiso social de las empresas a través de Diez Principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.

El Banco Provincial, como entidad que forma parte del Grupo BBVA, adelanta acciones de forma voluntaria a esta alianza y se compromete a incorporar estos Principios en su estrategia empresarial, muestra de ello es la promoción de los mismos entre sus proveedores.

OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO

Durante el 2008, el Banco Provincial ha seguido trabajando para contribuir en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Los ocho Objetivos, promovidos por Naciones Unidas, surgen de un acuerdo internacional que establece 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras significativas en la reducción de la pobreza y las desigualdades que afectan a millones de personas en el mundo.

El Banco Provincial, difundió durante 2007 la campaña 2015 Un mundo mejor para Joana. Un proyecto que surge de la alianza de las 11 empresas, entre ellas el Grupo BBVA, que forman el Foro de Reputación Corporativa y que está dedicado a difundir las acciones que se están llevando a cabo para lograr los objetivos de Desarrollo del Milenio. Para conocer más sobre este tema, consultar: www.2015unmundomejorparafoana.com.

En el siguiente cuadro se ofrece información detallada sobre el conjunto de medidas que influyen directamente sobre algún principio:



Los Objetivos del Milenio en BBVA

Objetivos del Milenio

Iniciativa principal de BBVA (1)

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Programa Microempresarios
2. Lograr la enseñanza primaria universal	Plan de Acción Social
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer	Acuerdo de Igualdad y Conciliación vida familiar y laboral
4. Reducir la mortalidad infantil	(No existen iniciativas específicas)
5. Mejorar la salud materna	(No existen iniciativas específicas)
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades	(No existen iniciativas específicas)
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	Gestión del impacto ambiental indirecto a través de los Principios de Ecuador
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo	Iniciativa del fRC de difusión de los Objetivos del Milenio



Informe de Revisión Independiente

Informe de Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 del Banco Provincial, S.A. Banco Universal

Alcance de nuestro trabajo

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

- La adaptación de los contenidos del IARC a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3), así como los indicadores centrales propuestos en dicha guía.
- La información incluida en el IARC 2007 del Banco Provincial, S.A. Banco Universal relativa a la aplicación de los principios de relevancia, integridad y respuesta adecuada establecidos en la norma AA1000 de AccountAbility.
- La información proporcionada sobre los progresos en las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2008.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000) emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accounts (IFAC), conjuntamente con la AccountAbility 1000 Assurance Standard (AA1000AS), emitida por AccountAbility.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Banco Provincial, S.A. Banco Universal que han participado en la elaboración del IARC, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Banco Provincial, S.A. Banco Universal para conocer los principios, sistemas y enfoque de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IARC 2008.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2008 del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IARC en función del entendimiento del Banco Provincial S.A. Banco Universal de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales descritos en los apartados Criterios del Informe y Participación de los Grupos de Interés del IARC.

- Contraste de que el contenido del IARC no contradice ninguna información relevante suministrada por Banco Provincial, S.A. Banco Universal.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales incluidos en el IARC se corresponden con los recomendados por dicho estándar y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IARC 2008 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Banco Provincial, S.A. Banco Universal.

Conclusiones

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

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IARC 2008 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información incluida en el IARC 2008 del Banco Provincial, S.A. Banco Universal, relativa a la aplicación de los principios de la Norma AA1000 de relevancia, integridad y respuesta adecuada a los grupos de interés, contiene errores u omisiones materiales.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada sobre los progresos de las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2008 contenga errores significativos.

Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado al Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativa del Banco Provincial, S.A. Banco Universal nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de la Responsabilidad Corporativa. Las recomendaciones más relevantes se refieren a:

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

Caracas, 17 de febrero de 2009


Fátima De Andrade C.
Socia de Auditoría

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

- La preparación del IARC 2008, así como el contenido del mismo, es responsabilidad del Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas del Banco Provincial, S.A. Banco Universal, el cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados a nuestra revisión.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés del Banco Provincial, S.A. Banco Universal de acuerdo con los términos de nuestra Propuesta.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la Internacional Federation of Accountants (IFAC). Asimismo, en aplicación de los procedimientos internos del Banco Provincial, S.A. Banco Universal, nuestra Propuesta ha sido aprobada por el Comité de Auditoría.
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el IARC 2008 del Banco Provincial, S.A. Banco Universal.

