BBVA Banco Provincial

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2010

Índice

Deloitte.

2 Carta del Presidente

4 Perfil de Banco Provincial

8 Principios y Política de Responsabilidad Corporativa

14 Grupos de Interés

20 Inclusión Financiera

23 Banca Responsable

Finanzas Responsables 23
Orientación al Cliente 25
Recursos Humanos 31
Compras Responsables 41
Medioambiente 42

44 Compromiso con la Sociedad

50 Compromisos de Banco Provincial. Pacto Mundial

51 Informe de Revisión Independiente

53 Criterios del Informe

54 Indicadores GRI

57 Progresos 2010 y Objetivos 2011

65 Indicadores clave de Responsabilidad Corporativa

Carta del Presidente

El año 2010 ha sido un ejercicio de transformación y retos constantes en la gestión empresarial y en la gestión responsable de Banco Provincial. En este proceso de cambio, la Responsabilidad Corporativa se ha fortalecido, consolidando su integración en la visión estratégica del negocio. Esto se ha logrado por medio de la profundización en las relaciones y en la comunicación con los grupos de interés, con miras a satisfacer sus expectativas y, de esta forma, generar un mayor y mejor valor económico y social para la empresa. Todo ello, partiendo del entendido de que al actuar en una sociedad más equitativa, se dan mejores condiciones para el éxito y la sostenibilidad de las empresas.

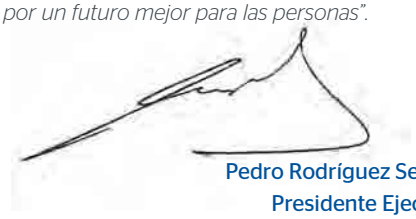
En Banco Provincial la Responsabilidad Corporativa se asume, en primer lugar, a través de un trato hacia los trabajadores basado en la equidad y en las oportunidades de crecimiento, que le permitan desarrollarse tanto a nivel personal como profesional. Muestra de ello ha sido el resultado positivo en la Encuesta de Reputación Interna, realizada a una muestra de los trabajadores en todos los bancos que forman parte del Grupo BBVA, siendo Banco Provincial el que obtuvo el más alto grado de satisfacción en la visión de su gente en cuanto a la reputación de la entidad.

Este comportamiento de la Institución, apegado a lo ético y a lo social en la relación con sus empleados, también se expresa en su forma de actuar con respecto al resto de sus grupos de interés: clientes, accionistas, proveedores, autoridades y la sociedad en su conjunto. A lo largo de este Informe de Responsabilidad Corporativa 2010, se puede evidenciar que se trabaja conforme a lo establecido por la Guía GRI-G3 como base de los criterios considerados en la elaboración de este informe.

La posición que ocupa la Institución como el mejor banco del país, se traduce del comportamiento como empresa responsable en términos económicos, institucionales y sociales, apalancados en una línea de valores compartidos, un código ético y de buen gobierno corporativo. Todos estos factores dan muestra de la contribución al desarrollo social del país, más allá del cumplimiento cabal de las leyes, aspirando a ofrecer un trabajo de calidad, de forma eficiente, con resultados positivos que permitan aumentar la accesibilidad a nuestros productos y servicios y extender el crecimiento en nuestro sector.

El compromiso social ante las comunidades, se ejecuta a través de los programas educativos, culturales y sociales que desarrolla la Fundación Banco Provincial, Institución que invierte de forma responsable y acorde a las necesidades y realidad del país, los recursos provenientes de un porcentaje de los resultados de Banco Provincial. La Fundación Banco Provincial orienta sus actividades en mayor medida sobre la modalidad de ejecución de programas propios, en alianzas de cooperación con asociaciones educativas, organizaciones de desarrollo social y con el sector público, propiciando un trabajo coordinado que permita el seguimiento efectivo y con resultados transparentes que garanticen la sostenibilidad en las comunidades beneficiarias de los programas sociales.

En Banco Provincial se continuará trabajando día a día en un modelo de negocio que además de generar resultados eficientes y sólidos, destaque el compromiso con todos sus públicos, como uno de sus valores más relevantes, expresado en su visión corporativa: *"Trabajamos por un futuro mejor para las personas"*.



Pedro Rodríguez Serrano
Presidente Ejecutivo

Perfil de Banco Provincial

El beneficio del cliente es el principal motor de crecimiento y generación de valor.

Fundado hace 58 años, Banco Provincial, se convierte en el año 1996 en el primer banco universal del país, ampliando su enfoque de negocios para incluir actividades propias de la banca especializada.

El entonces Banco Bilbao Vizcaya, -hoy Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)-, adquiere en 1997 la mayoría accionaria de Banco Provincial, como parte de su estrategia de expansión en América Latina, incrementando progresivamente su participación hasta 55,21% de las acciones comunes.

"Trabajamos por un futuro mejor para las personas" es la visión del Banco, la cual se apoya en un conjunto de principios entre los que destacan el cliente como centro del negocio, la creación sostenida de valor al accionista, el equipo como artífice de la generación de valor y la responsabilidad corporativa basada en la transparencia y la equidad.

Gracias a que cuenta con 5.509 empleados que destacan por su talento y compromiso, una gerencia eficiente y transparente y las mejoras tecnológicas que se vienen incorporando de forma periódica y sostenida, hoy Banco Provincial puede ofrecer a todos sus clientes el acceso al Banco a cualquier hora, desde cualquier lugar y de la manera más conveniente, a través de una de las redes de distribución más extensa del país.

Principales hitos de Banco Provincial

Prestación de servicios diferenciados para cada segmento de clientes

Simplificación de procesos clave

Fortalecimiento de la Responsabilidad Corporativa en la estrategia de la Institución

Estrategia

La estrategia de Banco Provincial está enfocada en la prestación de servicios diferenciados para cada segmento de clientes, el desarrollo de canales de distribución innovadores y la simplificación de los procesos claves teniendo como objetivo el beneficio del cliente como principal motor de crecimiento y generación de valor.

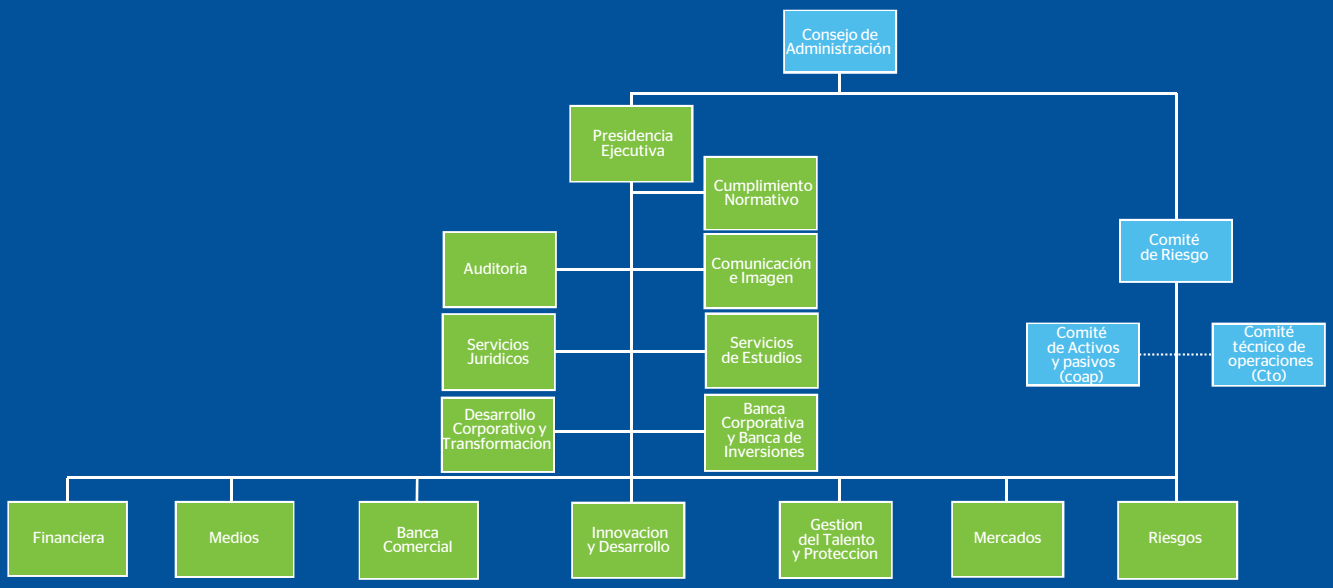
Durante el año 2010, la Institución concentró sus principales esfuerzos en la modernización de la red de oficinas comerciales, la ampliación del parque de cajeros automáticos y de las zonas de autoservicios, la implementación de depósitos en cheque en los cajeros automáticos multiexpress, la habilitación de la nueva página web Provinet con mayores capacidades para la realización de consultas y transacciones, el fortalecimiento de su plataforma tecnológica en apoyo a la automatización, digitalización y simplificación de actividades, la ampliación de cuota de mercado en los principales productos del negocio bancario y la adaptación de su portafolio de productos y servicios a las necesidades particulares de cada segmento de clientes con la finalidad de seguir siendo el mejor banco en Venezuela.

Banco Provincial Datos Relevantes			
Balance General (en millones Bs.)	**Diciembre 2010**	**Diciembre 2009**	**Diciembre 2008**
Activo Total	48.365,6	34.760,1	28.348,0
Inversiones en Títulos Valores	8.565,1	6.703,8	4.747,8
Cartera de Créditos Neta	25.123,3	18.012,1	15.333,0
Captaciones del Público	39.425,2	27.575,9	22.790,6
Patrimonio	5.055,5	3.780,2	2.931,2
Estado de Resultados (en millones de Bs.)	**II Semestre 2010**	**II Semestre 2009**	**II Semestre 2008**
Margen Financiero Bruto	2.013,4	1.494,8	1.165,2
Margen de Intermediación Financiera	2.147,5	1.633,5	1.284,6
Margen Operativo Bruto	1.005,8	894,1	672,8
Margen Operativo Neto	974,3	864,1	642,2
Resultado Bruto antes de Impuesto	884,6	843,5	618,5
Resultado Neto	783,2	732,3	586,1
La Acción Provincial	**Diciembre 2010**	**Diciembre 2009**	**Diciembre 2008**
Precio de Cierre (Bs./Acción)	22,10	21,00	13,65
Valor Contable (Bs./Acción)	46,89	35,06	27,18
N° de Acciones en Circulación	87.000.775	87.000.775	87.000.775
N° de Acciones Preferidas	20.826.700	20.826.700	20.826.700
Capitalización Bursátil (MM de Bs.)	1.923	1.827	1.188,00
N° de Accionistas Comunes	4.418	4.439	5.565,00
Utilidad por Acción* (Bs./Acción)	8,86	8,42	6,73
Índices de Rentabilidad, Liquidez, Solvencia Bancaria y Calidad de Activos(**)	**Diciembre 2010**	**Diciembre 2009**	**Diciembre 2008**
ROE (Resultado Neto / Patrimonio Promedio)	36,89%	49,08%	47,31%
ROA (Resultado Neto / Activo Promedio)	3,95%	4,54%	4,77%
Índices de Suficiencia Patrimonial(**)	**Diciembre 2010**	**Diciembre 2009**	**Diciembre 2008**
Patrimonio / Activo y Operaciones Contingentes ponderadas en base a Riesgo (mínimo requerido 12%)	19,76%	21,51%	13,84%
Patrimonio / Activo Total (mínimo requerido 8%)	11,82%	12,30%	10,61%
Otros Datos	**Diciembre 2010**	**Diciembre 2009**	**Diciembre 2008**
Número de Empleados	5.509	5.791	6.295
Número de Oficinas	314	315	319
Área Metropolitana	111	111	114
Resto del País	202	203	204
Exterior	1	1	1

*Neta de Utilidades Estatutarias. Sólo acciones comunes

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

Organigrama Banco Provincial



Estructura del negocio

Banco Provincial, cuenta con 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: 1.240 cajeros automáticos, 32.810 puntos de venta y 314 oficinas, incluyendo una en el exterior.

Gerencia Territorial	Número de Oficinas Comerciales
La Pelota	23
La Castellana	23
Miranda	19
Gran Caracas	26
Parque Humboltd	16
Maracaibo	17
Costa Oriental Falcón	19
San Cristobal	14
Merida	16
Barinas-Valera	18
Carabobo	22
Aragua Los Llanos	16
Bolivar	15
Oriente	17
Barquisimeto	17
Lara-Poblaciones	17
TOTAL	295

Banca de Empresas e Instituciones (BEI) ha centrado sus acciones en impulsar un importante crecimiento de cuota en el segmento que atiende con calidad de riesgo, dirigiendo su acción a todos los sectores de actividad de las empresas locales y especialmente aquellos definidos como prioritarios para el desarrollo del país.

Esta unidad de negocio, con presencia a nivel nacional, dirige su acción a un colectivo que requiere un alto grado de especialización, contando con 17 oficinas en las principales ciudades, distribuidas de la siguiente forma:

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

Banca Corporativa

Banca Corporativa está dirigida a la atención de empresas multinacionales que tienen presencia global o negocios estratégicos con el grupo BBVA. Adicionalmente, también son atendidos aquellos clientes locales con facturaciones importantes dentro y fuera del país o que presentan algún negocio estratégico que requiere la atención de la banca especializada.

Se mantiene operando una Oficina:

- Banca Corporativa Global Caracas

Principios y Política de Responsabilidad Corporativa

Banco Provincial está comprometido con el progreso social, económico y medio-ambiental del país.

Misión y principios

La razón de ser de la Institución, está expresada claramente en su misión "Nos comprometemos a aportar mejores soluciones a los clientes, crecimiento rentable a nuestros accionistas y progreso para la sociedad".

Mientras que la visión, *"trabajamos por un futuro mejor para las personas"*, representa lo que ésta quiere ser, idea que se traduce en ser el banco que más beneficia al cliente porque es el que hace su vida más sencilla.

En este sentido, la visión y la misión se expresan a través de la cultura corporativa, la cual se define a través de los principios corporativos, que favorecen el que toda la organización avance en la misma dirección:

1. **El cliente como centro del negocio.** Manteniendo una relación a largo plazo, de confianza y valor mutuo con los clientes. Ofreciendo un servicio de máxima calidad y las soluciones, el asesoramiento y los productos más adecuados a sus necesidades. Toda la organización trabaja por el cliente.

2. **La creación de valor para los accionistas como resultado de la actividad.** Siendo fieles a los principios, se crea de forma sostenida en el largo plazo más valor diferencial para este grupo.

3. **El equipo como artífice de la generación de valor.** Integrando las distintas culturas en las que opera la institución y facilitando el desarrollo personal y profesional. Se crea un entorno que fomenta la iniciativa y la manifestación del talento. Mostrando el máximo respeto por los empleados, cuyas ideas, compromiso y trabajo en equipo son fuente de generación de valor.

4. **El estilo de gestión como generador de entusiasmo.** Se estimula la toma de decisiones individual, se reconoce el éxito y se admite la posibilidad del error. Se orienta a los colaboradores hacia el resultado con un alto grado de exigencia personal, proporcionándoles todo el apoyo necesario y facilitando el aprendizaje continuo.

5. **El comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad.** Se cumplen los estándares éticos más allá de la estricta legalidad y se asegura la transparencia en la información. Se muestra respeto hacia todas aquellas personas con las que se relaciona la institución.

6. **La innovación como palanca de progreso.** Impulsando la mejora continua de la organización, del servicio al cliente y de la actualización de la cartera de productos y soluciones mediante la creatividad eficiente y la inquietud por la aplicación de la tecnología más adecuada.

7. **La Responsabilidad Social Corporativa como compromiso con el desarrollo.** La Institución está comprometida con el progreso social, económico y medioambiental y contribuye al desarrollo de las sociedades en las que el grupo está presente.

Estos principios se aplican de forma constante en el trabajo y se manifiestan en todas las relaciones: con clientes, empleados, accionistas y con la sociedad.

La Responsabilidad Corporativa en Banco Provincial

La política de Responsabilidad Corporativa de Banco Provincial tiene como principal objetivo, definir los compromisos e impulsar acciones y comportamientos orientados a generar valor social para los grupos de interés y también para valor reputacional y económico para la entidad.

Los compromisos que la Institución ha asumido y que busca cumplir a través de su política de responsabilidad corporativa son:

- Desarrollar con excelencia en todo momento la actividad principal.
- Minimizar los impactos negativos derivados de la actividad de negocio.
- Desarrollar "oportunidades sociales de negocio" que generen valor social y valor para la Institución.
- Mantener la inversión en la sociedad donde está presente mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente las relacionadas con la educación.

Para la Institución, la Responsabilidad Corporativa debe ser gestionada de una manera integral y con una visión compartida por las áreas de negocio y de apoyo, con el propósito de reafirmar su importancia estratégica dentro de las políticas corporativas. Para lograr este objetivo, durante el año 2010, se continuaron llevando a cabo las reuniones cuatrimestrales del **Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC)**, instancia encabezada por el Presidente Ejecutivo de Banco Provincial e integrada por las áreas: Desarrollo Corporativo y Transformación, Gestión del Talento y Protección, Servicios Jurídicos, Cumplimiento Normativo, Medios; Compras, Inmuebles y Servicios Generales, Publicidad, Finanzas, Riesgos y Comunicación e Imagen.

Enmarcada en este compromiso de escuchar la opinión de sus grupos de interés a fin de estructurar planes y acciones que permitan darle respuesta oportuna a sus necesidades, al tiempo que favorezcan una comunicación permanente y transparente con estos segmentos, la actividad anual de este comité se llevó con base a tres líneas estratégicas de actuación:

- **Evaluación de la opinión y la percepción de los grupos de interés:** Con miras a establecer fortalezas y puntos de mejora así como líneas de actuación en la materia, se presentaron y analizaron los resultados de los siguientes estudios: encuestas de calidad (clientes internos y externos), encuesta de reputación corporativa Reptrak, estudios de satisfacción de beneficiarios de los programas educativos y encuesta reputación interna.

- **Seguimiento líneas de trabajo:** evaluación de las políticas, programas y acciones ejecutados por las diversas áreas en materia de Responsabilidad Corporativa, con especial atención en los resultados y el impacto logrado en los distintos grupos de interés: programas educativos, programa cultural, acción social, iniciativas corporativas, gestión de redes sociales, colaboración con el Fondo Nacional Antidrogas, entre otros.

- **Nuevos proyectos:** A través de esta instancia se presentó, para su análisis y aprobación, una serie de propuestas relacionadas con nuevas iniciativas orientadas a potenciar la importancia de la Responsabilidad Corporativa en la Institución: nueva herramienta de riesgo reputacional, gestión del riesgo medioambiental y social, acciones en materia de educación financiera, actividades de promoción de la RC, entre otros.

En el último trimestre del año, se llevaron a cabo las **Jornadas de Reflexión Estratégica sobre RRC**, como parte de una nueva visión corporativa cuyo objetivo es favorecer una mayor integración de estas inciativas al negocio. La meta: consensuar la visión común y el alcance de la RRC en el equipo directivo con su consiguiente efecto multiplicador a todos los niveles de la organización.

Luego de dos jornadas, en la que participaron activamente los líderes de las principales áreas de negocio y de apoyo, se trabajó en el diseño y la presentación de planes innovadores en materia de responsabilidad corporativa, los cuales están orientados a

generar valor social y económico para los grupos de interés con base a los cuatro ejes corporativos: inclusión financiera, educación financiera, banca responsable y beneficio con la sociedad.

Sistema y Función de Cumplimiento

Al inicio del año 2010, el Consejo de Administración de Banco Provincial, aprobó el **Estatuto de la Función de Cumplimiento** lo que vino a fortalecer los estándares de comportamiento ético.

Los avances obtenidos durante el año en lo que se refiere a las **Cuestiones de Cumplimiento** tipificadas en el estatuto, se traducen en haber mantenido altos estándares de transparencia en la conducta en los mercados, eficaz tratamiento para prevenir posibles conflictos de interés, un notable incremento en la formación presencial destinada a fortalecer el Sistema Integral de Administración de Riesgo de **Legitimación de Capitales y Financiamiento al Terrorismo**, así como la incorporación de tecnología de punta para la protección de datos personales.

El **Riesgo de Cumplimiento** deriva básicamente de la forma en que una entidad conduce sus relaciones de negocios con terceros y sus actuaciones en los mercados. En Banco Provincial se han tomado las medidas dirigidas a asegurar el cumplimiento de estas obligaciones que son responsabilidad de múltiples funciones o departamentos dentro de la organización, cada uno de ellos especializados en su ámbito concreto de actuación.

Al continuar con el cumplimiento de estas pautas, el Banco sigue en total sintonía con los fundamentos del Bank for International Settlements (BIS) "Compliance function in Banks", inmersos en el documento de mejores prácticas a nivel internacional en materia de prevención de riesgos.

Sistema de Gobierno Corporativo

La diferenciación marcada por Banco Provincial en el mercado financiero venezolano y en el ámbito internacional durante el año 2010, ha reafirmado la aplicación de los más altos estándares de excelencia en **Gobierno Corporativo**.

La entidad, en cada una de las acciones emprendidas, continúa generando confianza y transparencia hacia sus accionistas, empleados, clientes y la sociedad en general.

A lo largo del año 2010, fue distinguida por tres prestigiosas publicaciones internacionales, destacando la gestión y el alto desempeño de su equipo de profesionales, además de potenciar y fortalecer su posicionamiento y liderazgo en la banca venezolana.

"Mejor Banco de Venezuela", The Banker

Por tercera ocasión, Banco Provincial fue seleccionado como el Mejor Banco de Venezuela por la prestigiosa publicación The Banker, en el marco de la edición 2010 de The Banker Awards.

"Mejor Banco en Venezuela", Euromoney

Por cuarto año consecutivo, recibió el reconocimiento como "Mejor Banco en Venezuela" por parte de la prestigiosa publicación internacional Euromoney, en ocasión de la entrega de los Premios Euromoney a la Excelencia 2010, uno de los galardones más importantes que anualmente se concede en el mundo de la industria financiera.

"Mejor Banco en Venezuela", Global Finance

Por cuarta vez, la entidad fue designada como "Mejor Banco en Venezuela" por la prestigiosa publicación internacional Global Finance, como parte ranking de los mejores bancos de mercados emergentes en América Latina 2010.

Todos estos reconocimientos ratifican una vez más la excelente gestión del equipo que conforma la Institución, la cual a su vez está respaldada por los resultados obtenidos en el último ejercicio.

La integridad corporativa del Banco está representada, entre otros aspectos, por su transparencia, solvencia, calidad de servicios, innovación y, fundamentalmente, por la confianza que en él han depositado sus clientes.

Esto ha sido posible gracias a la sinergia existente en cada uno los órganos que conforman la estructura del Gobierno Corporativo constituido por el Consejo de Administración, el Comité de Auditoría, el Comité de Riesgo y el Comité de Nombramientos y Remuneraciones.

Estándares de Conducta y Compromisos

Código de Conducta de Banco Provincial

El **Código de Conducta** de la institución se sustenta en fundamentos de comportamiento ético estructurados en **cuatro integridades**, contentivas de las pautas que deben cumplir todos los trabajadores.

Al mismo tiempo, el código está basado en valores vinculados a la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, además de otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

La generación de valor agregado por parte de las funciones ejecutivas, así como por el resto de los trabajadores, tienen como denominador común la incorporación de fundamentos de comportamiento ético asociados a la cultura corporativa.

Con el apoyo de la alta dirección de la Institución, en el año 2010 se fortaleció la labor de sensibilización desarrollada por la Dirección de Cumplimiento Normativo orientada a reforzar el conocimiento de los contenidos del **Código de Conducta**.

Integridad Relacional	• Abarca las relaciones con clientes, proveedores, empleados y comunidad.
Integridad Personal	• Establece criterios y pautas de actuación para los empleados.
Integridad en los Mercados	• Promueve la transparencia y la integridad de los mercados.
Integridad Organizativa	• Previene y soluciona de forma eficaz la aparición de conflictos que puedan surgir en el curso de las operaciones de Banco Provincial.

Códigos específicos en áreas funcionales

La aplicación del **Código de Conducta** como pieza fundamental del Sistema de Cumplimiento se hace demostrativa a través de la instrumentación de sus derivados normativos como herramientas complementarias específicas para la gestión de los compromisos básicos en cada área funcional, los cuales evidencian la visión institucional del Banco en conducir todas sus actividades y negocios de acuerdo a estrictos estándares de conducta.

Entre los instrumentos más importantes, resaltan:

Instrumentos específicos para la gestión de los compromisos básicos

- Estatutos Sociales del Consejo de Administración
- Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Capitales
- Principios Básicos de Gestión del Riesgo y Manual de Políticas de Gestión del Riesgo
- Estatuto de la Función de Cumplimiento
- Principios Aplicables a los Intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento de Banco Provincial
- Estatuto de Auditoría
- Norma de Relación con Personas o Entidades de Relevancia Pública en Materia de Financiaciones y Garantías
- Política Corporativa en el Ámbito de los Mercados de Capitales
- Código Ético para la Selección de Personal
- Manual de Administración Integral del Riesgo

Auditoría Interna: un instrumento para la Responsabilidad Corporativa

El sistema financiero venezolano se caracteriza por desarrollarse en un entorno bancario globalizado, con altos niveles de competencia y un marco regulatorio complejo, donde cada vez son más necesarios una mayor transparencia y mayores niveles de control de la actividad y gestión corporativa.

Banco Provincial asume las directrices del Comité de Basilea y, por tanto, concibe la función de Auditoría Interna como una actividad permanente, independiente, imparcial y objetiva de consulta y evaluación de los sistemas de control interno y de gestión del riesgo de la organización, con la finalidad de agregar valor, mejorar las operaciones y apoyar a la institución en la consecución de sus objetivos.

La función de Auditoría Interna ayuda a la organización a cumplir sus objetivos, proporcionando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficiencia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno corporativo; tiene un alcance general, por lo que su ámbito de actuación comprende todas y cada una de las actividades del Banco, con independencia de su adscripción geográfica o funcional. Asimismo, se encuentra establecida en sus estatutos, en el que se definen de manera global la visión de la función de auditoría y se regula de forma específica el alcance de la misma, sus órganos de dirección, los principios rectores, metodológicos y de relación en la organización.

El estatuto correspondiente define las atribuciones de la Auditoría Interna 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, incluyendo los sistemas de información electrónicos.
- Revisar la aplicación y efectividad de los métodos de identificación, control, gestión y evaluación de los diferentes riesgos: Crédito,

Mercado, Operacional, Liquidez, Legal y Reputación.

- Revisar periódicamente el proceso de medición y asignación de capital de Banco Provincial y sus empresas filiales.

- 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 organismos reguladores.

- Determinar y valorar el alcance de las irregularidades, anomalías e incumplimientos que se detecten en la realización de sus trabajos, planteando las conclusiones al Comité de Disciplina.

A través del adecuado desempeño de sus atribuciones, la función de Auditoría Interna contribuye en forma relevante al adecuado cumplimiento del compromiso de Responsabilidad Corporativa de Banco Provincial con sus grupos de interés:

- **Respecto a la sociedad:** contribuye a garantizar el apego al marco normativo, a un estricto comportamiento ético, y al cumplimiento del compromiso con la sociedad en todas las actuaciones de la Institución.

- **Respecto a los clientes:** velar por el cumplimiento de los compromisos adquiridos con ellos, en el marco de una gestión ética y transparente que genera confianza.

- **Respecto a los empleados y directivos:** la función provee servicios y se proyecta hacia cualquier ámbito en la que sea requerida. Apoya en la gestión integral de los riesgos.

- **Respecto a los accionistas:** favorece el cumplimiento de altos estándares de Buen Gobierno Corporativo y a difundir información fiable, íntegra y oportuna a los mercados.

Auditoría Interna está sometida al control y supervisión del Comité de Auditoría, órgano del Consejo de Administración de Banco Provincial, lo que garantiza la independencia para cubrir los objetivos globales de evaluación y mitigación de riesgos y la evaluación de los sistemas de control interno.

Un pilar de la función de Auditoría Interna es la comunicación. La oportuna transmisión de la información es indispensable para una correcta gestión, en consecuencia la dirección de Auditoría Interna habitualmente informa al Comité de Dirección y al Consejo de Administración sobre el grado de ejecución del Plan Anual, el avance de mitigación de los riesgos y comunica las irregularidades, anomalías o incumplimientos relevantes; que puedan originar daños al patrimonio, a los resultados o a la reputación.

Los trabajos de Auditoría Interna permiten obtener una calificación global y una valoración de los riesgos propios de los diferentes procesos evaluados; dentro del alcance de la auditoría; así como las recomendaciones derivadas de los aspectos relevantes detectados.

Principio de Precaución: La Gestión del Riesgo

Bajo los pilares de una adecuada administración integral del Riesgo y de un Buen Gobierno Corporativo, la gestión del Riesgo en Banco Provincial se mantuvo, a lo largo del año 2010, alineada a las mejores prácticas y estándares internacionales.

Este marco de gestión es tutelado por el Comité de Riesgo, máximo órgano rector y vigilante de las normas y directrices establecidas por la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN), así como de los lineamientos de Global Risk Managment desde el Grupo BBVA.

Global Risk Managment es la actual denominación de Riesgos a nivel del Grupo BBVA, como parte de una nueva visión de la Gestión de Riesgos, bajo los principios de globalidad, unidad e independencia, con el objetivo de preservar la solvencia del grupo.

Este modelo se fundamenta en los siguientes principios:

1) Nueva estructura y modelo de relación, agilidad y acercamiento de la decisión al cliente.

2) Tecnología e Innovación, simplificación de procesos.

3) Gobierno Corporativo y Asset Allocation (planificar el balance por perfiles de riesgos y Consumo de Capital).

Este esquema ha sido asumido por Banco Provincial y adaptado en su estrategia de gestión en la Unidad de Administración Integral de Riesgo, ya encaminada en la valoración, medición y gestión de los principales riesgos a que se expone la actividad del Banco. Esta visión integral ha permitido ser consecuentes en la generación de resultados y en mostrar unas excelentes métricas de calidad de Riesgo, con marcada diferencia frente a los principales competidores y el sistema.

El objetivo de esta administración es garantizar la calidad de todas las exposiciones de riesgos, con la adecuada aplicación de políticas, metodologías, herramientas y procesos durante el ciclo de vida de cualquier operación, en búsqueda de una adecuada solvencia y garantía a los clientes e impulso a los sectores económicos en desarrollo.

A lo largo del año 2010, los esfuerzos de colocación han estado dirigidos al financiamiento de proyectos orientados a cubrir necesidades de construcción de viviendas, créditos hipotecarios, microempresas, turismo, manufactura y al sector primario agropecuario, en el entendido de su directa relación con el impulso en la generación de fuentes de empleo y su aporte al crecimiento económico del país, siempre aplicando criterios de prudencia y resguardo de los niveles de calidad de riesgo.

Banco Provincial sigue desarrollando modelos de valoración de riesgos de crédito (pérdida esperada y capital económico) adaptados a los requerimientos y estándares Internacionales inmersos en las normativas de la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN) y en línea con Basilea II.

Riesgo Reputacional

En el año 2010, BBVA presentó un nuevo proyecto corporativo, orientado a generar un manual para impulsar la gestión del Riesgo Reputacional para el Grupo BBVA, donde cada país debía realizar el trabajo de identificación y evaluación del Riesgo Reputacional a nivel local, entendido éste como la exposición a la incertidumbre de resultados como consecuencia de eventos que pueden afectar negativamente a la reputación de la entidad,

es decir, a la percepción que los grupos de interés tienen de la institución.

A nivel local, en el marco del Comité de RRC, se inició la ejecución de este programa, con la creación de mesas de trabajo conformadas por las áreas de Riesgos y Comunicación e Imagen, quienes llevaron a cabo, durante el segundo semestre, un trabajo de asignación de riesgos genéricos a las diversas unidades de la organización responsables de su gestión.

Esta lista, elaborada corporativamente, incorpora riesgos relacionados con siete dimensiones: liderazgo, finanzas, trabajo, innovación, oferta, ética y ciudadanía.

A partir de esta asignación, las áreas propietarias de los riesgos iniciaron la evaluación del impacto de los mismos en la gestión y tomando en cuenta factores como: grupos de interés afectados, importancia para el grupo de interés, globalidad, expectativas de la capacidad de gestión, grado en que es noticiable y si es éticamente cuestionable. Paralelamente, se comenzó la evaluación de las fortalezas de gestión del banco de cara a estos riesgos.

Este proceso, cuya culminación está prevista para el primer semestre de 2011, derivará en la existencia de una herramienta que mide y evalúa el riesgo reputacional al cual está sometido a la institución, al tiempo que establece las políticas y acciones a llevar a cabo para su mitigación. Esta iniciativa dota de gran fortaleza a la gestión de la institución, a la hora de hacer frente a contingencias internas y externas que pudieran presentarse, fortaleciendo al mismo tiempo su posición de cara a las expectativas de sus grupos de interés.

Valor Económico Añadido

(Miles de Bs.)			2010	2009	2008
Accionistas	Dividendos		332.774	304.456	194.501
Empleados	Gastos de personal		781.104	610.199	500.927
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	(1)	2.901.018	2.198.095	1.952.242
Proveedores	Otros gastos generales de administración	(2)	578.123	494.881	441.055
Sociedad	Impuesto sobre beneficios		120.733	199.697	193.956
	Contribuciones a la comunidad: recursos destinados		14.053	13.367	11.419
	Creación de Valor Directo Tangible		**4.727.806**	**3.820.695**	**3.294.100**

(1) Ingresos por inversión gestionada menos costos por recursos gestionados.
(2) Gastos Generales (excluyendo donativos), I.T.F. gastos generales, contribuciones e impuestos e I.T.F. del epígrafe de resultados extraordinarios.

Valor económico generado y distribuido

(Miles de Bs.)		2010	2009	2008
Valor económico generado (VEG)		**4.173.646**	**3.208.753**	**2.768.318**
Margen de intermediación	(1)	3.660.974	2.809.749	2.248.694
Comisiones netas	(2)	638.924	505.903	505.116
Actividad seguros	(3)	107.484	67.087	42.314
Otros ingresos ordinarios	(4)	294.327	15.666	84.552
Otras ganancias y pérdidas netas	(5)	-528.062	-189.652	-112.358
Valor económico distribuido (VED)		**1.927.152**	**1.622.600**	**1.341.444**
Accionistas: Dividendos	(6)	332.774	304.456	194.501
Resultado atribuido a la minoría	(7)	-	-	-
Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios)	(8)	678.488	494.881	441.055
Sociedad: Impuestos	(9)	120.733	199.697	193.956
Recursos destinados por el Banco y su Fundación en apoyo a la comunidad	(10)	14.053	13.367	11.419
Empleados: Gastos de personal		781.104	610.199	500.927
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)		**2.246.494**	**1.586.291**	**1.426.460**
Provisiones y amortizaciones	(11)	965.459	498.663	533.520
Reservas	(12)	1.281.035	1.087.628	892.940

(1) Margen Financiero menos los dividendos reconocidos como gasto en el ejercicio.
(2) Ingresos por Servicios.
(3) Ingresos por participación patrimonial de la compañía de Seguros.
(4) Otras Operaciones Financieras, diferencias en cambio y enajenaciones.
(5) Resultados Extraordinarios (Ingresos y Gastos excluyendo el saldo por participación patrimonial en Seguros, enajenaciones y otras dotaciones), otros resultados de explotación
(6) Dividendos decretados sobre la base de la utilidad del ejercicio respectivo. No es determinante la fecha de pago del dividendo.
(7) Intereses Minoritarios.
(8) Gastos Generales (excluyendo donativos o liberalidades), I.T.F. gastos generales, contribuciones e impuestos e I.T.F. del epígrafe de resultados extraordinarios.
(9) Impuesto Sobre la Renta registrado en resultados.
(10) Información suministrada directamente por la Unidad de Comunicación e Imagen
(11) Saneamiento crediticio, amortizaciones inmovilizado y otras dotaciones.
(12) Movimiento de patrimonio del periodo, sin incluir capital social ni la ganancia no realizada en inversiones.

Grupos de Interés

La escucha y el diálogo permiten a la institución centrarse en lo que es más relevante para sus grupos de interés.

En Banco Provincial la Responsabilidad Corporativa es asumida como un compromiso con sus grupos de interés, entendidos estos como todas aquellas personas, instituciones o colectivos que se relacionan significativamente con su actividad y las decisiones que se ven afectadas por ellas.

La escucha y el diálogo permiten a la institución centrarse en lo que es relevante tomando en cuenta su visión y sus principios y en lo que es de mayor significancia para los grupos de interés.

A través de los mecanismos de análisis y diálogo, se busca escuchar y dar respuesta a los asuntos de mayor prioridad para estos grupos, creando al mismo tiempo espacios de valor compartido con miras a mantener relaciones estables, transparentes y equilibradas.

Se trata de una labor compleja, 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. Este retorno se resume en la capacidad de la Institución para generar confianza y fortalecer su buena reputación ante 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.

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.

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

Accionistas
Crear más valor de forma sostenible en el tiempo

Clientes
Buscar las mejores soluciones que hagan de Banco Provincial su primera opción

Sociedad
Contribuir de forma activa al desarrollo sostenible de la sociedad en la que Banco Provincial está presente

BBVA Banco Provincial

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

Reguladores
Actuar con integridad y cumplir rigurosamente la legalidad

Proveedores
Encontrar en Banco Provincial un aliado para el beneficio mutuo

Análisis

En el año 2010, diversas áreas de la institución realizaron estudios y emplearon una serie de herramientas orientadas a conocer la opinión de los grupos de interés con respecto a temas relevantes sobre Banco Provincial (productos, servicios, calidad, imagen, apoyo a la sociedad), cuyos resultados tiene un papel determinante a la hora de definir las estrategias y acciones que se ponen en marcha.

Reptrak

Este estudio corporativo, que comenzó a emplearse en Banco Provincial a partir de 2010, es un modelo para medir y gestionar la reputación de las organizaciones a través de los resultados de encuestas (tracking).

- Mide la reputación emocional como la agregación de impresión, estima, confianza y admiración.
- Mide también un conjunto de atributos racionales que se ha demostrado explican la reputación emocional.
- Analiza en qué medida la reputación y sus componentes impactan en el comportamiento de los grupos de interés:

- Hablaría positivamente
- Compraría
- Recomendaría
- Invertiría
- Trabajaría

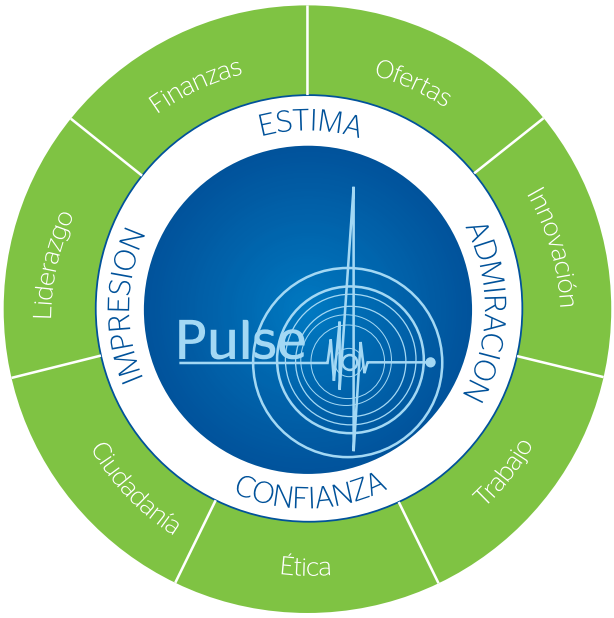
El Reptrak 2010 analizó la notoriedad de Banco Provincial, su reputación y su posicionamiento de marca.

• Notoriedad

Fuente: ATP's, Millward Brown

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

- Total menciones: % de personas que mencionan la marca cuando se les pregunta por entidades financieras que conocen.



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

• Reputación

Fuente: RepTrak, Reputation Institute

Se midió para clientes y no clientes con:

- Indicador de reputación total o emocional, preguntando por 4 atributos: estima, admiración, impresión, confianza.
- Atributos racionales que impactan en la reputación emocional y que sirven para gestionarla: orientación a cliente, trabajo, ética, liderazgo, innovación, finanzas y ciudadanía (este último con mayor desglose de atributos).
- Actitudes: Son consecuencia de la reputación emocional y racional: hablaría positivamente, compraría, recomendaría, invertiría y trabajaría.

• Posicionamiento de marca

Fuente: PV'S, Millward Brown

Mide, para clientes y no clientes, el perfil de cada marca de servicios financieros frente a la categoría en los atributos del posicionamiento de la marca: "beneficiar al cliente haciendo su vida más sencilla".

- Accesibilidad/conveniencia (¿Está disponible para mi siempre que lo necesito?).
- Agilidad/flexibilidad (¿Los requisitos y trámites de contratación son sencillos?).
- Cercanía/no arrogancia (¿Sus empleados son muy amables y me tratan muy bien?).
- Lenguaje claro/transparente (¿Ofrece información útil que se entiende fácilmente?).
- Relación valor-precio (¿Ofrece buenos rendimientos en productos de ahorro e inversión?).
- Confiable (¿Es una institución sólida, solvente y segura?).

Ficha técnica RepTrak

Características del trabajo de campo

Universo	Población general mayor de 18 años
Ámbito	Principales regiones
Metodología de entrevista	Entrevista personal telefónica (CATI)
Target	Valoran las empresas los encuestados que conocen bastante a una entidad y que son capaces de responder a 3 de las 4 preguntas sobre la reputación general de una empresa
Tamaño de la muestra	1.000 valoraciones anuales por compañía
Distribución muestral	Se aseguran cuotas por sexo y edad. Se vigila que las proporciones de todas las variables socio-demográficas se mantengan constantes a lo largo del tiempo
Empresas analizadas	Las empresas más mencionadas por su reputación (buena o mala) en cada país
Forma de valoración	Valoración por compañía de forma independiente en una escala de 1-100

Ficha técnica ATP, Millward Brown

¿En qué consiste el ATP?

Control de todos los cambios que se producen en el funcionamiento de una marca como consecuencia de sus actividades de marketing.

Se miden de forma continua diferentes variables, entre otras, la notoriedad espontánea "total menciones" y la notoriedad espontánea "top of mind", así como atributos relacionados con la imagen de las entidades.

Ayuda a mejorar las decisiones y la gestión del valor de la misma.

Características del trabajo de campo

Universo	Hombres y mujeres de 18 y más años que tengan algún tipo de producto bancario
Ámbito	Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Barcelona-Puerto La Cruz, San Cristóbal y Puerto Ordaz
Metodología de entrevista	Entrevista en hogares
Tamaño de la muestra	200 entrevistas por ola
Distribución muestral	Se establecen cuotas por ciudades, sexo, edad y clase social
Empresas analizadas	Las principales entidades financieras del país
Forma de valoración	Se valora de forma relativa/ comparativa dentro del sector financiero

Estudios con clientes y no clientes

En el año 2010, el área de Innovación y Desarrollo continuó impulsando una serie de acciones enmarcadas en el objetivo de tener conocimiento integral del cliente/ consumidor. Por ello, se llevaron a cabo diferentes investigaciones de carácter cualitativo y cuantitativo que permitieron identificar de cerca las necesidades y expectativas de los clientes y no clientes, naturales y jurídicos.