CRITERIOS DEL INFORME

PERFIL, ALCANCE, RELEVANCIA, MATERIALIDAD Y COBERTURA DE LA MEMORIA

El Banco Provincial elabora anualmente un informe de responsabilidad corporativa desde el año 2006, incluyendo información lo más completa y transparente, sobre todos los sectores en que tiene presencia significativa, con datos referentes al 2007 y al 2006. Si dichos datos han sufrido alguna modificación con respecto a los facilitados en el año anterior, es debido a una mejora o cambios en los métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas.

En relación al informe del 2007, se han consolidado y mejorado algunos aspectos:

Se continuó con la organización de capítulos por temas relevantes, en lugar de por grupos de interés.

Se reforzaron los campos de mejora y las principales líneas de trabajo para el 2008 contenidos en el IARC 2007, por medio de su integración en la tabla de Progresos 2008 y objetivos 2009 que figura al final del presente documento.

Se mantuvo el diseño con un estilo más directo, con un adecuado equilibrio de información.

En la determinación de la relevancia y la materialidad de los contenidos a incluir, se ha concedido especial atención a los grupos de interés más significativos, al seguir las recomendaciones de la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (versión 3, 2006) y de Global Reporting Initiative (GRI).

Asimismo, el presente informe se publica en versiones impresa y digital: CD y en la página web (www.provincial.com)

REFERENCIAS BÁSICAS Y ESTÁNDARES INTERNACIONALES

Se han respetado los principios y requisitos de Global Reporting Initiative (GRI), y se ha seguido la norma Accountability 1000 Assurance Standard (AA1000AS).

Asimismo, el Banco Provincial ha pretendido demostrar su compromiso con los Objetivos del Milenio de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), e incluye el reporte de Progresos 2008 y Objetivos 2009, de cumplimiento con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

RIGOR Y VERIFICACIÓN

La institución dispone de diversos instrumentos para garantizar la calidad y veracidad de la información proporcionada en este informe. En el proceso se involucran diversas áreas que proporcionan información, verificadas y auditadas a nivel interno y externo.

El área de RRC es la responsable de la compilación, revisión y edición de la información, que reportan las distintas áreas del Banco, en algunos casos a través de aplicaciones informáticas o de acuerdo a un modelo o esquema previo de solicitud vía internet, lo cual asegura la calidad, la veracidad y el alcance de la información.



INDICADORES GRI

PERFIL

1. Estrategia y análisis	Páginas
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	2
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	11-14
2. Perfil de la organización.	
2.1 Nombre de la organización.	1,4
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	25-28, 33-36
2.3 Estructura operativa de la organización.	5
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	84
2.5 Número de estados en los que opera la organización.	5
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	4-5
2.7 Mercados servidos.	5
2.8 Dimensiones de la organización informante.	4-5
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	4-5
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	9, 78
3. Parámetros de la memoria	
PERFIL DE LA MEMORIA	
3.1 Período cubierto por la información contenida en la memoria.	1, 74
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	1, 74
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	1, 74
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	84
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	1, 74
3.6 Cobertura de la memoria.	1, 74
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura.	1, 74
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	1, 74
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	1, 74
3.10 Descripción del efecto que pueda tener volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente	

a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	1, 74
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	1, 74
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI	
3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.1, 75-77	
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar a relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	1, 72-74
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	
GOBIERNO	
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	8-12
4.2 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	20, 49-51
4.3 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	9-12,38
4.4 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	6-14
4.5 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	8-15
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS	
4.6 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	12-13
4.7 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	14-15,58-69
4.8 Principales asociaciones a las que pertenece (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	14-15,70-71
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
4.9 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	1,15-16

4.10 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	15-20
4.11 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	15-20
4.12 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	18-20

ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES

Dimensión Económica	Páginas
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN	7-16
Desempeño económico	
EC1. Valor económico generado y distribuido.	16
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	55-57
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	42-47
Presencia en el mercado	
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	52-54
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	13-14
Impacto económico indirecto	
EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	33-36
Dimensión Ambiental (1)	
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN	15,29-32,55-57
Materiales	
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	55-56
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	55-56
Energía	
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	55-56
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	55-56
AGUA	
EN8. Captación total de agua por fuentes.	55-56
Biodiversidad	
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No material *
EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a la áreas protegidas	No material *
Emisiones, vertidos y residuos	
EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	No material *
EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	No material *
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No material *
EN 20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No material *
EN 21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No material *

EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	56
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No material *
Productos y servicios	
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	52-54
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil categorías de productos.	No material *
Cumplimiento normativo	
EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	14
Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (2)	
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN	37-51
Empleo	
LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo y por contrato.	38
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados desglosados por grupos de edad y sexo.	38-39
Relaciones Empresa/Trabajadores	
LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo	37-38,47
LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	48
Salud y Seguridad en el trabajo	
LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	46,48-49
LA8. Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	49
Formación y Educación	
LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado.	37,41
Diversidad e igualdad de oportunidades	
LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	38, 39
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	38
Dimensión Social: Derechos Humanos: (3)	
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN	13-15,48-49,53
Prácticas de inversión y aprovisionamientos	
HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	13-15,31-32,53-54
HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	52-54
No discriminación	
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas no adoptadas.	14
Libertad de Asociación y convenios colectivos	
HR5. Actividades de la empresa en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	48
Abolición de la explotación infantil	
HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	14
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	
HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	14

Dimensión Social: Sociedad (4)

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN	6-9,18-20,30-32,58-69
Comunidad	
SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	6-9,58-59
Corrupción	
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	31
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización.	31-32
SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.	31-32
Política Pública	
SO5. Posición en la políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	35-36
Cumplimiento normativo	
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	14
Dimensión Social: Responsabilidad de producto (5)	
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN	6-9,17-28
Salud y seguridad del cliente	
PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categoría de productos y servicios significativos sujetos.	25-28, 48-49, 53-54
Etiquetado de productos y servicios	
PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	25-28
Comunicaciones de marketing	
PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	25-26
Cumplimiento normativo	
PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de productos y servicios de la organización.	14

LEYENDA

IA Informe Anual 2008
CPA Contraportada anterior
CPP Contraportada posterior

Principales áreas y unidades responsables

- (1) Riesgos, Inmuebles y Servicios, Responsabilidad y Reputación Corporativas y las áreas de negocio.
- (2) Recursos Humanos. (1): Se incluyen los valores devengados en el ejercicio con y
- (3) Recursos Humanos y Cumplimiento
- (4) Responsabilidad y Reputación Corporativas y Cumplimiento.
- (5) Comunicación e Imagen, Cumplimiento y las áreas de negocio.

*** Justificación de la no inclusión de los siguientes indicadores principales de GRI en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008**

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

- EN12: Indicador no material.
Banco Provincial tiene sus oficinas en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
- EN16, EN17 y EN19: Indicador no material.
Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, ninguna instalación de los edificios de Banco Provincial contiene CFCs.
- EN20: Indicador no material. Debido a que la entidad pertenece a un sector de servicios, las emisiones de SO y NO no son relevantes pues derivan únicamente de los viajes de los empleados.
- EN21: Indicador no material. Banco Provincial tiene sus oficinas en terrenos urbanos, los vertidos se hacen a través de la red urbana.
- EN23: Indicador no material. La entidad tiene sus oficinas en terrenos urbanos, por tanto, la captación de agua, y su vertido se hacen a través de la red urbana.
- EN27: Indicador no material. Banco Provincial se limita a la comercialización de estos productos sin responsabilidad directa sobre la gestión de los envases de los mismos.