A continuación se muestra la ficha técnica de los estudios de investigación de mercado llevados a cabo durante este período:

Tracking Publicitario	
Objetivo	Evaluar el desempeño de las diferentes campañas comerciales que ofrecen los bancos del peer group a sus clientes y no clientes
Técnica	Entrevistas personales en hogares
Metodología	Cuantitativa
Universo	Hombres y mujeres bancarizados, mayores de 18 años, de niveles socioeconómicos A/B, C y D
Muestra	100 entrevistas semanales para un total de 4.500 entrevistas anuales
Tipo de Cliente	Persona natural
Alcance geográfico	Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Barcelona-Puerto La Cruz, San Cristóbal y Puerto Ordaz

Imagen	
Objetivo:	Caracterizar la imagen de Banco Provincial en comparación con la competencia, de acuerdo a los atributos de los ejes estratégicos y de otros atributos de interés
Técnica:	Entrevistas personales en hogares
Metodología:	Cuantitativa
Universo:	Hombres y mujeres bancarizados, mayores de 18 años, de niveles socioeconómicos A/B, C y D
Muestra:	4 rondas cuatrimestrales para un total de 3.500 entrevistas anuales
Tipo de Cliente:	Persona Natural
Alcance geográfico:	Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Barcelona-Puerto La Cruz, San Cristóbal y Puerto Ordaz-Guayana

Comprador misterioso en oficinas Banco Provincial + Competencia	
Objetivo	Caracterizar y hacer análisis comparativo de los esfuerzos realizados por Banco Provincial y los principales bancos de la competencia en los canales de comunicación oficinas (taquillas y gestores)
Técnica	Mistery Shopper (Comprador misterioso) en oficinas
Metodología	Cualitativa
Universo	Oficinas Banco Provincial y competencia
Muestra	124 observaciones
Alcance geográfico	Caracas

Calidad	
Objetivo	Explorar la opinión y las expectativas de las personas bancarizadas, sobre el servicio que le ofrecen los bancos
Técnica	Entrevistas personales en hogares
Metodología	Cuantitativa
Universo	Hombres y mujeres bancarizados, mayores de 18 años, de niveles socioeconómicos A/B, C y D
Muestra	2 rondas trimestrales para un total de 1.000 entrevistas anuales
Tipo de Cliente	Persona natural
Alcance geográfico	Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Barcelona-Puerto La Cruz, San Cristóbal y Puerto Ordaz-Guayana

Panel de hogares Clientes + Competencia	
Objetivo	Hacer un análisis comparativo de los esfuerzos de mercadeo que está haciendo Banco Provincial y los principales bancos de la competencia a través de los canales alternativos
Técnica	Panel en hogares
Metodología	Cualitativa
Universo	Hombres y mujeres, con ingresos entre Bs. 15.000 y Bs. 20.000 al mes, usuarios o no del servicio de nómina con estos bancos
Muestra	60 panelistas para un mínimo de 25 clientes de cada entidad
Tipo de Cliente	Persona natural
Alcance geográfico	Caracas

Encuesta Empresarial (estudio sindicado)	
Objetivo	Determinar los principales servicios bancarios utilizados por las empresas a nivel nacional así como sus expectativas para el año 2010
Técnica	Entrevistas telefónicas
Metodología	Cuantitativa
Universo	Empresas de diversos sectores de actividad del país
Muestra	230 empresas
Tipo de Cliente	Persona Jurídica
Alcance geográfico	Región Capital, Central, Los Llanos, Centro Occidente, Los Andes, Guayana y Zuliana

Abandono de Nóminas Naturales	
Objetivo	Entender y priorizar las razones que motivaron a clientes naturales de alto y medio valor de Banco Provincial a terminar la relación de nómina
Técnica	Entrevistas telefónicas
Metodología	Cuantitativa
Universo	Ex clientes de Banca de Personas del servicio de Nómina (pueden seguir siendo clientes o no del Banco con otros productos)
Muestra	65 entrevistas telefónicas de la base de clientes entregada por el Banco
Tipo de Cliente	Persona natural
Alcance geográfico	Caracas

Abandono de Nóminas Jurídico	
Objetivo	Entender y priorizar las razones que motivaron a clientes Jurídicos (Banca de Empresas) de alto y medio valor de Banco Provincial a terminar la relación de nómina
Técnica	Entrevistas telefónicas
Metodología	Cuantitativa
Universo	Ex clientes del BBVA de Banca de Personas del servicio de Nómina (pueden seguir siendo clientes o no del Banco con otros productos)
Muestra	45 entrevistas telefónicas de la base de clientes entregada por el Banco
Tipo de Cliente	Persona Jurídica
Alcance geográfico	Caracas

Abandono de Clientes	
Objetivo	Identificar principales razones de abandono de los clientes de Banco Provincial y evaluar expectativas de contratación de productos o servicios. Evaluar intención de volver a trabajar con el Banco
Técnica	Entrevistas en profundidad y encuestas
Metodología	Cuantitativa
Universo	Ex clientes de Banca de Personas del servicio de Nómina (pueden seguir siendo clientes o no del Banco con otros productos)
Muestra	120 entrevistas telefónicas de la base de clientes entregada por el Banco
Tipo de Cliente	Persona natural
Alcance geográfico	Caracas y Maracaibo

Entorno Económico y Situación del Consumidor Venezolano (estudio sindicado)	
Objetivo	Conocer las tendencias del consumo del venezolano así como variables macroeconómicas que inciden sobre el consumo y evaluación del sector producción y comercio
Técnica	Entrevistas en hogares/ Información de fuentes primarias
Metodología	Cuantitativa
Universo	Hombres y mujeres mayores de 18 años de niveles socioeconómicos A,/B, C, D y E
Muestra	1.300 entrevistas
Tipo de Cliente	Persona Natural
Alcance geográfico	Región Capital, Central, Los Llanos, Centro Occidente, Los Andes, Guayana y Zuliana

Estudio de Tendencias Sociales	
Objetivo	Entender cómo es el comportamiento del consumidor venezolano en cuanto a adopción de tecnología, percepciones y actitudes hacia la economía, relación con las entidades financieras. Imagen de las entidades financieras para llevar a cabo una segmentación en base a actitudes
Técnica	Entrevistas en hogares
Metodología	Cuantitativa
Universo	Población venezolana bancarizada, de 18 a 54 años y pertenecientes a los niveles socioeconómicos ABC+, C y D
Muestra	900 entrevistas
Tipo de Cliente	Persona Natural
Alcance geográfico	Caracas, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Maracaibo, Ciudad Guayana, Puerto La Cruz y San Cristóbal

Estudios de Calidad

Encuesta Cliente Externo

En el año 2010 se desarrollaron estudios de Calidad aplicados a clientes externos en las diferentes áreas de negocio: comercial, corporativa y banca de empresas, con el propósito de identificar las fortalezas y las oportunidades de mejora en cada una de ellas, estableciéndose líneas de trabajo estratégicas para el año 2011 a fin de mejorar la calidad de servicio. El resultado arrojado por este estudio en el año 2010 fue de 7,91 / 10.

- **Ámbito Geográfico:** Poblaciones de Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Ciudad Guayana, Puerto la Cruz/Barcelona y San Cristóbal.
- **Tipo de Entrevista:** Entrevista personal realizada al cliente vía telefónica.
- **Muestra:** Encuestas dirigidas a 1.350 clientes externos.
- **Periodicidad:** Anual.
- **Campo:** Distribuido en 3 períodos.
- **Trabajo de Campo:** Inmark Venezuela.
- **Metodología:** Análisis multivariante de datos que lleva a la determinación de los pesos de los atributos del servicio.

Encuesta Cliente Interno

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 de 2010 muestran un índice de satisfacción de 7,69 / 10. Este instrumento permite obtener una medición sobre la calidad de servicio que prestan las distintas áreas que conforman Banco Provincial brindando información importante sobre la gestión diaria.

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 servicio al cliente, 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

Estudios orientados a beneficiarios de los programas sociales

Programa Becas de Integración

Durante el último trimestre de 2010, se planificó, diseñó y se llevó a cabo la recolección y transcripción de datos correspondientes a la evaluación al Programa Becas de Integración, a fin de medir la efectividad y el impacto del otorgamiento de las becas.

La realización de dicho estudio de campo estuvo a cargo de la Sociedad Civil Caligrama Proyectos Educativos, quienes se basaron en una muestra que contempló como unidad de análisis a los representantes del alumno que recibe la beca y a estudiantes graduados que disfrutaron de este beneficio.

Las variables que se midieron fueron las siguientes:

Con respecto a becarios actuales:

- Conocimiento del representante del becario sobre el Programa de Becas de Integración de la Fundación Banco Provincial.
- Percepción del representante del becario sobre los efectos que la Beca de Integración ha generado en su hijo y en ellos como familia.
- Satisfacción del representante del becario con el beneficio recibido y su forma de otorgamiento.
- Preguntas varias que determinen el uso y conocimiento de herramientas tecnológicas (internet, correo electrónico, etc).

Con respecto a becarios graduados:

- Conocimiento del ex becario sobre el Programa de Becas de Integración de la Fundación Banco Provincial
- Percepción del ex becario sobre los efectos que la Beca de Integración generó en él y en su familia.
- Satisfacción del ex becario con el beneficio recibido y su forma de otorgamiento
- Ex becarios que continúan estudiando tras la beca.

El tamaño de la muestra estuvo basado en 351 familias estratificadas

por institución educativa. Para dicho estudio se diseñó un instrumento basado en una encuesta telefónica.

Programa Papagayo

Con el objetivo de determinar los efectos a largo plazo que el Programa Papagayo ha generado en los docentes y estudiantes participantes y ganadores así como identificar el estado actual y uso de las bibliotecas donadas a las escuelas ganadoras del Concurso de Creación Literaria, se diseñó durante el último trimestre una evaluación que permita medir estos dos objetivos en los últimos cinco años de ejecución del programa.

Esta evaluación también estuvo realizada por la Sociedad Civil Caligrama Proyectos Educativos.

La muestra está basada en 60 docentes y 60 alumnos ganadores entre los años 2005- 2010 de los estados participantes y 12 escuelas ganadoras entre los años 2005-2010 pertenecientes a los estados Anzoátegui, Aragua, Lara, Miranda, Vargas y en el Distrito Capital.

Los instrumentos diseñados están bajo la modalidad de encuestas telefónicas de docentes y alumnos ganadores así como también visitas a 12 escuelas para realizar la encuesta y constatar el estado de las bibliotecas.

Durante los meses de octubre, noviembre y diciembre Caligrama Proyectos educativos, junto con la Fundación Banco Provincial, realizó el diseño de la encuesta y puntos a contemplar para la observación de la biblioteca; la selección de docentes y escuelas; selección de asistentes de investigación; diseño y validación de la encuesta; realización de la encuesta telefónica; visitas a 12 bibliotecas.

Diálogo

Banco Provincial llevó a cabo en 2010 una serie de iniciativas, programas y proyectos que, con un objetivo social y ambiental, contaron con el apoyo (como colaboradores, socios, copatrocinadores, ejecutores) de importantes instituciones públicas y privadas.

Programas educativos

Como se explica en detalle más adelante, en el capítulo Compromiso con la Sociedad, Banco Provincial desarrolla a nivel nacional dos programas orientados a promover la educación como palanca de desarrollo del país y de su gente.

La ejecución de ambos programas, Becas de Integración y Papagayo, se mantuvo durante 2010, gracias a la alianza suscrita con dos importantes redes educativas privadas como la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) y las escuelas que conforman la red de Fe y Alegría, en el primer caso; así como con la colaboración, para Papagayo, de las Direcciones de Educación de las Gobernaciones de Estado, de la AVEC y de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), instancias responsables de la logística de los dos programas, la selección de los beneficiarios lo cual avala la solidez y sostenibilidad de los mismos.

Otras iniciativas

En el capítulo Compromiso con la Sociedad, también se incluyen una serie de programas e iniciativas de acción social desarrolladas por terceros y que contaron con el apoyo de Banco Provincial y su Fundación, bajo la vía de donativos o patrocinios, a través de las cuales se contribuyó a reforzar las relaciones de la institución con entes públicos y privados y organizaciones sociales de gran relevancia a nivel nacional.

Redes sociales

En el segundo semestre del año, Banco Provincial decidió incursionar en el dinámico mundo de las redes sociales, a través de su cuenta en Twitter, @bbvaprovincial. Con esta iniciativa, la institución fortalece su compromiso con los clientes, teniendo como norte una comunicación transparente y oportuna para dar respuesta a sus necesidades de información y de servicio de cara a su relación con el Banco, cuya demanda venía registrando un importante incremento a través de este medio digital.

A sólo seis meses de su apertura, la cuenta institucional de Banco Provincial en Twitter se ha posicionado como un canal de comunicación de referencia para sus seguidores, quienes a través del mismo tienen la oportunidad de recibir información de interés sobre la entidad (productos y servicios, procesos, recomendaciones, información corporativa y financiera, así como sobre los programas que desarrolla el Banco en beneficio de la sociedad) y también, plantear sus requerimientos particulares derivados de su relación comercial con la Institución.

Entre junio y diciembre de 2010, a través de este canal se recibieron 3.767 mensajes publicados por los seguidores, relacionados con requerimientos de información general, comentarios y gestión de reclamos, así como replicación de mensajes corporativos publicados por Banco Provincial.

De igual forma, al cierre del año, @bbvaprovincial registró más de 14.526 seguidores, cifra que nos coloca como el segundo banco venezolano en el ranking TOP 10 bancos, tarjetas de crédito y compañías de seguros más seguidas en Twitter en 2010, publicado en *www.visible-banking.com*, página web especializada en realizar benchmarking de bancos, empresas de servicios financieros, seguros y tarjetas de crédito en las redes sociales.

A través de este canal, Banco Provincial ha generado un interesante diálogo con clientes, usuarios y público en general, lo cual le permite dar respuestas cada vez más oportunas y directas a los requerimientos de estos grupos. De igual forma, la plataforma que brinda Twitter ha favorecido la creación y difusión de nuevos contenidos institucionales y sobre productos y servicios adaptados especialmente a los temas y requerimientos de información más relevantes para los seguidores.

Asuntos controvertidos

Durante el ejercicio 2010 no se registraron 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 incidencia significativa sobre la situación patrimonial, financiera y reputacional del Banco o del Grupo BBVA o sobre sus resultados respectivos. Adicionalmente, la información referida a litigios, compromisos contractuales y contingencias legales ha sido debidamente comunicada a la Dirección Financiera para su adecuado registro contable.

Inclusión Financiera

Impulsar el acceso de los distintos segmentos de la población al sistema bancario es una prioridad para la entidad.

Financiamiento a sectores prioritarios

En el año recién finalizado, Banco Provincial continuó dirigiendo sus esfuerzos a mantener el apoyo que tradicionalmente viene brindando a los diversos sectores productivos en Venezuela. En el marco de las carteras crediticias establecidas por el gobierno nacional, la institución colaboró decididamente con estas actividades, tanto a través de financiamiento como de asesorías diseñadas a la medida de las necesidades de cada segmento.

Agropecuaria

La cartera agropecuaria de Banco Provincial, al cierre del año 2010, se ubicó en Bs. 4.420 millones, cifra que representa un incremento del 34% con respecto al año anterior. Este resultado, evidencia el interés de la institución por seguir contribuyendo con este sector fundamental para el progreso social y agroalimentario del país. De igual forma, el porcentaje de cumplimiento legal de la cartera agrícola se ubicó en 25,79%, por encima del mínimo exigido por la legislación respectiva.

Para el mismo período, la cartera de clientes de este sector alcanzó los 3.463 productores beneficiados, mostrando un crecimiento del 8% en comparación con el año 2009.

La gestión de la institución en materia de créditos agropecuarios, permitió financiar importantes rubros en los diversos segmentos de esta actividad económica, con su consiguiente impacto social:

- Sector Animal: ganadería de carne y leche, avícola y porcino.
- Sector Vegetal: distribuido a corto plazo, fundamentalmente en los rubros de cereales (maíz blanco y amarillo, arroz y sorgo) y, en una menor escala, en hortalizas.

Las regiones que se vieron beneficiadas por el financiamiento que otorgó Banco Provincial a los productores agrícolas, fueron:

- Centro - Los Llanos: estados Guárico, Aragua, Carabobo, Cojedes y Apure.
- Andes, Zulia y Occidente: estados Zulia, Táchira, Portuguesa, Barinas, Trujillo, Yaracuy y Mérida.
- Oriente: estados Monagas, Anzoátegui, Sucre y Bolívar.

De igual forma, a fin de impulsar su apoyo a los clientes del sector, la entidad participó en diversos eventos promovidos a nivel gremial, en los que brindó asesoría especializada a los interesados:

- Feria Internacional Agropecuaria de San Sebastián (Táchira).
- Feria de Ganadería de Upata (Bolívar).
- Feria Agropecuaria de Machiques (Zulia).
- Feria Agropecuaria de Santa Bárbara del Zulia (Zulia).

Hipotecaria

Con relación al sector de construcción y viviendas, para el cierre del año, se otorgó financiamiento con recursos propios a 3.769 familias, a las cuales se apoyó en su meta de adquirir vivienda principal, acción que totalizó un monto de Bs. 717.959 millones.

Adicionalmente, se aprobaron 1.677 solicitudes en colaboración con el Banco Nacional de Vivienda Hábitat (BANAVIH), por Bs. 109.813 millones. Por otra parte, se financió la construcción 31 desarrollos inmobiliarios por Bs. 750.578 millones, los cuales fueron destinados a la construcción de

soluciones habitacionales enmarcadas dentro de la Ley de Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat. Durante el año 2010, se desembolsaron Bs. 648.840 orientados a la construcción de vivienda principal dentro del beneficio de tasa social.

Turismo

Consciente de la importancia que tiene esta actividad en el desarrollo económico y social del país, la Institución mantuvo su apoyo al sector turístico nacional.

Banco Provincial estuvo presente en la *Feria Internacional de Turismo de Venezuela "FITVEN"* que se realizó en Caracas, evento en el cual ofreció servicios y asesoría especializada sobre las modalidades de crédito de Turismo a disposición de los clientes.

De igual forma, participó conjuntamente con el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR), en las *Jornadas del Programa de Captación de Proyectos de Inversión Turística* en diversos estados del país, donde se realizaron mesas de trabajo entre las corporaciones regionales de turismo, MINTUR y la banca. El Banco brindó asesoría a los clientes potenciales, principalmente en cuanto a la estructuración de sus proyectos turísticos para optar a financiamientos por parte de la Institución.

Al cierre de 2010, Banco Provincial destinó al sector turístico Bs. 517.481 millones, créditos que en su mayoría se destinaron a financiar actividades relacionadas con construcción, remodelación, equipamiento, ampliación y adquisición de establecimientos turísticos (hoteles, posadas y parque temáticos, entre otras).

Microcréditos

La cartera de Microcréditos registró un monto total Bs. 927 millones, lo que se traduce en Bs. 1.349 millones destinados al financiamiento de proyectos microempresariales. Estos resultados demuestran la importancia que tiene para la entidad el apoyo a este sector productivo del país.

El cumplimiento de esta cartera fue de un 4,57%, con lo cual se ubica por encima de la cuota exigida por la ley.

Manufactura

Por otra parte, la cartera de Manufactura alcanzó, a diciembre de 2010, Bs. 2.001 millones, lo cual representa el 10,8% de la cartera de créditos del Banco, excediendo el porcentaje establecido para este rubro.

Desde la incorporación de esta cartera dirigida, Banco Provincial ha puesto su mayor empeño en el desarrollo de un portafolio de productos que garanticen la satisfacción de las diferentes necesidades de los clientes manufactureros, evidenciando su compromiso con el progreso de esta actividad económica.

Apoyo en Comercio Exterior

Para el año 2010, la institución recuperó el liderazgo en este segmento, lo cual demuestra la valoración positiva que el mercado hizo de la calidad de sus servicios de comercio exterior y de gestión cambiaria, afianzada en la estrategia de fortalecimiento de las relaciones con clientes de sectores prioritarios tales como: agroindustria y salud, también atendiendo al resto de los sectores.

Se mantuvieron los servicios de apoyo a los clientes de comercio exterior en las zonas de mayor actividad económica del país; así como el Centro de Atención Telefónica de Comercio Exterior (CACE), ofreciendo atención personalizada a los clientes.

Como un nuevo aporte, se incorporó el servicio "Training Móvil", taller diseñado para orientar a los clientes que gestionan sus solicitudes de divisas ante CADIVI.

Durante el mes de noviembre, se implementó un sistema de previa cita para la atención de las solicitudes de divisas de efectivo, tarjeta de crédito viajero e internet de personas naturales a través de la red de oficinas. La puesta en marcha de este nuevo sistema estuvo orientada a mejorar la calidad de atención y los tiempos de espera en las oficinas.

Actividades Fiduciarias

Para el mes de diciembre de 2010, la cartera fiduciaria de la Institución contaba con más de 7.451 nuevos clientes fideicomitentes, se constituyeron 644 nuevos planes fiduciarios y se impulsó la fidelización de la cartera fiduciaria existente, enfocando la oferta a los clientes en Fideicomisos de Prestaciones Sociales. De esta forma, al término del año se registró un incremento de 33% al compararse con el año anterior.

El alza evidenciada estuvo apoyada - fundamentalmente - en el mantenimiento, la fidelización, el crecimiento natural de la cartera existente y la nueva constitución de fideicomisos de prestaciones sociales como uno de los principales productos del portafolio en este segmento; al ofrecer manejo transparente y confiable de las prestaciones sociales de los trabajadores, brindándole múltiples beneficios adicionales a este importante segmento de la población, tales como: acceso a los canales tecnológicos de Banco Provincial y abonos inmediatos, entre otros.

Seguros

Partiendo de la línea estratégica de negocio del Grupo BBVA y de cara a ofrecerles a los clientes un excelente servicio y productos acordes con sus necesidades, Seguros Provincial, C.A. profundiza para el año 2010 la operación Bancaseguros en Venezuela, negocio de amplia y probada trayectoria tanto en España como en América Latina.

En este sentido, se llevó a cabo la campaña Mes del Seguro, donde cabe resaltar el nivel alcanzado por las primas intermediadas al marcar record histórico en más de Bs. 8 millones.

Para Seguros Provincial, el segundo semestre del año marcó un hito en su historia. El pasado 29 de julio fue publicada en gaceta oficial la nueva Ley de la Actividad Aseguradora, la cual introdujo importantes cambios dentro del sector. Uno de ellos fue la eliminación de Bancaseguros, la cual restringió la distribución de seguros a través de las oficinas bancarias. Esta decisión generó una reconversión total del modelo de negocio, orientada a mantener el servicio prestado a los clientes, siendo ahora el canal de telemarketing el principal canal de distribución de pólizas de seguros, pasando de producir Bs. 19,9 millones al cierre del año a Bs. 26,6 millones como estimación de recaudación para el 2011.

A pesar de todos los cambios normativos que se produjeron en el año 2010, Seguros Provincial logró mantener su oferta de servicio a los clientes, al tiempo que alcanzar una recaudación en primas de Bs. 171.708.720.

Gracias al resultado obtenido y al manejo eficiente de los ingresos financieros y de los gastos operativos, Seguros Provincial mantiene un rendimiento sobre el patrimonio y un rendimiento sobre el activo de 127% y del 42%, respectivamente y un excelente índice de Eficiencia del 11%.

Otras iniciativas

Enmarcado en la estrategia de impulsar los niveles de bancarización en la población venezolana, Banco Provincial llevó a cabo el lanzamiento de la nueva oferta del servicio Nómina, la cual contiene beneficios atractivos tanto para las empresas contratantes como para los empleados que las conforman.

Dentro de este contexto, se incorporó a la oferta el novedoso Plan Nómina Estándar dirigido a empleados de bajos ingresos, introduciendo la Tarjeta Popular como un medio de pago con funcionalidades adaptadas a las necesidades financieras de este importante grupo.

La Tarjeta Popular permite a los clientes de este segmento disponer de sus abonos de nómina de manera rápida, cómoda y segura mediante retiros a través de cajeros automáticos y compras en puntos de venta afiliados a Maestro. De igual forma les brinda a una serie de beneficios adicionales como acceso a Provinet y a la Línea Provincial, posibilidad de acumular Provimillas para obtener descuentos al comprar en los comercios afiliados, seguro de accidentes personales, servicio de asistencia médica laboral, servicio de urgencias hogar, exoneración de ciertos cargos y comisiones, entre otros.

Banca Responsable

A través de sus diversas líneas de actuación el Banco evidencia su compromiso de calidad, eficiencia y transparencia.

Finanzas Responsables

Gestión del Riesgo

La calidad del riesgo crediticio en Banco Provincial, ha sido y sigue siendo uno de los principales compromisos de su gestión. Durante el 2010 se dio continuidad al proceso de mejoras en circuitos, revisión de estrategias e implantación de herramientas que permitieron la anticipación y efectiva respuesta ante los cambios de ciclo y el promover un crecimiento de la inversión con calidad, en todos sus segmentos.

En efecto, la reconfiguración de los equipos de seguimiento y cobranzas, en línea con las exigencias del entorno, la revisión de procesos y la implantación de estrategias "comportamentales" permitieron mantener la calidad de las principales carteras crediticias y reflejar moderados índices de morosidad, sólo casos singulares afectados por elementos exógenos produjeron repuntes en pocos portafolios, colocando el índice de mora total en 1,15%, para el cierre del segundo semestre de 2010.

Igualmente, se ha mantenido la política de prudencia en las coberturas de los activos dudosos elevando durante el año dicha cobertura al 346%, frente al comportamiento de los principales competidores de 226% y del propio sistema de 153%, ratificando la meta de la Institución de mantener la solidez en materia de calidad crediticia, asumiendo su compromiso con las expectativas de los grupos de interés con respecto a su gestión.

Riesgos de Mercado, Operacional y Control Interno

A través de la Unidad de Riesgos de Mercados, Operacional y Control Interno, adscrita a la Vicepresidencia de Riesgos, se profundizó el modelo de cuantificación, análisis y seguimiento de los riesgos residuales y los respectivos planes de mitigación asociados para todas las áreas de la Institución sujetas al Modelo de Riesgo Operacional y Control Interno.

En particular, las actividades realizadas a través de los comités trimestrales CIRO (Control Interno y Riesgo Operacional), así como la profundización de los respectivos planes de mitigación, todo ello impulsado por la figura del gestor CIRO en cada unidad, han sido factores fundamentales para continuar profundizando la cultura de Riesgo Operacional y la mejora de las distintas herramientas que integran el modelo corporativo de la entidad.

Estas actividades de control se apoyaron en las normativas "Identificación, medición, seguimiento y administración de los riesgos operacionales existentes en la Institución a través del Sistema Integrado de Riesgo Operacional" (Norma 18.45.011); y "Modelo de Control Interno del Grupo BBVA" (Norma 00.30.009).

Políticas de financiamiento para el sector defensa

La Organización de las Naciones Unidas, desde finales de los años 90, viene promoviendo acciones destinadas a reducir y eliminar los arsenales de armas de destrucción masiva (nucleares, químicos y bacteriológicos), así como para evitar el tráfico ilícito de armamento convencional.

Siendo uno de los valores éticos que recoge el código de conducta de la entidad, el respeto a la dignidad de las personas y a los derechos que le son inherentes, el Banco se ha comprometido con la aplicación del contenido de la declaración universal de los derechos humanos, del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (al cual el Grupo BBVA se encuentra adherido formalmente) y con tratados de organismos internacionales tales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico y la Organización Internacional del Trabajo.

En tal sentido, el Sistema de Gestión del Riesgo de Banco Provincial, tiene incorporado, de forma creciente, en el análisis de riesgo crediticio, consideraciones de criterios éticos, sociales y ambientales.

Es por ello que en las políticas de actuación de la institución, el comportamiento ético se ha desarrollado en un conjunto de normas de actuación y una de ellas contempla los principios, criterios y pautas que permiten valorar las solicitudes de financiamiento relacionadas con personas físicas o jurídicas pertenecientes al sector de fabricación de armas y municiones, formuladas para atender sus necesidades genéricas de financiación, aplicables en el circuito de decisión del grupo.

Financiamiento de Proyectos

El enfoque de la Banca Corporativa Global Venezuela durante el año 2010 estuvo orientado al fortalecimiento de la relación con el cliente y a la búsqueda del incremento de la rentabilidad producto de dicha relación. Los resultados de la actividad realizada se reflejaron en el incremento de aproximadamente 55, 44% en lo que a inversión rentable se refiere para el ejercicio anual.

Por otra parte, los recursos gestionados mostraron un incremento del 75,95%. De esta forma, una vez más desde la Banca Corporativa Global Venezuela se apoyó a clientes que constituyen el motor principal de la actividad industrial y productiva del país, con lo cual se refuerza el compromiso institucional a impulsar el desarrollo del país y promover el crecimiento sostenido.

Especial atención merece el tema del Mercado de Valores que durante el 2010 fue objeto de una reestructuración desde el punto de vista jurídico. Banco Provincial, a través de la Banca de Inversión, continuó apoyando a los emisores tradicionales del mercado en sus procesos de estructuración y colocación primaria de títulos, así como ofreciendo la asesoría respectiva y la representación ante los entes reguladores existentes.

Desde el Área de Financiamiento Estructurado se ofreció soporte a los proyectos de vanguardia que constituyen en la actualidad parte del eje fundamental de la industria petrolera y de los principales sectores de desarrollo del país.

Esto ha venido acompañado por exigencias a los clientes sobre el cumplimiento de los Principios de Ecuador, los cuales están dirigidos a atender los temas sociales y ambientales en los proyectos que se financien.

Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas

Para asegurar el mantenimiento de las mejores prácticas internacionales para prevenir los riesgos inherentes, en el marco del **Estatuto de la Función de Cumplimiento** y con el objeto de evitar la utilización de sus productos y servicios con fines delictivos, en 2010 Banco Provincial continuó la labor de formación de sus empleados en materia de Administración Integral de Riesgos de Legitimación de Capitales y del Financiamiento al Terrorismo a través del "Programa Anual de Adiestramiento", como medio de mantenerlos sensibilizados y alertas contra las nuevas tipologías utilizadas por la delincuencia organizada.

Formación en Administración Integral de Riesgos de Legitimación de Capitales y del Financiamiento al Terrorismo			
	2010	2009	2008
Participantes en actividades formativas	2.570	3.826	2.880
Personas especializadas en actividades de Administración Integral de Riesgos de Legitimación de Capitales y Financiamiento al Terrorismo	18	17	16

Alcance: Banco Provincial

Entre las áreas cuyos empleados se beneficiaron de esta formación, se encuentran: red Comercial; Auditoría; Operaciones; Hipotecario; Banca Corporativa y Banca de Inversión; miembros del Comité de Prevención y Control de Legitimación de Capitales; Canales Electrónicos y Compras, Inmuebles y Servicios Generales.

Con esta actividad, Banco Provincial ha reforzado su modelo de cumplimiento, realizando una gestión adecuada de la administración de riesgos en concordancia con los lineamientos establecidos a nivel corporativo y por los entes reguladores locales.

Orientación al cliente

Durante el año 2010, Banco Provincial reafirmó su compromiso con los clientes, bajo la visión de que su beneficio tiene un papel determinante dentro de la estrategia de la entidad.

En el marco de la estrategia del Grupo BBVA, el plan de crecimiento actual de Banco Provincial se sustenta en tres palancas cuyo norte es potenciar la relación cliente – banco para así establecer relaciones duraderas y de confianza.

Customer Centric: es una transformación definitiva en la forma de entender el negocio. Es un modelo que quiere estar más cerca del cliente y le ofrece respuestas a sus principales exigencias:

- Sencillez y conveniencia
- Respeto y calidad
- Obtención de la mejor oferta

Modelo de distribución y relación: A los clientes hay que proporcionarles una oferta comercial transparente y personalizada, una comunicación sencilla y canales de distribución idóneos. Por ello, la institución sigue invirtiendo en plataformas tecnológicas que permitan integrar las dimensiones físicas y virtuales del negocio, explorando nuevas formas de relación. Para ello, se continuó trabajando en la mejora de la gestión de los canales actuales, en el desarrollo de nuevos canales y en la transformación del modelo físico.

Organización Lean: Esta palanca se basa en la revisión de los procesos críticos, para garantizar que se cuenta con circuitos eficientes y sencillos en todos los niveles operativos y de servicio. El fin último es entregar al cliente exactamente lo que quiere y valora.

Bajo esta óptica, Banco Provincial ejecutó en 2010 una serie de programas e iniciativas orientados a potenciar la relación con sus clientes y establecer una comunicación más efectiva a fin de dar respuesta a sus necesidades.

Calidad, satisfacción y atención al cliente externo e interno

Al cierre del recién finalizado ejercicio, Banco Provincial estableció como principal objetivo promover la calidad de servicio en todos los niveles de la organización, trabajando los indicadores que miden la percepción sobre los servicios que se ofrecen y las razones del cliente para elegir a un Banco. Para ello, se llevaron a cabo diversos proyectos, acciones y planes enfocados en mejorar la percepción del cliente con respecto a los servicios prestados.

El compromiso de Banco Provincial con sus clientes, está fundamentado en la idea de consolidar la calidad del servicio ofrecida, lo cual se traduce en la optimización de la productividad del negocio y en la generación de confianza. Ambos elementos, requisitos fundamentales para lograr una estrecha y sostenible relación comercial con este grupo. Bajo estas premisas se trabajó sobre los siguientes aspectos:

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

En el 2010, se inició un plan de trabajo motivador, que da continuidad a la calidad de servicio y atención preferencial ofrecida a personas con discapacidad, tercera edad y mujeres embarazadas. Su principal componente fue la implantación del Puesto Integral de Atención en 295 oficinas a nivel nacional, el cual permite a los clientes realizar sus operaciones en forma cómoda y segura, y con la atención de un gestor integral, quien le apoya en la contratación de productos y servicios, además de canalizar en forma efectiva las operaciones de taquilla: depósitos, retiros y pagos. El puesto integral se encuentra ubicado en el área de gestión, debidamente identificado y está acompañado de una zona preferencial que permite al resto de los clientes esperar su turno con la tranquilidad y la comodidad que merecen.

A fin de fortalecer la atención preferencial, conjuntamente con el área de Formación y Cultura, se ha establecido y llevado a cabo desde enero de 2010, un plan de formación presencial orientado a brindar herramientas para lograr la Calidad de Servicio en la atención a personas con discapacidad, tercera edad y mujeres embarazadas, dirigido a los Gerentes Administrativos de Oficinas, logrando un total de 295 participantes, que han trabajado como entes multiplicadores en cada una de sus oficinas.

Estudios de Atención Telefónica

Con la finalidad de afianzar la Calidad de Servicio ofrecida a los clientes internos y externos, cada año se aplica el estudio de atención telefónica cuyo objetivo es medir el uso del "patrón de atención telefónica" y la "rapidez al descolgar", permitiendo establecer estrategias que mejoren cada día el servicio ofrecido.

En este sentido, en el año 2010, se desarrollaron estudios dirigidos a medir la atención telefónica en las distintas instancias de la organización, 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 2011 a fin de mejorar la calidad de servicio telefónico.

Resultados Estudios de Calidad Atención Telefónica			
	2010	2009	2008
Mediciones Externas	7,76	7,55	6,20

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 2010:

- **Ámbito Geográfico:** red de oficinas comerciales, banca de empresas, corporativa y dependencias centrales
- **Tipo de Entrevista:** entrevista personal realizada al empleado vía telefónica
- **Muestra:** encuestas dirigidas a todos los empleados
- **Periodicidad:** Anual
- **Campo:** Distribuido en 4 períodos
- **Trabajo de Campo:** Vangent de Venezuela
- **Metodología:** análisis multivariante de datos que lleva a la determinación de los pesos de los atributos del servicio, a través de la generación de totales y cálculo sobre los mismos, estableciendo promedios y promedios ponderados

Campañas Internas de Calidad de Servicio

En este período, se desarrollaron una serie de campañas orientadas al cliente interno y externo, enmarcadas en la efectiva atención telefónica, atención a personas con discapacidad, tercera edad y mujeres embarazadas; uso de las herramientas de comunicación y temas de actualidad en calidad de servicio. A través de estas acciones, se puso a disposición de la plantilla información indispensable para brindar buena atención a los clientes como centro del negocio.

Gestión de Reclamos efectiva

Al cierre de 2010, se dio continuidad a las mejoras para una efectiva gestión. La Sub Unidad de Gestión de Reclamos reforzó su razón de ser: dirigir, coordinar y garantizar que los procesos inherentes a la resolución de los reclamos formulados por los clientes, se llevaran a cabo de forma eficaz y eficiente.

Durante el ejercicio, se recibieron un total de 159.769 reclamos a través de los diferentes canales de formulación, lo cual representa un 60, % de aumento en comparación con las cifras registradas en el año 2009, de 99.958 incidencias.

Estadisticas Acumuladas de Reclamos			
	2010	2009	2008
Cantidad de Altas Reclamos Recibidos	159.769	99.958	72.546
Montos en Bs. MM	234.543	135.560	57.041

Alcance: Banco Provincial

Dentro de los 159.769 reclamos recibidos, se incrementó en 19% la cantidad de reclamos formulados por parte de los clientes en los canales alternos: página web www.provincial.com y Banca Telefónica, "Línea Provincial" 0500-508.74.32.

Estadísticas Acumuladas de Reclamos dados de Altas por los Canales Alternos				
	2010		2009	
	Cantidad	Monto en Bs.	Cantidad	Monto en Bs.
Banca Telefónica	19.901	20.597	10.664	10.791
Provinet	10.357	7.672	8.816	5.284
TOTAL	30.258	28.269	19.480	16.075

Alcance: Banco Provincial

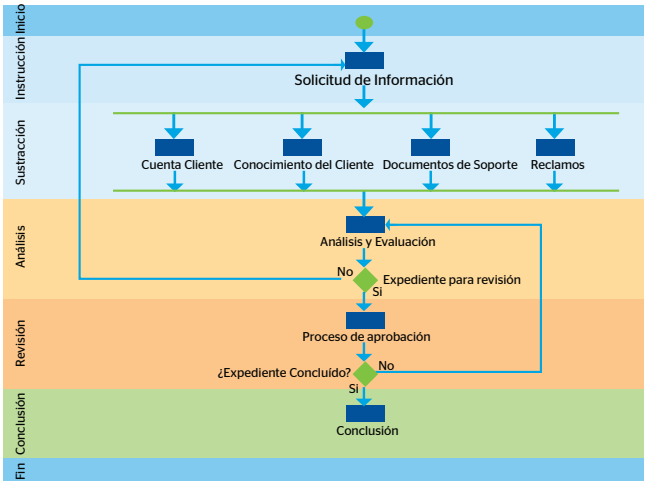
Es importante resaltar que, durante el período, la mayor parte de los reclamos estuvieron referidos a tarjetas de débito (tanto en transacciones realizadas en cajeros automáticos como en puntos de ventas), con un 73%, para un total reclamos de 121.109. En segundo lugar, con 14%, se ubican las tarjetas de crédito (22.947 reclamos) y, en menor proporción, los reclamos por operaciones en Internet o telepagos, cheques, robos, asaltos y otros siniestros, gestión comercial, decisión comercial, entre otros, los cuales suman en total un 13%.

Como dato importante, se puede señalar que los tiempos de respuesta y los casos fuera de plazo también han mejorado en comparación con el año 2009.

Por otra, parte, se implantó y afianzó el aplicativo SIAR (Sistema Administración Integral de Reclamos), el cual permite llevar la gestión de los casos mediante el seguimiento de todas las actividades inherentes al proceso hasta concluir con el dictamen y la respuesta al cliente.

Tomando en cuenta el incremento en las reclamaciones, se creó dentro de las actividades del aplicativo SIAR, el scoring automático para la resolución de los casos, el cual aplica de una forma lógica los parámetros de las transacciones efectuadas por los clientes, para así obtener la decisión de una forma más expedita a los efectos de poder cumplir con los tiempos establecidos en la legislación vigente.

Flujo de actividades reclamos SIAR

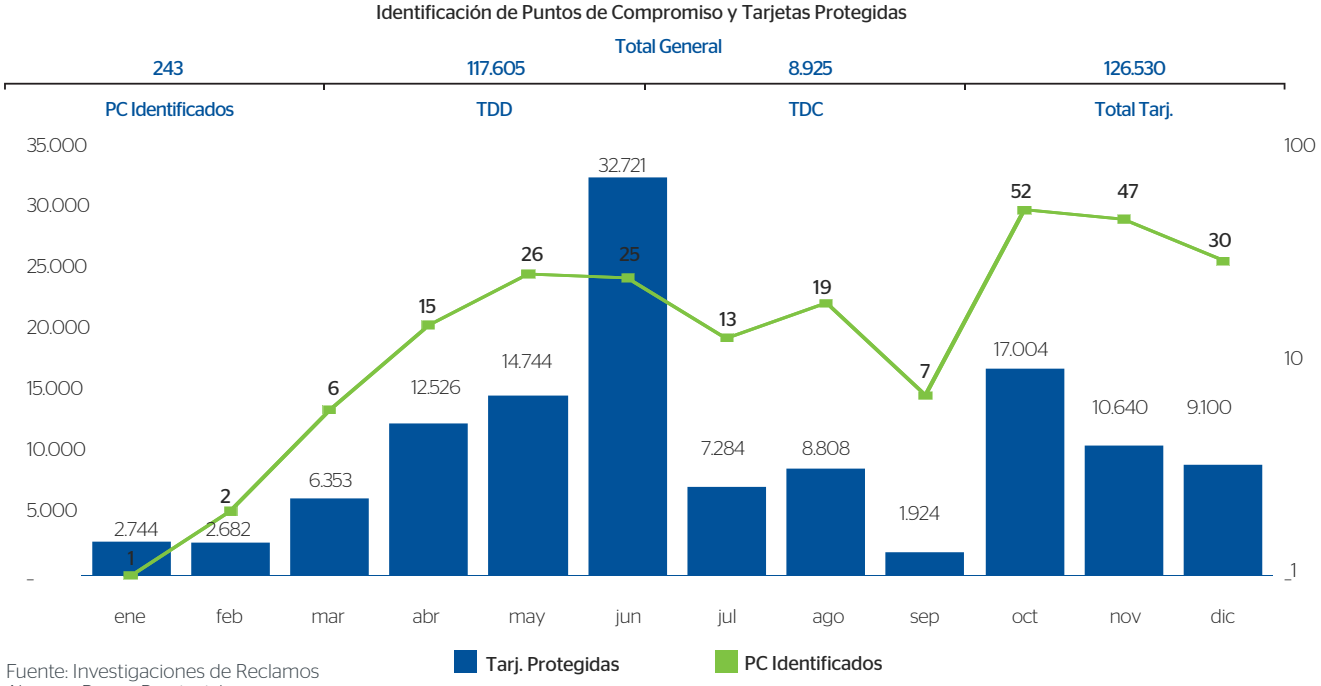


Fuente: intelectuales de Cumplimiento Global Soluciones 2000 C.A.

Con la finalidad de lograr la integración del equipo de trabajo entre las áreas resolutorias, Seguridad y Prevención, se creó el (CTR) Comité Técnico de Reclamo, que permite la detección de posibles puntos de mejoras y la implementación de correcciones en los mecanismos de alertas tempranas antifraude para monitoreo de cuentas y, en materia de Seguridad, reforzar la eficiencia en la gestión de los reclamos y la oportuna prevención del fraude.

Enmarcado en el objetivo de lograr la determinación de las fuentes principales del fraude, así como la identificación de los posibles puntos de compromiso y de aceptación, se inició en el área de Investigaciones de Reclamos, la sección de Análisis y Tendencias del Fraude, con la misión inicial de tomar acciones determinantes en el tratamiento de estas incidencias.

Mediante las acciones emprendidas, se ha logrado proteger 126.530 tarjetas comprometidas, 14.605 tarjetas de débito y 8.925 tarjetas de crédito en 243 posibles puntos de compromiso. (PPC).



Fuente: Investigaciones de Reclamos
Alcance: Banco Provincial

Dentro de los objetivos principales, se incluyen el facilitar los programas didácticos dirigidos a la red de oficinas para la correcta alta, gestión y resolución de los reclamos recibidos en el Banco, lo cual ha permitido que los colaboradores adquieran los conocimientos y las herramientas necesarias para minimizar los errores al momento de la formulación de los reclamos, contribuyendo además a mejorar los tiempos de respuestas.