RATINGS DE SOSTENIBILIDAD, PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

LOS MÉRITOS DE LA ENTIDAD Y LA EFICIENCIA DE LA GESTIÓN HICIERON POSIBLE QUE DURANTE EL AÑO 2008 BBVA BANCO PROVINCIAL RECIBIERA PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS QUE EVIDENCIAN SU LIDERAZGO COMO LA MEJOR INSTITUCIÓN FINANCIERA DE VENEZUELA.



“ÚNICO BANCO VENEZOLANO ENTRE LOS 10 MEJORES, LATIN FINANCE”

En el ranking de sostenibilidad, ética, gobierno corporativo y responsabilidad social publicado en 2008 por la revista Latin Finance, el Banco Provincial se ubicó como el único banco venezolano entre los diez mejores.

Por segundo año consecutivo:

“MEJOR BANCO EN VENEZUELA”, GLOBAL FINANCE

En su ranking anual de los “Mejores bancos de mercados emergentes en América Latina, la revista Global Finance seleccionó a la institución como el mejor Banco en Venezuela.

Los criterios empleados para la escogencia de los ganadores, incluyeron crecimiento en depósitos, rentabilidad, relaciones estratégicas, servicio al cliente, precios competitivos e innovación en productos.

“MEJOR BANCO DE VENEZUELA”, EUROMONEY

En el marco de la edición 2008 de los Premios a la Excelencia de la revista Euromoney, uno de los más

importantes que anualmente se conceden en el sector financiero, Banco Provincial recibió el galardón como “Mejor Banco en Venezuela”, considerando entre las mayores fortalezas de la institución, el récord reportado en los resultados del año 2008, convirtiéndola en la más rentable del mercado financiero venezolano.

“BANCO DEL AÑO EN VENEZUELA, THE BANKER”

En la versión 2008 de los premios anuales que confiere la prestigiosa publicación especializada en banca internacional “*The Banker*”, la entidad recibió el premio como el “Banco del Año en Venezuela”.

The Banker destacó que este reconocimiento fue otorgado a Banco Provincial, considerando que la institución ha logrado mantener el crecimiento y generar rentabilidad, sin sacrificar la fortaleza de capital. Además, destacó el crecimiento en los activos del Banco, la utilización eficiente de su capital y la estrategia innovadora en el lanzamiento de nuevos productos y servicios adaptados a las necesidades de los clientes.

PROGRESOS 2008 Y OBJETIVOS 2009

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

LÍNEAS DE TRABAJO

Avanzar en la integración de la política de RC en la estrategia general y en las áreas de negocio y apoyo del Banco.

Impulsar la transversalidad de la gestión de RC a través del Comité de RC.

Desarrollo del Informe de RC.

PROGRESOS 2008

Desarrollo de las líneas de trabajo en base a la Política de RSC a nivel corporativo, y de acuerdo al modelo de gestión de RC .

Se creó de la sub-unidad de Responsabilidad y Reputación Corporativas, a fin de impulsar el desarrollo de los programas de Acción Social.

Se promocionó la actividad de RC, a través de la participación en seminarios y foros.

Se implantó el Comité de RC, con una periodicidad trimestral.

Publicación del 2do. Informe de Responsabilidad Corporativa de Banco Provincial correspondiente al año 2007.

OBJETIVOS 2009

Impulsar el Plan estratégico de RC del Banco a través del Comité de RC.

Incrementar la promoción de los programas de Acción Social, a través de la participación en foros u otras actividades de RC.

Avanzar en el desarrollo de las líneas de trabajo propuestas en el Comité de RC.

Publicación del 3er. Informe de Responsabilidad Corporativa correspondiente al año 2008, incluyendo el informe de revisión independiente de la firma auditora Deloitte.

PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

Mejorar la medición de los grupos de interés centrado en el Informe de RC y en la gestión de RC.

Mejorar los canales de comunicación con los grupos de interés.

Facilitar la colaboración de los empleados, proveedores y clientes en las líneas de compromiso social del Banco.

Consolidación de la unidad de Inteligencia Comercial, dedicada la investigación de mercados, en el área de Innovación y Desarrollo, a fin de identificar los estudios que muestren las necesidades de los clientes.