En este sentido, se culminó el adiestramiento presencial y continuo al personal de la red de oficinas y del circuito de atención y gestión de reclamos.

Migración de transacciones

Uno de los focos estratégicos de Banco Provincial se centra en el fortalecimiento de los canales electrónicos, bajo la premisa de impulsar la migración de transacciones y lograr la mejora del tiempo de atención de los clientes en las oficinas. La meta es desarrollar e implementar nuevas funcionalidades en los canales alternos e impulsar en mayor medida el uso de los mismos; contar con herramientas tecnológicas que optimicen los tiempos de espera por segmentos en las oficinas; e incrementar la productividad del personal de la red.

Zonas Express

Con la finalidad de potenciar la relación con los clientes y usuarios, brindándoles canales más cómodos y adecuados a sus necesidades, la Institución ha venido utilizando de manera intensiva la tecnología para ofrecerles sencillez, agilidad y seguridad a la hora de realizar sus operaciones bancarias. Una labor que se ha visto materializada y que se ha reforzado con la ampliación de las Zonas Express a nivel nacional y con la incorporación de nuevas funcionalidades en cajeros Multiexpress, logrando además potenciar los planes estratégicos de descongestión de oficinas.

Sin duda alguna, a lo largo de 2010, se han concretado claros avances en torno a estas zonas de autoservicio, los cuales quedan reflejados en los siguientes logros:

- 116 zonas instaladas y plenamente operativas en todo el país.
- Incorporación de nuevas funcionalidades y ampliación del portafolio de servicios ofrecidos en los Cajeros Multiexpress, incluyendo depósitos de cheques propios y de otros bancos, lo que se suma a las operaciones de actualización de libretas, depósito en efectivo, cobro de pensión con el sistema biométrico, entre otras.
- Desde la puesta en marcha del sistema biométrico se mantiene de forma permanente un servicio de soporte y asesoramiento a los pensionados y jubilados, segmento tan importante de la población, tanto en el proceso de captación de huellas en las oficinas que cuentan con este sistema, así como en la operatividad de las transacciones directamente en la Zona Express.
- Ampliación del parque de cajeros Multiexpress, logrando contar con 368 a nivel nacional. Es de destacar que el parque total de cajeros del Banco asciende actualmente a 1.240 ATM´s.
- Asimismo, se ha fortalecido la gestión de migración, labor fuertemente impulsada por el personal de la red, siendo uno de los objetivos estratégicos prioritarios de la Organización.

Actualmente, más del 50% de las transacciones disponibles para ser migradas en oficina se realizan a través de estas zonas de autoservicio, con lo cual se ratifica el éxito obtenido y se certifica que cada día son más los clientes y los usuarios que prefieren efectuar sus transacciones por medio de este innovador canal.

Depósito de cheques Banco Provincial y otros Bancos

Desde el pasado mes de noviembre, las Zonas Express ofrecen la posibilidad de hacer depósitos de cheques propios de Banco Provincial y de otros Bancos. Este servicio diferenciador en la banca, coloca a la entidad en una posición de liderazgo en el mercado venezolano, en la oferta de servicios a través de cajeros automáticos. El mismo se encuentra enmarcado en la línea estratégica de migración de transacciones, que tiene como finalidad descongestionar las oficinas y mejorar la percepción de calidad en los distintos canales de relación con el cliente.

Nuevo Provinet Personas

Una premisa clave del plan de crecimiento es lograr ser el banco con la presencia más relevante en el mundo virtual, una directriz que es apalancada por las diferentes entidades del Grupo BBVA, conscientes de que el valor de la Internet es tan importante como el del mundo físico.

Buscando hacerles la vida más fácil a los clientes, simplificando la operativa y la gestión para que realizar una transacción sea lo más sencillo y ágil posible, además de contar con los mayores estándares de seguridad, el nuevo Provinet busca una mayor fidelización de sus usuarios e impulsar el posicionamiento de la Institución en el mundo virtual.

Para el segundo semestre de 2010, se impulsó el sistema de seguridad del nuevo BBVA Provinet, la Tarjeta de Coordenadas, la cual lleva a un nivel máximo de seguridad a este servicio en Internet. Este impulso se concretó por medio de planes de marketing directo, comunicacional, incentivación al cliente interno y externo, que llevó a colocar en tres meses más de 185.000 Tarjetas de Coordenadas entre los clientes. Los beneficios de la colocación y uso de este instrumento se traducen en mayor confianza al controlar el fraude electrónico y disminuir los reclamos por operaciones no reconocidas.

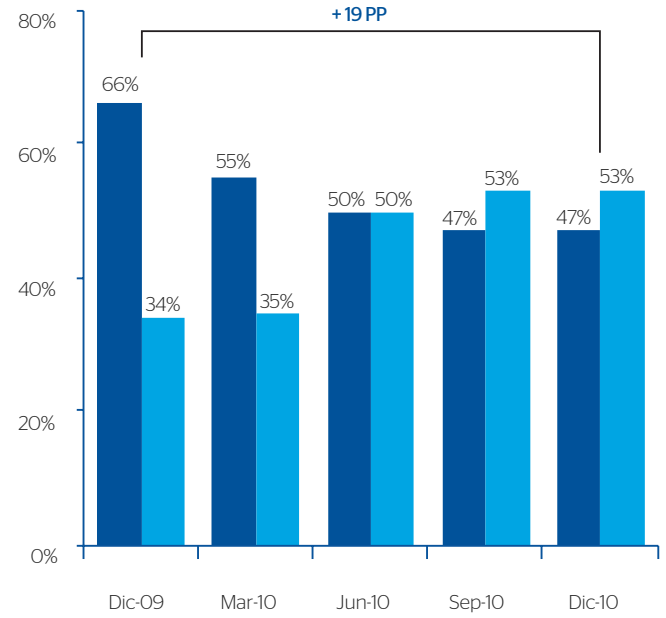
También en Provinet se habilitó el servicio de referencias bancarias en línea, que ha tenido una gran aceptación por el cliente al solicitar más de 20.000 referencias bancarias al mes. Esta referencia puede ser confirmada desde la Línea Provincial, imprimiéndole autenticidad al documento del cliente. De igual manera, se habilitó la solicitud de cheques de gerencia en línea, lo que le permite al cliente ahorrar tiempo en la solicitud tradicional a través de la oficina.

Solicitud de citas para trámite de divisas

En el mes de diciembre, se habilitó en www.provincial.com, la solicitud de citas para trámite de divisas, servicio que tiene como objetivo mejorar la atención de estos requerimientos por oficina, a través de una herramienta que permite administrar de forma eficiente el flujo de clientes, principalmente en los meses de mayor recurrencia de viajes y consumos en el exterior.

Realización de Operaciones en Taquilla vs. ATM

Depósitos en efectivo

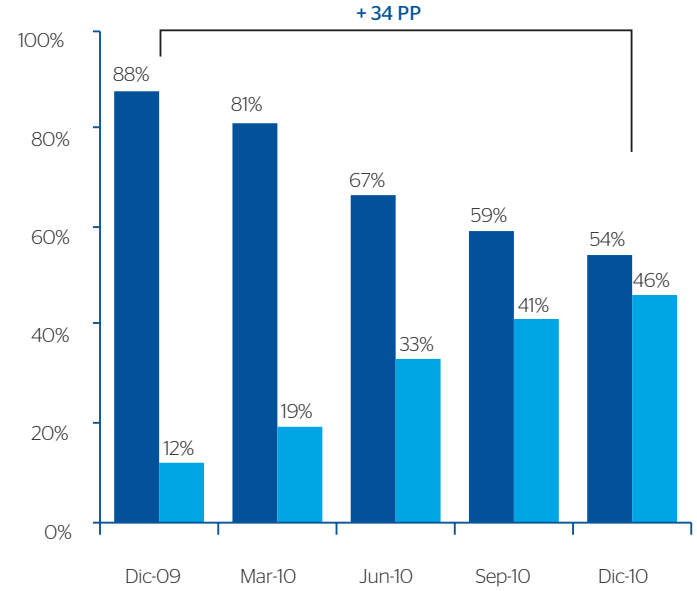


Alcance: Banco Provincial

Operaciones en taquilla

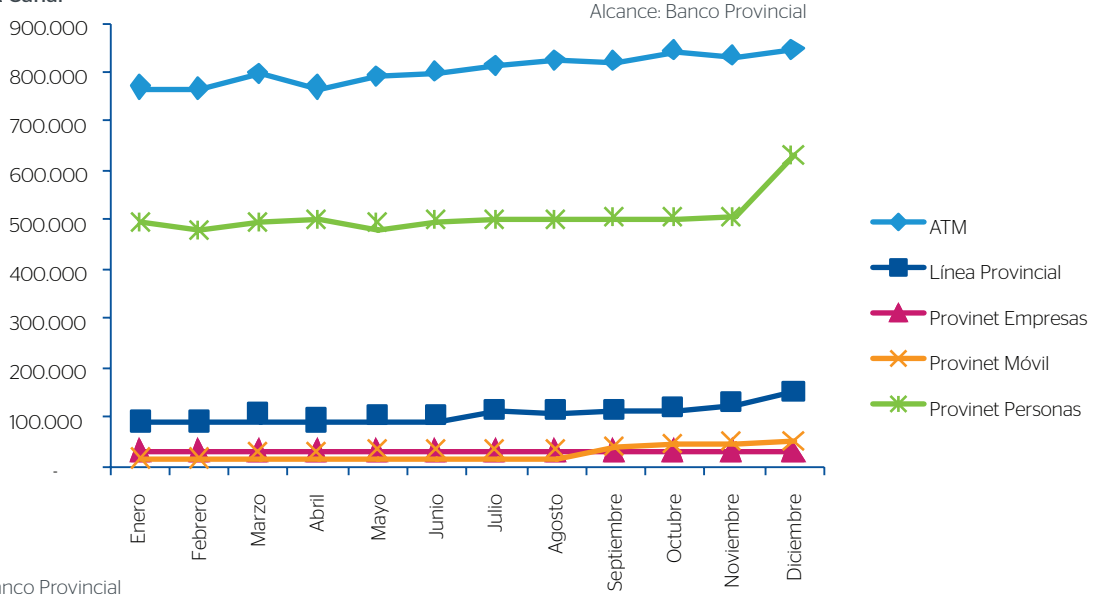
Operaciones en ATM

Actualización de libretas

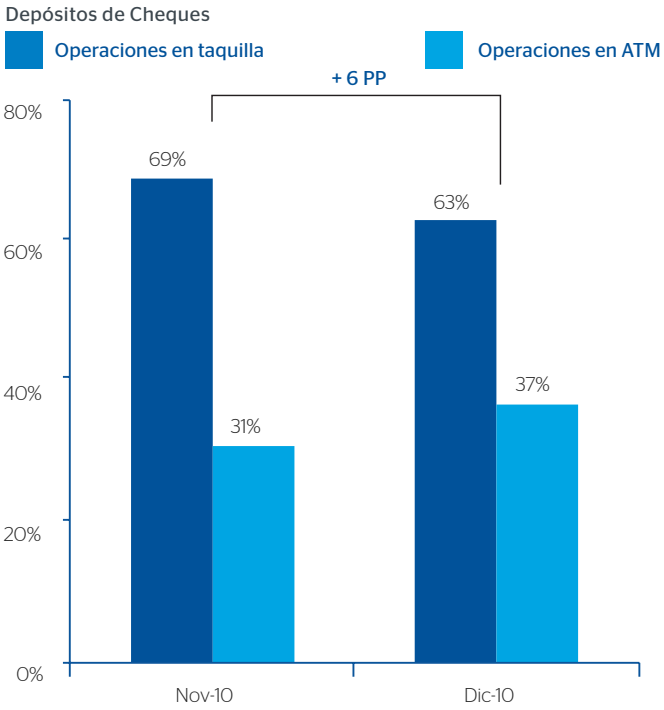


Alcance: Banco Provincial

Clientes X Canal



Alcance: Banco Provincial



Alcance: Banco Provincial

Proyecto Chip Card

Manteniéndose a la vanguardia en materia tecnológica y con la intención de seguir ofreciendo a los clientes una plataforma altamente robusta y segura para realizar sus operaciones electrónicas, en septiembre de 2009 el Banco dio inició el proyecto Chip Card, el cual tiene como objetivo blindar las transacciones de las tarjetas de débito y crédito en los cajeros automáticos y puntos de venta al adecuarlos a la lectura del chip y, de esta manera, incidir contundentemente en la disminución del fraude.

Considerando que la principal ventaja asociada a la implementación de esta tecnología es la reducción del riesgo de fraude, el Estado venezolano, a través de una normativa de carácter obligatorio emitida por la SUDEBAN, instó a las instituciones financieras a llevar a cabo el proyecto en un corto plazo.

Al cierre de 2010, Banco Provincial había registrado un significativo avance en torno a esta importante iniciativa, para la total adecuación tecnológica en el ámbito emisor y adquiriente. A partir de los meses de octubre y noviembre se entró en la fase de producción con las franquicias Maestro y MasterCard, respectivamente, contemplando inicialmente una prueba piloto con los empleados para posteriormente extender los beneficios de este proyecto a los clientes.

La extensión a los clientes fue de carácter inmediato, para una cifra, a diciembre de 2010, de aproximadamente 168.000 plásticos tanto en tarjetas de débito como de crédito. Adicionalmente, al cierre del año 2010, se contaba con 17.659 puntos de venta adaptados a la tecnología chip, lo que representa el 55% del parque de POS. En relación a los cajeros automáticos, un total de 703 cajeros fueron adaptados, lo que representa un 59% del total.

La distribución masiva de esta tarjeta en todos los grupos de clientes, a partir de 2011, traerá consigo importantes beneficios asociados al uso de esta tecnología, tales como la reducción del fraude: clonación, robo o extravío; control más detallado de la aprobación de transacciones, mayor seguridad, reducción de costos y la posibilidad de contar con una plataforma de oportunidades con valor añadido.

Impulso a la domiciliación

En 2010, bajo la estrategia comunicacional “Hacemos tu vida más fácil”, Banco Provincial impulsó de manera decidida servicio de domiciliación, lanzando al mercado una campaña que permitió premiar el uso del servicio y la fidelidad de los clientes, al ofrecerles la posibilidad de realizar sus pagos con cargo automático a su cuenta o tarjeta de crédito de Banco Provincial.

El desarrollo de la misma, permitió a la entidad posicionarse en el mercado como uno de los principales Bancos en proporcionar este tipo de servicio a los clientes, ofreciéndoles alternativas de pago de sus recibos más cómodas y agiles, las cuales evitan que tenga que ir a una oficina, favoreciendo así una mayor calidad de vida.

Seguridad

Prevención del Fraude

En referencia a la Prevención del Fraude, muchos son los retos que tiene la institución actualmente y los que surgirán de cara al futuro. Para ello, el grupo BBVA, ha diseñado el llamado Programa Global Antifraude, el cual se ha constituido en el marco de actuación en el que ha de desarrollarse la gestión integral del Riesgo del Fraude en el Grupo BBVA y se configura como la política global en referencia en todos los ámbitos de actuación relacionados con este programa.

Con esta iniciativa, se busca dotar al proceso de gestión del Riesgo del Fraude de una visión homogénea e integrada, mediante un modelo Governance Global y la asignación de roles y responsabilidades a las áreas que intervienen en el proceso.

La premisa clave, implementar una serie de iniciativas para frenar el crecimiento de los niveles de fraudes realizados contra los clientes del Banco, especialmente a través de operaciones con tarjetas de débito y crédito, así como cheques, y en los diferentes canales.

Un conjunto de herramientas tecnológicas se están incorporando a fin de controlar estas actividades ilícitas, como lo es el “módulo comportamental” en el monitoreo de transacciones, el cual está basado en redes neurales permitiendo anticipar la validación de una transacción. Cada operación efectuada por los canales tecnológicos son alertadas vía mensajería SMS al celular del cliente en tiempo real.

En el año 2010 fueron enviados más de 44 millones de mensajes a los clientes, frustrando una importante cantidad de operaciones fraudulentas.

Otras iniciativas antifraude que están en curso, son la Tarjeta chip card, el uso de la Tarjeta Coordenada y de los tokens para el mundo de operaciones bancarias en internet, así como medidas de control para cheques que, entre otras, hacen más robusta la plataforma de la entidad.

Formación en Seguridad

El área de Seguridad, dando continuidad a los programas de formación y a las políticas para la prevención del delito, realizó un total de 37 jornadas orientadas a dar a conocer nuevas modalidades de fraude y acciones alternativas para su identificación y denuncia. Esta actividad contó con la

participación de 1.958 personas, de las cuales 886 correspondieron a comercios clientes y 1.072 a empleados de la red de oficinas, potenciando de esta manera el conocimiento en materia de seguridad y prevención del fraude.

Seguridad Física

Con el firme compromiso de resguardar los recursos humanos, físicos y culturales de la entidad así como los de sus clientes y considerando las oportunidades de mejora que en materia de seguridad hay en el país, la Unidad de Seguridad focalizó su gestión del 2010 en la modernización de los sistemas de seguridad instalados en el Banco, dando paso a nuevas tecnologías de grabación de imágenes y monitoreo en vivo en las oficinas.

Como principales proyectos se encuentran:

Nuevo Sistema de Televigilancia (SCATILABS): el cual permite la grabación en vivo de los eventos que ocurran en todas las dependencias del Banco, y genera alertas tempranas ante posibles hechos delictivos.

ID- Witness: sistema "auto-contenido" de hardware y software diseñado para llevar un registro digitalizado de los datos de los clientes cuando realicen transacciones en las oficinas, que requieran de verificación de identidad o documentos. En la actualidad, ya se encuentran instalados 289 equipos a nivel nacional, proceso que continuará en 2011.

Workflow

La puesta en marcha del proyecto Workflow, impulsado desde el área de Gestión de Proyectos Especiales de la VPE Medios con el apoyo de diferentes unidades del Banco, está permitiendo a la fuerza de ventas gestionar de manera más eficiente a sus clientes, garantizando menor tiempo en la contratación de productos.

Este plan se basa en la migración de ciertas actividades operativas que forman parte de los procesos de contratación desde la red de oficinas a las áreas centrales, estableciendo un centro de servicio compartido que imprime mayor eficiencia a la gestión a través de la digitalización de los expedientes de los clientes y la creación de flujos de procesos electrónicos en torno a los principales productos del Banco.

Con la implantación de esta solución, actualmente en marcha, se contempla reducir en un 40% los tiempos de contratación y en un 98% los expedientes físicos de los clientes en las oficinas, así como la eliminación del proceso de traslado de expedientes entre las oficinas y/o dependencias centrales, lo cual derivará en mejores servicios y atención de cara a los clientes.

Continuidad de Negocio

Durante el año 2010, se concretó la realización de los Comités de Continuidad País, tal como lo establece la Norma 00.20.017 "Gestión de Continuidad de Negocio". Asimismo, se llevaron a cabo dos Comités Extraordinarios de Coordinadores de los Planes, a objeto de reforzar la cultura y el compromiso en la ejecución de la planificación establecida. Igualmente, se efectuó la actualización sobre los 10 planes constituidos, así como la ejecución de las pruebas asociadas. En este sentido, se incorporó para los planes de Banca Minorista y Banca de Empresas e Instituciones el escenario "Carencia de Suministro Eléctrico" a objeto de que las oficinas de las redes comercial minorista y BEI tuvieran la autonomía de brindar a la clientela la continuidad en la operativa ante eventos de esta naturaleza.

Con miras a mantener la normativa cónsona con los cambios globales y corporativos se procedió, en mayo de 2010, a la actualización de la Norma 00.20.017 "Gestión de Continuidad de Negocio", donde se incorporan, entre otros, los Principios de Continuidad de Negocio de Basilea II.

Finalmente, se concretó la participación en el Plan de Ahorro Energético, donde Continuidad de Negocio se involucró en los diferentes coloquios creados por el Banco para mitigar el evento relacionado por esta carencia, aportando el conocimiento metodológico en este sentido. Destacó el permanente monitoreo para los eventos de Carencia por Suministro Eléctrico y de las fuertes lluvias acaecidas durante 2010, por lo que a través de los canales internos de comunicación del Banco se reforzó la cultura de continuidad y la ejecución de las actividades asociados a eventos de carácter imprevisto.

Publicidad

El impulso dado en el marco del plan de transformación desarrollado por la Institución, permitió seguir potenciando los canales alternativos y contribuir con el posicionamiento deseado: la imagen de Banco innovador, con tecnología de avanzada, moderno, que ofrece calidad de servicio a sus clientes, a través de sus distintos canales alternativos y que está comprometido con la sociedad.

En el ejercicio recién finalizado, se dio continuidad a la estrategia de comunicación basada en la promesa básica de *"Hoy es el día de hacer tu vida más fácil"*, en clara referencia al compromiso de agilidad y sencillez con los clientes. Asimismo, se siguió impulsando el uso de las funcionalidades de las Zonas Express y sus beneficios, a través de una presencia permanente en los medios impresos y audiovisuales.

Otro canal al que se impulsó en este periodo fue al nuevo Provinet, portal de banca por Internet, renovado con una plataforma robusta y un diseño corporativo más amigable, sencillo y seguro.

Adicionalmente, parte de la estrategia de Publicidad se centró en la incorporación de una herramienta de seguridad en el proceso, la nueva Tarjeta de Coordenadas, por lo cual los mensajes estuvieron orientados a incentivar a los clientes a retirar su tarjeta en la oficina a fin de poder disfrutar de todos los beneficios que ésta les ofrecía.

Esta promoción se trabajó sobre uno de los territorios estratégicos en los que ha incursionado Banco Provincial, el futbol, en su interés por brindarles a los clientes una experiencia distinta en su relación con el banco y a través de un deporte que cuenta con gran favoritismo en el país.

Precisamente sobre este último punto, vale la pena mencionar la estrategia que el Banco ha venido desarrollando para acercarse a sus clientes a través del deporte. Bajo la premisa de que el deporte genera vínculos emocionales muy fuertes entre la marca y sus clientes, al ser parte de sus vidas, de sus pasiones y de sueños, en Banco

Provincial se decidió potenciar esta vinculación y adentrarse en este territorio.

Siendo el béisbol el deporte de preferencia de los venezolanos y el fútbol una disciplina con un gran potencial de crecimiento y proyección en el país, en 2011 se fortaleció la presencia en estos territorios, especialmente a través de las tarjetas de crédito, llevando adelante una comunicación diferenciadora e integral, en donde se les brindaba a los clientes a vivir experiencias únicas asociadas al uso de este producto y en el marco de su pasión por estos deportes.

Enmarcadas en este concepto se lanzaron diversas campañas, una de imagen y otras asociadas a productos, donde el beisbol y el fútbol se constituyeron en piezas claves de la comunicación.

Otra acción importante que se emprendió en 2010 en el marco de esta estrategia fue el patrocinio de Fútbol Aces, reality show en donde nuevos talentos de España y América Latina compitieron en Madrid por un puesto en un equipo profesional de fútbol de la Liga BBVA. Esta iniciativa corporativa fue posible en el país gracias a la alianza suscrita con el Real Esppor Club, y en la misma participó el joven estudiante venezolano Diego Blanco.

Por último, en 2010, la Responsabilidad Corporativa desarrollada por el Banco y su contribución al desarrollo del país, fue otro de los temas incluidos en la actividad publicitaria. En este sentido, se mantuvo presencia continua en medios impresos y publicaciones especializadas con piezas orientadas a reforzar el Programa Becas de Integración, principal iniciativa de la institución en materia educativa y a través de la cual ha reforzado su compromiso de apoyar la permanencia en el sistema educativo de jóvenes de bajos recursos.

Recursos Humanos

Diversidad

Banco Provincial se ha fijado como objetivo estratégico atraer y retener a las personas con talento. Tal y como se establece en su Código de Conducta, la institución contempla la diversidad de sus empleados como una de las principales fuentes de éxito para su actividad empresarial y percibe la integración de individuos y culturas como una vía de diferenciación frente a sus competidores.

Desde este punto de vista, parte de la cultura corporativa es trabajar de *"personas para personas"*, gestionando el capital humano que permite impulsar y mejorar continuamente los estándares éticos y aumentar la igualdad de oportunidades en el desarrollo profesional y personal.

Selección y remuneración

Con carácter general, los procesos de selección de Banco Provincial están abiertos para que puedan acceder a ellos el mayor número de personas con la cualificación adecuada para cubrir el puesto de trabajo, y se desarrollan de acuerdo a métodos objetivos de valoración que toman en consideración la cualificación profesional y la capacidad de los candidatos.

A tales efectos, el Código de Conducta señala que las personas de quienes dependa, directa o indirectamente, la selección y/o contratación de personal, deben guiar sus decisiones y actuaciones sin admitir la influencia de factores que pudieran alterar la objetividad de su juicio conforme a los criterios establecidos en los procedimientos de selección y contratación en la Institución.

Durante 2010, se logró reclutar y contratar en el menor tiempo posible el mejor talento del mercado con base al modelo de gestión por competencias, coordinando y supervisando todas las actividades inherentes al proceso. Para ello, se implantaron nuevos filtros, más rigurosos y estrictos, para el reclutamiento de personal, con el fin de adaptar los estándares a los establecidos por el Grupo BBVA, los cuales fueron:

- Implantación de Prueba de Integridad
- Utilización del *e-assesment* y batería de pruebas de habilidad
- Eliminación del servicio de outsourcing de selección

Asimismo, se utilizó la tecnología y la web 2.0. para mercadear la imagen de la Institución como empleador a través de: facebook, bumeran.com y la feria virtual Banco Provincial (www.provincial.com).

Con esta política, se procuró que todos los candidatos recibieran idéntico tratamiento, superaran los mismos procesos para incorporarse y que no existiera discriminación por sexo, raza, parentesco familiar u otras razones distintas a las propias requeridas y establecidas para ocupar el puesto.

Empleados			
AÑO	2010	2009	2008
TOTAL	5.509	5.791	6.295

Alcance: Banco Provincial

Dimisiones Voluntarias de Plantilla (turn over)(%)			
AÑO	2010	2009	2008
TOTAL	3,87	5,2	8,7

Alcance: Banco Provincial

Altas Empleados			
AÑO	2010	2009	2008
TOTAL	503	314	990

Alcance: Banco Provincial

Bajas Empleados			
AÑO	2010	2009	2008
TOTAL	769	846	1.017

Alcance: Banco Provincial

Plantilla por Edad											
2010				2009				2008			
Edad Media	< 25	25-45	>45	Edad Media	< 25	25-45	>45	Edad Media	< 25	25-45	>45
36	9,2	75,9	14,9	36	11,6	75,5	12,8	35	14,2	75	10,8

Alcance: Banco Provincial

Contratos por género (%)	2010			2009			2008		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
Fijos o indefinidos tiempo completo	35,42	64,58	95,90	36	63,9	98,1	36,1	63,8	96,1
Fijos o indefinidos tiempo parcial	0	0	0	0	0	0	0,2	0,8	1
Temporales	44,69	55,31	4,10	40,4	59,57	0,8	0	0	0
Otros*	0	0	0	27,8	72,1	1	1,1	1,7	2,8

Alcance: Banco Provincial
Notas:
H = Hombres M= Mujeres
(*) Este renglón corresponde al número de empleados aprendices INCES y contratados. Para el año 2010, estos empleados no fueron incluídos para el cálculo de la proporción de Contratos por género.

Distribución funcional por género y categoría profesional (%)	2010		2009		2008	
	H	M	H	M	H	M
Total Banco Provincial	35,8	64,2	36,09	63,91	36,02	63,98
Comité de dirección y directores corporativos	85,71	14,29	85,71	14,29	71,43	28,57
Directivos	60	40	60,4	39,5	63	36,9
Mandos medios	45,34	54,66	46,9	53	45,9	54,1
Especialistas	42,53	57,47	44	56	44,5	55,4
Fuerza de ventas	27,85	72,15	26,9	73	28,8	71,1
Puestos base	37,39	62,61	38	62	37,05	62,9

Alcance: Banco Provincial
H = Hombres M= Mujeres

Valoración, desarrollo profesional y compensación

La gestión de recursos humanos se centró, en el ejercicio recién finalizado, en un objetivo fundamental: **fomentar oportunidades de desarrollo profesional a los empleados**, dando continuidad a la *Política de Promoción*, a través de la cual se otorgó prioridad a la promoción interna en el proceso de cobertura de vacantes y que se basó en los principios de igualdad, meritocracia y objetividad.

Por esta razón, se creó *Apúntate*, herramienta corporativa disponible para posiciones vacantes de gerencia media, a través de la cual Gestión de Recursos Humanos ha venido publicando la oferta de cargos con la finalidad de darle oportunidad a aquellos talentos que cumplan con los perfiles requeridos para que se postulen a la posición de su interés, haciendo al empleado partícipe de su desarrollo profesional, potenciando y valorando su desempeño.

De igual forma, se dio continuidad al proyecto de *Mentoring*, a través del cual los nuevos ingresos con funciones especializadas estuvieron acompañados por una persona perteneciente a la Institución, quien les ayudó a comprender y conocer, en el menor tiempo posible, la cultura corporativa del Banco.

También se trabajó en la diferenciación y la atención a colectivos de alto valor; identificando a los empleados con catalogaciones "MD" (Muy Destacado), "D" (Destacado) y Pool de Talento.

En cuanto a la compensación, se aplicó una serie de medidas salariales oportunas y coherentes con respecto a la inflación que se genera en Venezuela anualmente, concretando dos revisiones con ajustes a todos los empleados, tomando como referencia los índices suministrados por los órganos competentes y aplicando el modelo de diferenciación por competencias. También se tomaron en consideración los movimientos salariales del mercado financiero, con el fin de garantizar la competitividad de la Organización.

Desarrollo

Formación y gestión del conocimiento

El Plan de Formación 2010 se llevó a cabo en un entorno macroeconómico especialmente complejo, en particular para el sector financiero a nivel global. Sin embargo, Banco Provincial dio continuidad al compromiso permanente con el desarrollo profesional de sus empleados, cuyos resultados han permitido marcar claras diferencias.

Durante el año 2010 se lograron las siguientes acciones:

- Lanzamiento de los itinerarios de "Administrativos Multifuncionales", "Gestores de Particulares" y "Líderes" a través de la plataforma de formación e-learning *"e-campus"*.
- Incremento del autodesarrollo y la especialización mediante programas adaptados a las necesidades del personal.
- Actualización de la oferta innovadora en idiomas, habilidades, conocimientos financieros y sistemas dirigida a todos los empleados.

Las habilidades y conocimientos técnicos resultado del informe de competencias y del Plan de Desarrollo Individual (PDI), las actividades corporativas definidas por el Grupo BBVA y las necesidades locales propias de un área o grupo determinado, sirvieron de fundamento a este plan, el cual busca en todo momento ofrecer soluciones de adiestramiento que apoyen el desarrollo profesional de los empleados.

Las actividades de formación estuvieron orientadas en función

de los planes estratégicos del Banco, permitiendo el protagonismo de la tecnología y el uso eficiente de los recursos, específicamente en los siguientes programas: Prevención y Control de Legitimación de Capitales, Plan de Recuperaciones, Plan Descongestión de Oficinas, Plan Crecimiento, Ejecutivos BEI desplazados, Nuevo Rol del Gerente de Administración y Campaña de Atención al Cliente y otros, enfocándose en las siguientes áreas de conocimiento: gerencia, finanzas y riesgos, negocio, cliente, tecnología, idiomas, habilidades y otros conocimientos.

Asimismo, se incrementó el número de cursos disponibles en la plataforma de formación *e-campus* de 200 a 375 actividades locales y globales, haciendo énfasis en las aquellas basadas en habilidades, sistemas, conocimientos financieros e inglés.

Para apoyar la puesta en marcha de los itinerarios de formación y el impulso de la plataforma *e-campus*, se repotenció el portal motivacional y de acompañamiento "ProvInfórmate", en el cual los empleados cuentan con toda la información concerniente a sus planes de formación. Por esta vía, los líderes pueden hacer seguimiento de las actividades asignadas a sus colaboradores, impulsando el autodesarrollo de más de 4.500 profesionales con la realización de más de 25.000 actividades.

De igual manera, se aprobó el Plan Global de Formación en materia de Responsabilidad Corporativa, el cual era uno de los objetivos del Grupo BBVA para 2010. Este plan incluye acciones específicas para directivos, nuevos empleados, equipos especialistas de riesgos, compras e inmuebles y gestión de activos, así como acciones generales para toda la plantilla.

Formación	2010	2009	2008
Inversión total en Formación (en miles de Bs.)	6.730.025	5.067.343	5.943, 27
Inversión en Formación por empleado (en Bs.)	1.185,98	861,35	911,82
Horas de Formación impartidas	216.904	185.243	223.162
Horas de Formación por empleado	19,49	18,77	34,24
Actividad formativa mediante e-learning (%)	84,85%	70,30%	10,11%
Empleados que han recibido Formación en el año (%)	98,89%	97,69%	78%

Alcance: Banco Provincial

Canales de Formación (%)	2010	2009	2008
Formación presencial	64,29%	65,80%	89,13%
Formación a distancia	0%	0%	0,76%
Formación a través de e-learning	35,71%	34,20%	10,11%

Alcance: Banco Provincial

Itinerario "Administrativo Multifuncional"

Con más de 500 empleados, se inició el plan de desarrollo para los administrativos multifuncionales, con un pénsum de estudio de 11 cursos de los cuales se culminaron 9 este año, lo que representa un 73% de avance.

Desarrollo de habilidades en la Prevención de la Legitimación de Capitales

La Unidad de Cumplimiento Normativo, como área coordinadora de estas actividades a nivel nacional, logró que más de 1.700 empleados de las diferentes gerencias de la red comercial conocieran las exigencias establecidas en las disposiciones legales así como las políticas y procedimientos internos, a fin de identificar y comunicar aquellas situaciones que pudieran ocasionar que los productos y servicios de la institución sean utilizados con fines delictivos.

Programa "Depende de Ti"

Al Programa "Depende de ti!" se le dio continuidad por cuarto año consecutivo, 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 principalmente al esparcimiento intelectual y físico, mejorando su calidad de vida y contribuyendo a su formación integral.

Las actividades dedicadas al mejoramiento y el esparcimiento intelectual, con una duración promedio de 2 horas, fueron las siguientes: Manejo del Estrés, Inteligencia Emocional del Líder de hoy, Ley de Atracción, pintura en madera y realización de pulseras y collares.

Se desarrollaron más de 24 actividades a nivel nacional, en las que participaron más de 1.000 personas para un total de 4.706 horas de formación.

Programa de Desarrollo Directivo

Con la participación de 70 directivos, en 2010 se realizaron la 10ª y la 11ª ediciones del Programa de Desarrollo Directivo. Esta actividad se desarrolló en torno a tres ejes que tuvieron como objetivo desarrollar una visión global de la Organización y un entendimiento profundo del contexto competitivo en el que se enmarca la actividad de la Entidad, así como abordar la habilidad para dirigir personas y enfocar la actividad hacia la excelencia en la atención al cliente.

Para cubrir estos objetivos, el Instituto de Estudios Superiores de Administración (I.E.S.A.), impartió los diferentes módulos formativos, contando con la participación directa del presidente de Banco Provincial, Pedro Rodríguez Serrano, así como del resto de los miembros del Comité Directivo, quienes a través de ponencias relevantes compartieron la visión y estrategia del Grupo BBVA y de las distintas áreas de negocio.

Coaching Gerencial

Dando respuestas al Programa de Desarrollo Individual de los empleados con cargos de sub-directores y responsables de unidad, que presentaron oportunidades de mejoras en las habilidades de dirección y desarrollo de equipos, se realizó el programa "Coaching Gerencial", incorporando a 107 integrantes del equipo pre-directivo. Con esta iniciativa se busca reforzar destrezas prácticas y efectivas que puedan aplicar en el mejoramiento del desempeño, en el desarrollo de sus seguidores y en la potenciación de los recursos internos de su gente.

Otros programas que destacan durante el año 2010:

- **Carrera al Éxito:** Se formaron 329 nuevos empleados para el cargo de Administrativo Multifuncional en la red comercial, con el fin de apoyar el desarrollo de destrezas que garanticen un desempeño eficaz en el puesto de trabajo.
- **Programa Análisis de Estados Financieros y Riesgo Crediticio:** 135 empleados a escala nacional se beneficiaron con las herramientas que aporta esta importante actividad en el desenvolvimiento de sus actividades comerciales.
- **Programa de Resolución de Conflictos:** 178 trabajadores participaron en esta actividad formativa, permitiéndoles adquirir y reforzar destrezas y habilidades para resolver situaciones difíciles y conflictivas ante los clientes internos y externos.
- **Programa de Técnicas de Ventas:** 150 empleados a nivel nacional se beneficiaron con las herramientas que aporta esta importante actividad en el desenvolvimiento de sus funciones.
- **Programa de Inglés:** El programa de formación "Inglés para Todos" concebido en modalidad *e-campus*, tiene por objeto apoyar a los empleados interesados en dominar este idioma a la vez que incentiva el proceso de autodesarrollo. Este año, se matricularon más de 290 trabajadores, de los cuales 90 participaron en la primera edición de "Inglés Blended", un novedoso programa compuesto de una parte presencial y otra en línea mediante *e-campus*.

Pasión por las Personas

Pasión por las Personas es un proyecto corporativo innovador que tiene por objeto conocer las necesidades de las personas que conforman la organización y satisfacer sus expectativas. Los propósitos generales de esta iniciativa están orientados a :

- Incrementar la motivación de los empleados como palanca para mejorar la satisfacción y por ende mejorar la productividad.
- Exceder las expectativas de las personas, es decir, aportar valor añadido con innovación.

Durante 2010, el proyecto estuvo enmarcado en la conceptualización de la calidad de vida.

Iniciativas desarrolladas:

Alianza Banco Provincial – Óptica Caroní: Orientada a la salud visual, ofreció descuentos en todos sus productos y servicios tanto en los operativos internos como en las tiendas ubicadas a nivel nacional.

Alianza Banco Provincial - Loroimport: Descuentos en la compra de artículos de papelería, juguetería, limpieza, higiene personal y hogar.

Alianza Banco Provincial – Hoteles en la Isla de Margarita (Casa del Sol, Hotel Boutique La Plazuela, Hesperia, Dunes): Descuentos especiales y alternativas para el disfrute de las vacaciones de los empleados y sus familiares en la Isla de Margarita. Ofertas durante todo el año.

Alianza Banco Provincial – Apartamentos en Pampatar: oferta para alquiler de apartamentos vacacionales en la zona de Pampatar, Isla de Margarita.

Alianza Banco Provincial – Miami Viajes y Turismo / Molina Viajes: Agencias de viajes que ofrecen a los empleados boletos aéreos y paquetes turísticos nacionales e internacionales a precios por debajo del mercado.

Alianza Banco Provincial – Conferry Tours: Precios competitivos y ofertas especiales en paquetes turísticos que incluyen traslado y hospedajes en hoteles en la Isla de Margarita.

Alianza Banco Provincial – Tiendas Colchonar: Para la adquisición de muebles, colchones, electrodomésticos, líneas blanca y marrón a precios especiales, disfrutando de un 10% de descuento durante todo el año.

Alianza Banco Provincial – Tiendas Macuto: 10% de descuento en este establecimiento comercial, presentando el carnet del Banco y con la compra de la tarjeta Bonuscard.

Alianza Banco Provincial – Consorcio Coinsa – La Quinta: Con el fin de brindar los mejores beneficios, oportunidades de crecimiento y calidad de vida, se ofreció un plan especial de venta de inmuebles, especialmente diseñado para los empleados de Banco Provincial.

Alianza Banco Provincial - Monte Cristo: En esta tienda líder en el mercado nacional en la categoría de prendas de vestir, los empleados disfrutaron de un 50% + 10% de descuento al realizar sus compras.

Alianza Banco Provincial – Ixora: Exclusiva tienda para damas en Caracas, en la que durante el mes de diciembre las empleadas obtuvieron un 20% de descuento en la compra de prendas de vestir.

4ta. Carrera Caminata Siembra Valores y Aprecia la Vida

Por cuarto año consecutivo se desarrolló este evento deportivo, organizado por Banco Provincial y la Oficina Nacional Antidrogas (ONA), a través del cual se promovió la integración y la participación de empleados, familiares, clientes y comunidad en general, mediante el sano y ameno esparcimiento.

La Carrera Caminata se realiza simultáneamente en España y en la mayoría de los países donde el Grupo BBVA está presente en Latinoamérica. En Venezuela, Banco Provincial promueve su realización una vez al año, en el mes de septiembre. La participación en este evento se extendió a todos los empleados a nivel nacional, a través de inscripciones electrónicas con un cupo abierto para 2.000 personas (1.500 empleados y familiares y 500 público general).

En sus dos categorías, carrera de 10 kms. y caminata de 5 kms., esta actividad se enmarcó en los siguientes objetivos:

1. Fomentar la integración de empresas socialmente responsables.
2. Generar un evento que promueva la participación e integración como elementos que fomenten la cultura corporativa "el equipo" como artífice de generación de valor.
3. Utilizar los mecanismos y elementos adecuados que motiven y estimulen una mayor participación.
4. Contribuir al equilibrio personal y social, promoviendo la interrelación e integración de los participantes y fortaleciendo vínculos con la Organización.

2do Torneo Inter-Regional de Bowling 2010

En la ciudad de Barquisimeto, estado Lara, en el mes de noviembre se realizó el 2do Torneo Inter-Regional de Bowling 2010, con el objeto promover la participación y el trabajo en equipo como elementos de construcción de una cultura corporativa exitosa. El mismo contó con la participación de 18 equipos.

1ra. Edición de Marea Azul

En 2010 se celebró la primera edición de esta iniciativa, a través de la cual, entre los meses de septiembre y noviembre, se realizó una serie de recorridos de 3 y 6 kilómetros de distancia en parques nacionales de diferentes regiones del país, con la intención de crear y fortalecer buenos hábitos que incidan en una mejor calidad de vida del equipo.

Bajo la coordinación del área de Formación y Cultura, concretaron 11 recorridos a nivel nacional, contando con la activa participación de 2.358 personas, entre empleados y familiares, quienes hicieron de esta actividad todo un éxito.

Esta iniciativa formó parte del Proyecto de Prevención Integral Social de Banco Provincial, que coordina la institución junto con el Fondo Nacional Antidrogas (FONA) y con el apoyo del área de Cumplimiento Normativo, con la meta de fortalecer los factores de protección ante el consumo del alcohol, tabaco y otras drogas, así como los valores individuales.

Beneficios sociales y otras iniciativas

En este período, se ofreció una serie de beneficios sociales a los empleados, correspondientes a obligaciones legales, acuerdos contractuales y beneficios no contractuales, con el fin de retribuirles todo su esfuerzo y dedicación con iniciativas que procuran mejorar su calidad de vida.

Obsequio especial de Navidad

La tradicional cesta navideña evolucionó hacia un bien más duradero. Banco Provincial por 4to. año consecutivo quiso celebrar con todos los empleados la época decembrina, otorgando como presente especial, una cava Ice Roller Premium con productos típicos de la época.

Los empleados recibieron dicho obsequio, extensivo este año a los 183 trabajadores contratados y a los 144 aprendices INCES.