Mayor promoción y difusión del Informe de RC 2007, para el público en general a través de la página WEB del Banco y de la intranet local para empleados.
Difusión de la nueva política de comunicación con los empleados desde RRHH.
Consolidación de la Unidad de Inteligencia Comercial , dedicada a la investigación de mercados, en apoyo a la calidad de atención a los clientes.
Mantenimiento de la gestión de la Oficina de Atención al Accionista.

Lanzamiento del Programa de Voluntariado Corporativo, a través del Plan Tutor, en el cual se integran los empleados como colaboradores del Programa Becas de Integración y el Programa Papagayo.

Seguir ampliando el perímetro de consulta con estudios que apliquen a los diversos grupos de interés.

Impulsar las acciones de comunicación, y los procesos de diálogo y escucha con los grupos de interés, a fin de integrar sus expectativas en la gestión

Impulsar nuevas líneas o acciones para integrar a clientes, proveedores del Banco.

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes.

Se inició el Plan Estratégico de Calidad , de acuerdo a los resultados de los estudios realizados en el 2007, con prioridad en:
- Proyecto descongestión de Oficinas.
- Ampliación del Sistema de Proviatención.
- Inicio como fase piloto del Proyecto NACAR (Nueva Arquitectura de Canales de Acceso Remoto).

Avanzar en la consolidación del Plan Estratégico de Calidad, con el fin de ofrecer soluciones diferenciales a las necesidades de los clientes, en la coyuntura actual.
Mejorar la gestión de reclamaciones.

	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2008	OBJETIVOS 2009
ORIENTACIÓN AL CLIENTE	Mejorar la accesibilidad de los servicios financieros a todos los colectivos.	A través del área de Canales Electrónicos se amplió la plataforma de servicios para facilitar la migración de transacciones, la gestión de actualización de datos y la seguridad de los clientes. Todo esto a través de canales múltiples	Mantener con la mayor calidad de servicio los canales no presenciales. Promover la relación con clientes o potenciales en segmentos de medio o bajo valor, a través del Canal de Venta Directa.
FINANZAS RESPONSABLES	Mejorar el modelo para la prevención de Legitimación de Capitales y el financiamiento de actividades terroristas.	Formación de 16 personas especializadas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terrorista. Participantes en actividades formativas en materia de prevención de legitimación de capitales: de 1.621 a 2.880 Mejora continua de los sistemas de filtro y monitorización empleados.	Proseguir con la mejoras y con los avances en esta materia.
GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	<p>Mejorar la encuesta de clima del Grupo BBVA.</p> <p>Impulsar iniciativas para la conciliación de la vida familiar y laboral.</p> <p>Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados.</p>	<p>Se aplicó la encuesta de clima laboral a nivel corporativo.</p> <p>En el marco del programa corporativo Calidad de Vida, el área de RRHH desarrolló una campaña de Valores dirigida a los empleados y su grupo familiar, como aporte para la convivencia basada en reforzar los valores éticos de vida.</p> <p>Se elaboró e implantó una nueva Política de Promoción, basada en los principios de igualdad de oportunidades y meritocracia. Se presentó el Plan Global de Formación, destacando los cursos vía on line (e-learning a través de la plataforma Conoce y los Programas Depende de Ti y Carrera al Éxito). Se implementaron iniciativas de mejora personal como: la oferta de computadoras a precios y condiciones de financiación especiales/ Fortalecimiento del Ticket de Alimentación/ Mejora en la oferta de créditos para vehículos, entre otras.</p>	<p>Difundir los resultados de la encuesta y aplicar las acciones de mejora de acuerdo a los resultados obtenidos.</p> <p>Desarrollar iniciativas que impulsen el Plan Calidad de Vida.</p> <p>Proseguir el impulso de iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados.</p>
COMPRAS RESPONSABLES	<p>Continuar con el proceso de homologación con los proveedores.</p> <p>Difundir el Pacto Mundial de las Naciones Unidas entre los proveedores.</p> <p>Desarrollar iniciativas de proyectos sociales con proveedores.</p>	<p>Aún cuando el proceso de homologación de proveedores se actualiza cada dos años, durante 2008 se realizaron reuniones con proveedores estratégicos.</p> <p>Revisión y adaptación de las comunicaciones para los proveedores, sobre los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.</p> <p>No se han producido avances significativos.</p>	<p>Actualización del proceso de homologación de proveedores, con la inclusión de criterios de RSC en los cuestionarios.</p> <p>Envío de comunicaciones a los proveedores del Banco, informando sobre la adhesión de BBVA al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y por ende el cumplimiento voluntario de Banco Provincial de los principios contenidos en el Pacto Mundial.</p> <p>Promocionar e involucrar a los principales proveedores en los proyectos sociales del Banco.</p>