Conoce Nuestro Mundo

Como parte de la política de acercamiento a los empleados, la Unidad de Administración de Recursos Humanos realizó por tercer año consecutivo las visitas a todas las Gerencias Territoriales a nivel nacional. En las mismas se analizaron con los

Estado	Parque	Distancia	Participantes	Fecha
Carabobo	Cerro El Casupo	3.5 Km.	140	04/sep.
Barcelona	Bahía de Pozuelos	4 Km.	170	11/sep.
Mérida	Cerro El Caucho	3 Km.	206	11/sep.
Táchira	Cerro Chimborazo	3.6 Km.	206	02/oct.
Bolívar	Parque La Llovizna	4 Km.	210	16/oct.
Distrito Capital	Waraira Repano	3 Km.	300	16/oct.
Trujillo	Cerro Palmarito	4 Km.	120	23/oct.
Distrito Capital	Waraira Repano	4 Km.	300	30/oct.
Lara	Parque José María Ochoa	4.5 Km.	206	06/nov.
Zulia	Paseo por el Lago	6 Km.	200	13/nov.
Distrito Capital	Waraira Repano	6 Km.	300	13/nov.

gerentes de oficina, gerentes territoriales, gerentes de administración y jefes de negocios, las políticas retributivas de la entidad y los planes del portafolio de beneficios sociales que el Banco ofrece a sus empleados.

Esta actividad de acercamiento, denominada "Conoce Nuestro Mundo", contó con la activa participación de distintos especialistas en el área de recursos humanos quienes compartieron sus conocimientos técnicos y vivenciales con más de 626 integrantes de la red de oficinas y 50 empleados de servicios centrales.

Beneficio de útiles escolares

Banco Provincial ofreció un aporte para apoyar a sus trabajadores con la adquisición de los útiles escolares de los hijos que estuviesen cursando estudios primarios (de 1ro. a 6to. grado).

La implementación de este nuevo beneficio favoreció a más de 2.400 niños en edad escolar y el mismo fue otorgado de manera espontánea, ya que no se trata de un beneficio exigido por la ley ni por la contratación colectiva.

Tickets de Alimentación

Con miras a mejorar la calidad de vida de su recurso humano, la entidad aplicó un incremento de 25% al valor de los tickets de alimentación otorgados voluntariamente, situándose el monto mensual en Bs. 320,00, aproximadamente, además de los importes estipulados por la Ley de Alimentación y la Convención Colectiva de Trabajo.

Revisiones salariales

La aplicación de una serie de medidas salariales oportunas y coherentes permitió a la Institución seguir posicionándose por encima del promedio de la retribución se ofrece en el sector bancario.

Como en años anteriores, se realizaron dos revisiones salariales durante el año, con ajustes de los sueldos de todos los empleados, según lo establece el contrato colectivo vigente. Para ello, se tomaron como referencia los índices de inflación informados por los órganos competentes, aplicando un modelo de diferenciación por desempeño.

En este mismo sentido, se consideró como otro elemento sobresaliente, los movimientos salariales del mercado de referencia, lo que permitió garantizar la competitividad externa.

Histórico del promedio de los incrementos salariales

Bancos	2010	2009	2008
Provincial	26%	31%	32%
Sector Financiero	19%	21%	23%

Jornadas "En familia sembramos valores"

Durante 2010 se ejecutó el proyecto de las jornadas "En Familia Sembramos Valores", evento desarrollado por Banco Provincial conjuntamente con la ONG autorizada por el Fondo Nacional Antidrogas (FONA).

Esta iniciativa, en la que participaron más de 2.000 personas, se desarrolló durante los meses de junio y julio en Caracas, Puerto La Cruz, Puerto Ordaz, Valera, San Cristóbal, Maracaibo, Maracay y Barquisimeto, brindando a los empleados la oportunidad de compartir un día en familia, participando en actividades recreativas cuyo objetivo fue promover los valores familiares basados en la comunicación, el respeto, la responsabilidad, el apoyo, la integración y el trabajo en equipo, además de lograr potenciar una cultura de prevención del consumo de drogas.

Planes vacacionales / Sembrando valores para la vida

En el marco de la apertura de los Planes Vacacionales 2010, se llevó a cabo bajo el lema "Sembrando Valores para la Vida" una actividad lúdico-preventiva dirigida a los hijos de los empleados, con la finalidad de reforzar los valores de vida, tomando como fuente de estos a la familia.

Además de esta actividad, el área de Beneficios Sociales al personal y el SAE ofrecieron 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 campamento vacacional fue a las Playas de Adícora, en la Península de Paraguaná, estado Falcón, donde los jóvenes disfrutaron períodos de 7 días con pernocta.

Para los más pequeños, a partir de los 4 años, se crearon planes diarios bajo la modalidad de visitas guiadas, con duración de 5 días y como incentivo adicional a los empleados, el Banco otorgó subsidio al costo por plan, oscilando entre 20% y 50%.

La participación fue la siguiente:

Visitas Guiadas Sembradores del Futuro

Caracas	190
Valencia	28
Maracay	16
Barquisimeto	44
Sub total:	**278**

Líderes del Mañana (con pernocta)

Sub total:	**217**
TOTAL DE NIÑOS:	**495**

Servicio de Atención al Empleado (SAE Global Venezuela)

Desde sus inicios en el 2008, el Servicio de Atención al Empleado (SAE) ha estado presente para garantizar a los empleados de Banco Provincial una respuesta rápida y eficaz a sus inquietudes relacionadas con los distintos procesos de Recursos Humanos.

A partir de Julio de 2010, el SAE incorporó un nuevo modelo Corporativo "SAE GLOBAL", el cual ofrece un único canal de contacto (entrada/salida) hacia Recursos Humanos, con un circuito integrado de escalado de niveles que permite una medición automática y completa del servicio, haciendo más eficiente la función y mejorando la percepción de los empleados. Este nuevo modelo "SAE GLOBAL" incluye el Portal SAE o Auto SAE, una innovadora herramienta que pretende potenciar de forma clara y rápida la autogestión de las consultas.

Obligaciones legales		
Beneficio	**Beneficiarios directos**	**Inversión ejecutada en Bs. 2010**
Ley de Alimentación para los trabajadores (Ticket Alimentación)	Empleados	29.328.268
Guarderías (1)	Hijos de empleados	2.308.318
Bono vacacional	Empleados	35.824.870
Servicio de Salud y Riesgo Laboral	Empleados	3.662.987
Seguridad Social (2)	Empleados	143.380.083
TOTAL		214.504.526

(1) Desde 0 a 5 años
(2) Incluye las contribuciones al S.S.O., Fondo de Seguridad Social, Nuevo Régimen de Prestaciones Sociales, I.N.C.E., Paro Forzoso y Política Habitacional
Alcance: Banco Provincial

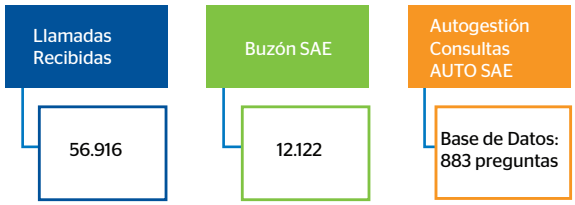
Acuerdos contractuales		
Beneficio	**Beneficiarios directos**	**Inversión ejecutada en Bs. 2010**
Créditos hipotecarios	Empleados	121.032.915
Créditos de vehículos	Empleados	14.089.933
Becas para estudios (1)	Empleados activos del Banco y sus Empresas Filiales	595.702
Seguro funerario	Empleados	290.450
Políza HCM	Titular, cónyugem hijos, padres y hermanos	29.628.006
Seguro de accidentes de trabajo (2)	Empleados	24.140
Aporte a Caja de Ahorros	Empleados	7.483.712
Dotación de uniformes	Empleados	4.857.256
Prima por bonificación de matrimonio	Empleados	7.280
Subsidio familiar (3)	Empleados	176.782
Juguete Navideño (4)	Hijos de empleados	1.148.481
Plan Vacacional (5)	Hijos de empleados	1.000.000
TOTAL		180.334.657

(1) Para el financiamiento de estudios de pregrado y postgrado
(2) Cubre los casos de accidentes, 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. 2010**
Ayuda Social	Empleados, cónyuge, hijos y padres	19.200
Subsidio comedor	Empleados	5.077.896
Subsidio estacionamiento	Empleados	318.567
Chequeo Médico Tutorial	Empleados	174.597
Obsequio Navideño	Empleados	4.487.975
Libro Infantil: obsequio navideño	Hijos de empleados	59.980
Útiles escolares (1)	Hijos de empleados de 1° a 6° grado	935.886
TOTAL		11.074.101

(1) Nuevo beneficio a partir de este año.
Alcance: Banco Provincial

Gestión SAE 2010



Alcance: Banco Provincial

Club Social y Deportivo Provincial

Actividad Deportiva

Desde su creación y como un paso adelante en el sector bancario nacional, el Club Social y Deportivo Provincial ha promovido políticas orientadas a la recreación y el desarrollo del deporte, como fundamento de una sociedad sana tanto en el área emocional como en la física.

A fin de fomentar el espíritu deportivo y de unidad fraternal entre los trabajadores de Banco Provincial y de las empresas aliadas, el Club Social y Deportivo Provincial, durante el 2010, organizó los siguientes torneos multidisciplinarios:

Torneo de Softbol "Copa BBVA Banco Provincial"
Evento en el que compitieron durante la temporada, un total de 36 equipos y 792 atletas.

Torneo Multidisciplinario todo evento "BBVA Banco Provincial"
Participaron de 9 equipos internos y 87 equipos externos, para un total de 96 equipos y 598 atletas.

Torneo Multidisciplinario "Copa Alegría Navideña"
Celebrado entre los meses de octubre y diciembre, contó con la participación de 3 equipos internos y 16 equipos externos, para un total de 19 equipos y 220 atletas.

En estos torneos, el deporte fue motivo de celebración, recibiendo en cada jornada a atletas de las disciplinas deportivas de softbol, fútbol sala, baloncesto, voleibol, bolas criollas, dominó y bowling, en modalidades femenina, masculina y mixta.

Recreación

Orientadas a brindar a los trabajadores de la institución y su grupo familiar, la oportunidad de disfrutar de momentos de diversión y sano esparcimiento, las instalaciones del Club fueron escenario para la realización de las siguientes celebraciones y actividades recreativas:

- Carnavales
- Semana Santa
- Día de la Madre
- Día del Niño
- Gran Quiniela Mundial Futbol Sudáfrica 2010
- Festival de Softbol

Condiciones Laborales

Convención Colectiva de Trabajo

A partir de mayo de 2008, la administración pública del Trabajo ha intentado compeler al Banco para que acceda a discutir el proyecto de una convención colectiva de trabajo con una organización sindical que no representa a la mayoría de los trabajadores.

Continuando con lo que ha sido la política institucional al respecto, en el año 2010 se han intentado diversas acciones legales para tratar de que se acuerde el mecanismo que la propia ley establece como solución para estos casos: un referendo sindical a través del cual los trabajadores, mediante elecciones directas, universales y secretas, determinen cual de los sindicatos debe discutir la convención colectiva de trabajo.

En el tercer trimestre de 2010, se produjo una decisión administrativa en la cual se obligaban a los dos sindicatos en pugna a presentar un proyecto unificado de convención colectiva. Ante ello, el Banco se mantiene a la espera de la solución del conflicto intersindical planteado vistas las circunstancias de carácter legal.

Comité de Disciplina Laboral

Al igual que en 2009, con reuniones de frecuencia mensual, durante 2010 el Comité de Disciplina Laboral consolidó su presencia como el máximo órgano encargado de tomar gran parte de las medidas disciplinarias hacia empleados que han incurrido en incumplimiento de normas.

El alto perfil de su composición – la mayoría de las vicepresidencias ejecutivas representadas por sus titulares o un suplente miembro del equipo directivo - le continúa profiriendo un gran poder decisorio que redunda en la rapidez de las medidas que algunas tipologías de incumplimientos normativos requieren, así como el mensaje a la totalidad de la plantilla, del altísimo apego a estándares éticos, que son de observancia necesaria por parte de quienes hacen vida en Banco Provincial.

Expedientes disciplinarios	2010	2009	2008
Sobreseimientos	9	7	10
Sanciones	130	75	100
Despidos a causa de sanciones desvinculaciones)	44	52	56
TOTAL	183	134	166

Alcance: Banco Provincial

Asuntos contenciosos	2010	2009	2008
Demandas derivadas de expedientes disciplinarios	33	0	0
Reclamaciones individuales	29	37	78
Conflictos Colectivos	0	0	0
Actuaciones de los Órganos de la Administración	45	37	14
TOTAL	107	74	92

Alcance: Banco Provincial

Charlas a nuevos ingresos y a Gerentes de Administración de Oficinas

Como parte de un trabajo conjunto con la Sub Unidad de Formación, se impartieron, en todo el 2010, charlas sobre la importancia de la prevención del fraude interno, así como las instancias que en el seno de la organización se encargan de

detectar y tomar las medidas correctivas a que haya lugar, cuando se presenta algún tipo de irregularidad.

En las charlas impartidas a los nuevos ingresos, se enfatizó el componente ético que ha de guiar su comportamiento durante su permanencia en el Banco.

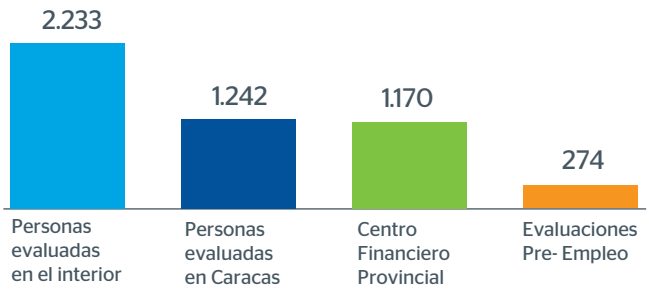
En el marco del plan formativo del nuevo rol del Gerente de Administración de Oficina, se continuó con la práctica de 2009, en cuanto a información sobre los tipos de infidelidades más frecuentes, respaldada con información estadística, con el objeto de sensibilizar a los líderes de las oficinas en cuanto al fenómeno del fraude interno y así poder contar con agentes multiplicadores en la gestión de la prevención de ese flagelo.

Salud y Seguridad Laboral

Al Servicio de Seguridad y Salud Laboral, en el año 2010, se incorporó un profesional en terapia ocupacional, con el objeto de abordar la prevención de enfermedades derivadas de las actividades realizadas en el ámbito laboral así como de aquellas asociadas a las labores domésticas. Las iniciativas inmediatas estuvieron centradas en brindar a los trabajadores todos los conocimientos y técnicas que le ayuden a conservar o a mejorar su estado de salud

Evaluaciones periódicas realizadas

A objeto de contribuir con la preservación de la salud de los empleados, en 2010 se realizaron evaluaciones médicas (físicas y bioquímicas) a nivel nacional, obteniendo como resultado la atención de 4.919 trabajadores:



Tasa de Absentismo		
2010	2009	2008
2,78	2,42	2,26

Alcance: Banco Provincial

Consultas curativas común

Se les prestó asistencia médica por enfermedades comunes a un total de 1.922 trabajadores de la institución.

Consultas ocupacionales

Los profesionales en medicina ocupacional atendieron a 152 trabajadores con posibles patologías relacionadas con las actividades laborales.

Formación en Seguridad y Salud Laboral

Fortaleciendo la cultura preventiva en materia de Seguridad y Salud Laboral y consciente que el mejor camino es la información y la educación, el Servicio de Seguridad y Salud Laboral impartió actividades de promoción y educación en forma presencial a 624 empleados, vía e-learning a 977 y a distancia, bajo los distintos canales de comunicación del banco, a todos los trabajadores de la Institución. En estas acciones de formación se contemplaron temas relevantes como la nutrición; la importancia del cuidado de la columna vertebral y prevención de lesiones; medidas de higiene postural; manejo del estrés; importancia de las pausas activas y enfermedades frecuentes en ambientes laborales.

Jornadas Especiales

Se realizó una jornada de vacunación para la prevención de la gripe AH1N1 en la cual se aplicó la vacuna a 1.170 trabajadores.

También se desarrolló una jornada de despistaje para la prevención de Osteoporosis, en la cual participaron 456 empleados.

Accidentalidad

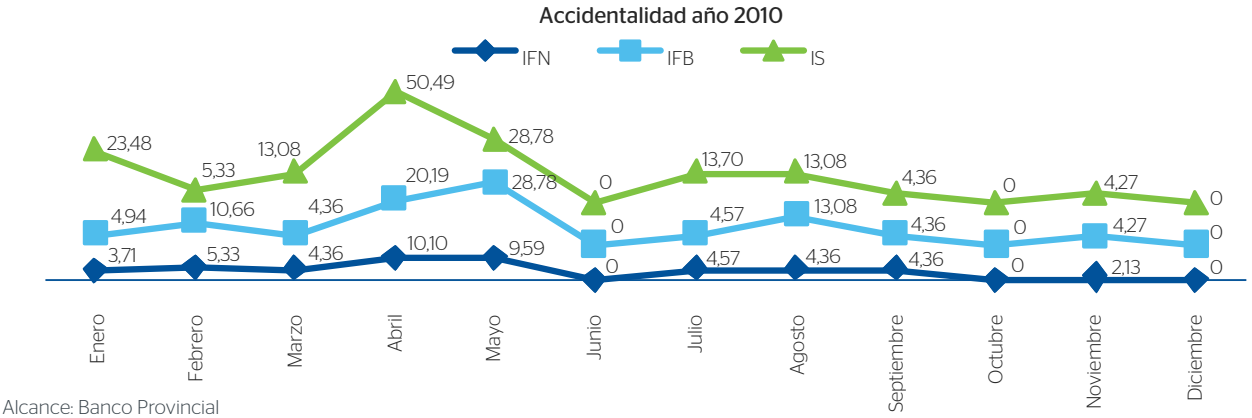
Para la vigilancia y el control de accidentes, se mantuvo la actualización de las estadísticas de accidentalidad, arrojando los siguientes resultados:

IFN (Índice de Frecuencia Neta): Número de lesiones totales por cada trabajador en 1000000 de horas.

IFB (Índice de Frecuencia Bruta): Número de lesiones con pérdida de tiempo por cada trabajador en 1000000 de horas.

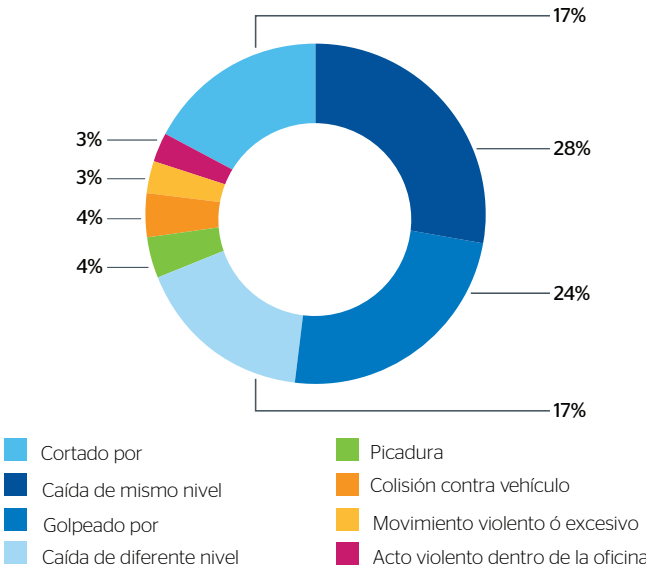
IS (Índice de Severidad): Número de días perdidos por cada trabajador en 1000000 horas.

1000000: Es el coeficiente determinado por la Norma COVENIN para el control de las estadísticas.



Alcance: Banco Provincial

Distribución por tipo de accidente



Alcance: Banco Provincial

Comunicación Interna

Impulsando la mejora continua de los canales de comunicación interna y promoviendo su actualización mediante la creatividad y la eficiente aplicación de la tecnología, cabe destacar que en 2010 se concretó la migración de las revistas "entorno" y "adelante" al formato digital, publicaciones que ahora están disponibles para los empleados a través de la red, convirtiéndose en reflejo del proceso de transformación e innovación que lleva adelante la Institución.

Uno de los principales aportes de este formato digital es la eliminación por completo del papel en la producción de estas revistas internas, impactando de manera positiva en la preservación del medioambiente y fortaleciendo el plan de ecoeficiencia del banco; además de asentar mayores niveles de eficiencia y agilidad en la gestión, garantizando el acceso al empleado, ya sea desde su puesto de trabajo u hogar.

Dando continuidad a la labor del equipo de Comunicaciones Internas, y bajo la premisa de que a través de la difusión de información oportuna y de interés colectivo se construyen relaciones efectivas con el recurso humano, se potenció la pauta informativa de los diferentes canales internos, dando cobertura a las iniciativas y proyectos de Responsabilidad Corporativa que lleva adelante Banco Provincial y su Fundación, a fin de sensibilizar en mayor medida a los empleados acerca de la relevancia e impacto de este ámbito de actuación, así como fortalecer aquellos valores que definen a un equipo socialmente responsable.

Gestión de canales internos

- Revista entorno (local): Se publicaron cuatro ediciones.
- Revista adelante (corporativa): Se publicaron tres ediciones.
- Circuito de carteleras: dado que para la producción de este canal se emplea el recurso del papel, se decidió ampliar su frecuencia de semanal a quincenal, reduciendo a 26 ediciones al año.
- Dossier Semanal a través de Outlook dirigido a la gerencia: se produjeron 52 ediciones.

- Informe Actividad América: boletín corporativo mensual, contemplando 12 ediciones en el año.
- Sección de Noticias de la Intranet Local y de la Intranet Corporativa Venezuela: canales de actualización diaria, entre los cuales se gestionaron localmente un promedio de 550 notas informativas durante 2010.

Asimismo, entre los diferentes proyectos e iniciativas que se llevaron adelante, a objeto de promover una visión corporativa cohesionada y un sentimiento de pertenencia entre el personal, bajo la coordinación del equipo de Comunicaciones Internas, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- **Concurso de Fotografía y Video para empleados:** se organizó la sexta edición de este concurso interno, enmarcado este año en el tema de preservación del medioambiente.

- **Concurso de Dibujo para hijos de empleados:** por sexto año consecutivo se realizó esta convocatoria entre hijos de empleados de 6 a 15 años de edad. Uno de los dibujos ganadores a nivel local, elaborado por la niña Andrea Ahmad (10 años), resultó ganador del concurso internacional del Grupo BBVA siendo la ilustración que se utilizó en la Tarjeta de Navidad 2010 de BBVA para empleados y clientes en el mundo.