LÍNEAS DE TRABAJO

PROGRESOS 2008

OBJETIVOS 2009

GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

Reducir los impactos ambientales directos

Mejoras en gestión ambiental, a través del Plan de Ecoeficiencia: reducción de consumo de electricidad y papel por empleado e incremento en el número de realización de videoconferencias con respecto a 2007.

Proseguir con las mejoras en base al Plan Global de Ecoeficiencia corporativo.

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

Ampliar la cobertura del Plan de Acción Social.

Se aumento el número de colegios y estudiantes becados pasando de 200 a 4.500 jóvenes beneficiados por el Programa Becas de Integración.

Continuar con la ejecución del Plan de Acción Social.

Consolidación de un programa de voluntariado corporativo.

Implementación del Programa de Voluntariado Corporativo a través del Plan Tutor a favor del Programa Becas de Integración. Se mantuvo la participación de voluntarios en apoyo al Programa Educativo Papagayo

Desarrollar las actividades previstas en el Plan Tutor de Voluntariado e implementar acciones para integrar a clientes, proveedores y público en general en los programas de acción social, especialmente el Programa Becas de Integración.

Mejorar la valoración de los impactos de las políticas de compromiso con la sociedad.

Participación en seminarios y foros sobre RSC, a fin de dar mayor promoción al Plan de Acción Social del Banco.

Proseguir con los planes de promoción de las políticas de compromiso con la sociedad.

Indicadores clave de Responsabilidad Corporativa

	2008	2007	2006
ECONÓMICOS			
Beneficio por acción (MM de Bs.)	6.73	4.10	9.74
Capitalización Bursátil	1.188	2.314	3.951
Valor Directo Tangible (MM de Bs.)	3.294	2.315	1.205
SOCIALES			
Número promedio de días en resolver un reclamo	7	10	11
Mujeres en puestos directivos (Comité de Dirección / Directivos) (%)	28,57 / 36,96	37,50 / 42,59	25,00 / 40,38
Diversidad hombre y mujeres (%)	36/64	37/63	37/63
Horas de formación por empleado	34.25	31.81	28.49
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre el beneficio atribuido (%)	1	0.5	-
MEDIOAMBIENTALES			
Energía directa consumida por empleado	13801,68 (Kwh)	0,08 (GJ)	0,08 (GJ)
Consumo de papel por empleado	33,22 (kg.)	0,0463 (t)	0,0497 (t)
Consumo de agua por empleado (m3)	52.04	44.48	45.21

Nota: Los datos de los indicadores medioambientales de consumo por empleado de energía directa y papel de 2008 han sufrido modificación debido a un cambio en los métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas.



adelante.

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

Responsabilidad y Reputación Corporativas

Dirección de Comunicación e Imagen

Centro Financiero Provincial,

piso 13, Av. Este 0 con Av. Volmer.

San Bernardino, Caracas-Venezuela

Tel: 0212 504 4154 / 5893 / 5890

www.provincial.com

Edición:

Responsabilidad y Reputación Corporativas

Dirección de Comunicación e Imagen

Banco Provincial

Diagramación:

Alexander Cano / Temática A/G

Impresión:

La Galaxia

Fotografía:

Abigail Machado

Carlos Von der Heyde

Luis Padilla

Banco de imagen del Banco Provincial

Depósito Legal

pp200708DC113

RIF J-00002967-9

NIT 0052524237



adelante.