- **Ruta Quetzal 2011 para hijos de empleados:** convocatoria dirigida a los hijos de empleados nacidos entre los años 1994 y 1995, a fin de participar en esta expedición que tendrá lugar en España y Perú.

- **Calendario digital 2010:** eliminando el papel en su producción, nuevamente se produjo el calendario dirigido a los empleados en formato digital, ilustrado con las propuestas del Concurso de Fotografía 2009.

- **Campañas internas:** entre las acciones emprendidas este año, cabe destacar la campaña del Plan de Ahorro Energético de Banco Provincial y la Campaña Global de Ecoeficiencia del Grupo BBVA, dirigidas a toda la plantilla.

Compras Responsables

Política de Compras

Alineada con la política general de compras del grupo, la Unidad de Compras, Inmuebles y Servicios Generales prosiguió con la adecuación de los procesos y el control interno a fin de armonizarlos con el modelo corporativo, el cual se fundamenta en dos grandes líneas de acción: la aplicación de criterios de objetividad, transparencia, profesionalidad e igualdad de oportunidades en la selección, y la relación con los proveedores y un impulso a los principios de responsabilidad corporativa.

En este sentido, el Código de Conducta establece el valor especial que tienen aquellos proveedores que comparten los principios que sustentan el código y que han adoptado para el desarrollo de sus actividades los compromisos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Con relación con los plazos de pago a proveedores en el año 2010, se destaca que todos los contratos establecidos fueron cancelados de acuerdo con las condiciones pactadas.

Sistema de Homologación de Proveedores

BBVA tiene establecida como política corporativa, que las compras del grupo en todos los países en los que opera, sean realizadas por proveedores previamente homologados. Dicho proceso tiene como único objeto mejorar la gestión interna de proveedores, a través de la evaluación de los mismos, a fin de comprobar que se ajusten a los estándares de calidad requeridos.

Como parte de esta política, y con el fin de garantizar que los proveedores cuenten con la capacidad productiva, técnica, financiera y de calidad comercial requerida por el Banco necesita, durante el año 2010 se procedió a la homologación de 61 proveedores, los cuales han sido formalizados en el Comité de Compras local. Actualmente, existen 106 proveedores con homologación vigente.

Adicionalmente, a fin de ampliar la gama de proveedores de la institución y en busca de mayor alternabilidad, se incorporaron durante el mismo ejercicio, 109 nuevos proveedores.

Gestión de Outsourcing

Con el objetivo de estandarizar las políticas de gestión de Outsourcing, se iniciaron las adaptaciones a la norma local, para garantizar de esta manera que las iniciativas para la externalización de servicios, cumplan con una metodología uniforme dentro del Grupo BBVA.

Herramientas de Gestión y Aprovisionamiento

Banco Provincial dispone de una herramienta electrónica denominada Plataforma de Comercio Electrónico "ADQUIRA", 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:

- Mejora el nivel de servicio ofrecido al cliente interno
- Reduce los tiempos de negociación
- Integra la información en un único sistema
- Contempla procedimientos que permiten a los usuarios y proveedores conocer el estado de las solicitudes y de los pedidos, fomentando el acceso de los mismos al pliego de condiciones en cada negociación
- Mejora la eficiencia al asegurarse el cumplimiento de los contratos

Dados todos los beneficios que este sistema ofrece, en el año 2010, Banco Provincial continuó impulsando el uso de la herramienta electrónica ADQUIRA. En dicho período, la misma fue empleada en 865 negociaciones de compras, permitiendo afianzar y garantizar el desarrollo de una gestión más eficiente en la materia.

Cabe destacar que 186 de estas negociaciones, fueron realizadas mediante subastas, generando mayor concurrencia y pluralidad de proveedores, redundando en mayor transparencia en cada una de las adjudicaciones otorgadas.

Gracias a la aplicación de estas políticas, se han generado ahorros por el orden de Bs. 47.196.800, cifra equivalente a EUR 8.428.000 en negociaciones de compras gestionadas con los proveedores, con un promedio del 13,40% de ahorro por cada una de las compras gestionadas.

Uso de la Herramienta de Gestión	2010	2009	2008
Número de negociaciones electrónicas	865	848	105
Número de pedidos electrónicos	605	627	84
Número de referencias solicitadas contra catálogo electrónico	260	221	195

Alcance: Banco Provincial

Homologación de Proveedores	2010	2009	2008
Número de Proveedores Homologados	106	57	83
Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación	75	70	65
Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación	41	15	90

Alcance: Banco Provincial

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			Mas de Bs. 2.750 miles			TOTAL Proveedores		
2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
706	1.168	947	122	109	103	89	66	57	84	52	44	1.001	1.395	1.151

Alcance: Banco Provincial

Medioambiente

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 – gestión de sus inmuebles, uso de papel, viajes, etc. - como a través de las consecuencias que tienen para el medio ambiente los productos y servicios que ofrece, especialmente los relacionados con las actividades de financiamiento, la gestión de activos y de su cadena de proveedores.

Objetivos generales de la Política Medioambiental:

- Cumplir la normativa medioambiental vigente donde el grupo opera
- Mejorar continuamente la identificación y la gestión de los riesgos medioambientales de las operaciones financieras y de inversión del grupo
- Desarrollar productos y servicios financieros con beneficio medio ambiental
- Impulsar la ecoeficiencia en el uso de los recursos naturales
- Generar una influencia positiva en el comportamiento ambiental de los grupos de interés
- Informar, sensibilizar y formar a sus empleados en materia ambiental

En el marco de esta política, desde diciembre de 2009, BBVA se incorporó como parte de un grupo de más de 500 empresas líderes que han suscrito el Comunicado de Copenhaguen sobre cambio climático; se trata de un manifiesto público sobre el interés y la disposición de los líderes empresariales internacionales de encontrar soluciones en el marco vinculante de la Organización de las Naciones Unidas.

Plan Global de Ecoeficiencia

BBVA continúa avanzando en la ejecución de su Plan Global de Ecoeficiencia para el período 2008-2012, a través del cual se espera 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.

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

En el marco de esta política corporativa medioambiental, durante el año 2010, Banco Provincial promovió diversas acciones orientadas a la gestión de los diversos indicadores que tienen una incidencia directa e indirecta sobre el tema medioambiental, como una contribución en la búsqueda de una mejor calidad de vida y de mayor eficiencia.

Dentro de esta gestión, vale la continuación de las acciones orientadas a promover el ahorro energético en todas las dependencias, en apoyo a las medidas tomadas por el Gobierno Nacional a fin de enfrentar la crisis energética que afectó al país; colaborando asimismo con la conservación del medioambiente.

Otros indicadores a destacar son la reducción registrada, como se puede observar en los cuadros anexos, en el consumo de agua, de electricidad y de papel, los cuales apuntan a una mayor eficiencia en el uso de estos recursos.

Consumo de agua	2010	2009	2008
Total agua consumida (m3)	684.828	577.260	368.312
Agua consumida por empleado (m3)	124,31	96,47	59,35

Alcance: Banco Provincial

Consumo de electricidad	2010 (Kwh)	2009 (MW/h)	2008 (Kwh)
Electricidad consumida	77.484.502	79.914	86.903.659
Electricidad consumida por empleado	14.065	13,35	14.003

Alcance: Banco Provincial

Consumo de combustible			
	2010	2009	2008
Total gasoil consumido (l)	145.536	75.462	58.000

Alcance: Banco Provincial

Consumo de papel			
	2010	2009	2008
Total papel consumido (kg)	201.069,80	254.967,14	209.097,81
Total papel consumido por empleado (kg)	36,49	42,61	33,69

Alcance: Banco Provincial

Gestión de residuos			
	2010	2009	2008
Papel (kg)	0	0	0
Tonners (kg)	145,60	177,20	361,44

Alcance: Banco Provincial

Videoconferencias			
	2010	2009	2008
Videoconferencias	309	292	244
Salas equipadas con videoconferencias	8	7	9
Audioconferencias	46	120	0
Telepresencias	73	64	0

Alcance: Banco Provincial

Viajes en Avión			
	2010	2009	2008
Tramos menores a 500 km	157.339	144.910	604.565
Tramos entre 500 y 1600 km	1.487.537	1.460.441	1.249.751
Tramo mayores a 1600 km	3.622.391	3.365.397	4.234.744

Alcance: Banco Provincial
Nota: Hasta el año 2009, el reporte clasificó en los siguientes tramos: inferior a 452 km; entre 452 y 1600 km; superior a 1600 km. A partir del año 2010, el reporte se hace según indica la tabla.

Viajes en Auto			
	2010	2009	2008
Kilómetros automóviles de directivos	327.250	1.281.143	545.130
Kilómetros automóviles de empleados	353.931	296.767	337.376

Alcance: Banco Provincial

Formación y sensibilización ambiental

Con la intención de desarrollar y potenciar una mayor conciencia entre los empleados acerca del ahorro y preservación de recursos como el papel, el agua y la energía y el impacto positivo de tales acciones en el medioambiente, en 2010 se llevaron adelante dos importantes campañas de sensibilización dirigidas a todos los integrantes del equipo de Banco Provincial.

La campaña del **Plan de Ahorro Energético**, se llevó a cabo en el primer semestre del año, bajo el eslogan "reducir el consumo eléctrico es tarea de todos", la cual tenía como fin dar a conocer las medidas contempladas en este plan y concientizar a todos los empleados acerca de la importancia inherente a su correcta aplicación y el uso racional de este vital recurso. La misma se desarrolló a través de Intranet, correo electrónico, revista entorno y circuito de carteleras. El objetivo: dar a conocer a los empleados las medidas contempladas por la institución en su Plan de Ahorro Energético (en cumplimiento a la Resolución No.005 del Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica, publicada en la Gaceta Oficial No.39.322 de fecha 21 de diciembre de 2009) y promover entre ellos una mayor conciencia acerca de la importancia inherente a su correcta aplicación y el uso racional de este vital recurso.

Como una iniciativa corporativa de sensibilización, se desarrolló la **Campaña Global de Ecoeficiencia BBVA**, la cual tuvo lugar entre los meses de septiembre y diciembre de 2010 en todas las instituciones que conforman el Grupo BBVA, bajo el lema "Ponte en Acción". Se celebraron los meses del ahorro del agua (septiembre), la energía (octubre), el papel (noviembre) y las emisiones (diciembre). En el marco de esta campaña, se facilitaron a los empleados consejos y recomendaciones acerca de buenas prácticas para el ahorro de estos recursos, destacando el impacto de sus acciones en la preservación del medioambiente. La misma se difundió a través de canales como Intranet, correo electrónico, revista entorno y circuito de carteleras.

De igual forma, se incorporó una nueva sección en la revista local interna "entorno" de ecoeficiencia, denominada **"Ecología adelante"**, en donde se dan a conocer las iniciativas ecológicas que de manera espontánea y voluntaria son aplicadas por los empleados del Banco, a fin de servir de ejemplo y motivar al resto de compañeros.

"Viendo la cantidad de botellas plásticas que desechaba en el trabajo, comencé a reciclar mis propias botellas; de allí sale la iniciativa de investigar empresas que reciclan plásticos. Averiguando por Internet, me topé con una importante cadena de supermercados, en donde conseguí contenedores para el reciclaje de plástico. A partir de allí, comencé con esta acción espontánea que realizo con mucho gusto". (Daniela Martinho, VPE Innovación y Desarrollo).

"Consideré la posibilidad de hacer un mejor uso del insumo que diariamente pasaba por mis manos: el papel. Reflexioné al respecto y le di mayor importancia al consumo racional de cada hoja, así que me propuse sólo imprimir lo necesario y a doble cara. Ahora, mis compañeros participan activamente en esta actividad: cuando consiguen hojas que pueden ser recicladas, las colocan en el sitio dispuesto y hacen buen uso de ellas". (Rulvy Morales, VPE Innovación y Desarrollo).

Por último, gracias a la iniciativa del equipo de Comunicaciones Internas de la Dirección de Comunicación e Imagen, se concretó la migración de las revistas internas "entorno" (local) y "adelante" (corporativa) al formato digital, eliminando por completo el papel en el proceso de producción de estas publicaciones dirigidas a todos los empleados de la Institución. En el año 2010, se dejaron de imprimir un total de 27.000 ejemplares entre ambas publicaciones, lo que equivale aproximadamente 3.837 Kg. de papel ahorrados gracias a esta acción

Compromiso con la Sociedad

El apoyo a la educación es la pieza clave de la acción social de Banco Provincial.

Durante el año 2010, Banco Provincial reafirmó su compromiso con la sociedad, a través de la ejecución de diversas iniciativas enmarcadas en su Plan Anual de Responsabilidad Corporativa, el cual estuvo orientado al logro de los siguientes objetivos:

- Apoyar la permanencia de los jóvenes en el sistema educativo, la formación en valores, la lectura y la escritura creativa como herramientas de desarrollo.
- Fortalecer la alianza con instituciones de gran reconocimiento e impacto para el desarrollo de los programas educativos.
- Reforzar el compromiso de los empleados voluntarios en apoyo a los programas educativos.
- Potenciar los proyectos expositivos realizados en la Fundación Banco Provincial.
- Impulsar la publicación de proyectos iniciativas editoriales orientados a crear conciencia sobre la conservación del medio ambiente.
- Potenciar la labor del Comité de RRC en el desarrollo y el seguimiento de los programas de Responsabilidad Corporativa.
- Fomentar la participación institucional en ediciones especiales, eventos, estudios y encuestas orientadas a fortalecer el posicionamiento en el tema de responsabilidad corporativa.

De esta manera, la Institución reafirmó la importancia estratégica de su principio corporativo *"la responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo"*.

Fundamentalmente ejecutada a través de la Fundación Banco Provincial, la inversión social del Banco alcanzó, al cierre del año 2010, un monto de Bs. 14.053.140, un 13% superior a la inversión de 2009. El crecimiento anual que viene mostrando este indicador, evidencia la voluntad manifiesta por ampliar el alcance de estas iniciativas en beneficio de los sectores más necesitados de la población.

Por otra parte, a fin de mantener una comunicación más fluida con los grupos de interés sobre los temas relacionados con estas acciones, durante 2010 se mantuvo presencia constantes en medios de comunicación y eventos a fin de llevar un mensaje claro sobre el compromiso decidido del Banco de apoyar a la sociedad venezolana.

Programa Becas de Integración

Consecuente con el objetivo de promover el desarrollo social y educativo de los venezolanos, Banco Provincial desarrolla desde hace tres años el Programa Becas de Integración, cuya meta es apoyar la permanencia en el sistema educativo y la promoción de valores en los jóvenes venezolanos.

A través de esta iniciativa, se mantuvo el otorgamiento de becas por cinco años a alumnos que cursan entre séptimo grado de la tercera etapa de educación básica y hasta segundo año de ciclo diversificado en planteles subsidiados por la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) y los que conforman la red de Fe y Alegría, en el marco de la alianza suscrita con ambas instituciones.

Dando continuidad a este importante programa, se inició el período escolar 2010-2011 con los aportes correspondientes al pago de la matrícula por inscripción, mensualidades así como útiles escolares y uniformes, beneficiando así a 4.500 jóvenes estudiantes a nivel nacional.

Hasta la fecha, con el apoyo del Programa Becas de Integración, se han graduado de bachilleres 630 estudiantes en toda Venezuela.

Programa de Voluntariado Corporativo

Con el fin de orientar en materia de educación financiera a estudiantes beneficiarios del Programa Becas de Integración, se realizó una prueba piloto en 14 escuelas ubicadas en los estados Miranda, Vargas y en el Distrito Capital, en las cuales se dictaron los talleres "Economía Personal" con el apoyo de la Asociación Civil Jóvenes Emprendedores de Venezuela, miembro de la Organización internacional "Junior Achievment".

Participaron en los talleres 580 estudiantes, a quienes se les orientó sobre la importancia de los instrumentos bancarios para manejar eficientemente sus finanzas personales, identificar sus habilidades, intereses y opciones vocacionales; seleccionar acertadamente carreras productivas; planificar gastos e inversiones para ayudar a sus familias a establecer prioridades en su presupuesto familiar.

Se contó con la participación de los empleados voluntarios, quienes presentaron los programas de Acción Social del Banco y de la Fundación y ejercieron un importante rol como tutores, modelando los valores corporativos ante los estudiantes. Asimismo, compartieron su experiencia de desarrollo profesional y laboral con la finalidad de motivar a estos adolescentes a permanecer en la escuela, superarse y lograr la meta de mantenerse dentro del Programa Becas de Integración y graduarse de bachilleres.

El Programa Papagayo también contó con el apoyo del voluntariado corporativo, quienes asistieron a los facilitadores durante la realización de los talleres de formación docente, además de gestionar la recepción de los libros de creaciones para el Concurso de Creación Literaria y participar en las actividades desarrolladas durante los actos de premiación estadales que tuvieron lugar en el mes de julio.

Otra actividad que contó con la activa participación de empleados voluntarios, fue la creación y coordinación de un Centro de Acopio con el fin de recabar donativos para las familias afectadas por las lluvias ocurridas en diversas regiones del país durante el mes de diciembre.

Al finalizar este operativo, se entregó a la Organización sin fines de lucro Cáritas de Venezuela, entre alimentos, productos de higiene personal y medicamentos, 2.217 productos, así como sábanas, colchonetas y ropa que fueron distribuidos en las comunidades más necesitadas.

Programa Papagayo

Desarrollado por la Fundación Banco Provincial desde el año 1998, el Programa Papagayo está orientado a la educación en valores, promoción de la lectura y la escritura creativa en niños y niñas de 6º grado de Educación Básica. Durante este tiempo, esta iniciativa

ha beneficiando directamente a más de 44.000 niños y niñas, 1.498 docentes e igual cantidad de planteles en todo el territorio nacional. Asimismo, se calcula que más de 227 mil personas de la comunidad educativa han resultado favorecidas indirectamente debido al efecto multiplicador de este programa.

En enero del año 2010, se dictaron los XII Talleres de Formación Docente en las capitales de los estados Anzoátegui, Aragua, Bolívar, Carabobo, Lara, Mérida, Miranda, Monagas, Portuguesa, Táchira, Vargas, Zulia y en el Distrito Capital, en los cuales se formaron con esta didáctica 174 docentes, beneficiando así a igual números de escuelas y 4.752 alumnos.

Durante el año escolar 2009-2010, por primera vez se hizo uso de la red social Facebook y de un blog creado especialmente para el Programa, con el objetivo de complementar la formación docente y favorecer el uso de los canales digitales como medio de aprendizaje.

En el marco del **Concurso Infantil de Creación Literaria**, se reconoció el mérito de los docentes, premiando a aquellos que impulsaron el libro de creaciones en su estado e igualmente a los niños y niñas por la creación literaria individual, quienes recibieron un reconocimiento y un incentivo económico. Asimismo, se entregaron 1.300 libros de literatura infantil y juvenil para las bibliotecas de las escuelas ganadoras. Adicionalmente, se hizo entrega de los diplomas a los docentes, avalados por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador y la Fundación Banco Provincial.

El jurado nacional conformado por Maité Daudant, Morelba Domínguez y José Urriola, dictaminó como libro ganador de este concurso a "En Guayana la amistad se siembra y se cultiva" de la Unidad Educativa Colegio Villa el Sur de Fe y Alegría, impulsado por la Docente Dilia García quien recibió un incentivo económico y por la creación literaria seleccionaron a "Lo que me gusta del día" escrito por la niña Daniela Urdaneta, perteneciente al libro "Futuro escritores concepcionistas" de la Unidad Educativa Colegio "La Concepción" del estado Aragua quien accedió a una beca para sus estudios de bachillerato.

Programa Cultural

La Fundación Banco Provincial, en su continuo compromiso de apoyar diversas manifestaciones artísticas y culturales, inició el programa expositivo 2010 con la muestra que cerró el año 2009 en la ciudad de Caracas **"Braulio Salazar, poética y color"**. En esta oportunidad, en alianza con la Secretaría de Cultura de la Gobernación de Carabobo, rindiendo homenaje en su ciudad natal, al pintor valenciano Braulio Salazar en el Museo de la Ciudad, Quinta La Isabela.

Entre los meses de abril y mayo, en la sala de la Fundación, con la exhibición **"Geometrías"**, se presentaron las tendencias de siete artistas que compartieron un mismo fundamento creativo con obras desarrolladas y expresadas en diversos medios y técnicas de las artes visuales. Ana María Olalde, Arturo Quintero, Jesús Guerrero, Jesús Matheus, Joel Casique, Luis Miguel Muñoz y José Luis Velandia fueron los encargados de conformar una nueva interpretación de la geometría, enriquecida por los avances tecnológicos actuales.

Para finalizar la programación 2010 desde el 15 de octubre hasta el 12 de diciembre, con la exposición **"Ingenio en Juego"** se ofreció a los asistentes un ambiente donde los sentimientos universales del jugar sirvieron de unión entre creadores y público en una conexión estrecha a través del espíritu de gozo del ser humano, con una original muestra que contó con obras de diez creadores quienes, desde puntos de vista y oficios diversos, se han abocado a la producción de juguetes.

Las obras de los artistas plásticos: Jorge Salas, Isabel Cisneros, Julio Pacheco y Ana Isabel Reyna; así como de los artesanos: Mario Colombo, Carlos Leal de San Martín, Helbert Molinary, Humberto Rivas, Mario Calderón y Jean Pierre Le Corvec compartieron un lugar donde el ingenio se pone en juego para mostrar, desde individualidades, fantasías de naturaleza lúdica, con obras elaboradas con pasión manifiesta, mediante oficios de manufactura impecable.

Como parte de la programación especial enmarcada en estas tres exposiciones, se realizaron una serie de actividades complementarias gratuitas tanto para niños, como para adultos, dirigidas no sólo a los empleados y a su núcleo familiar sino también a la comunidad en general.

Exposición	Duración	Número de visitantes
Braulio Salazar, poética y color. Museo Quinta La Isabela / Valencia	24 de marzo al 26 de junio	5.560 personas
Geometrías	14 de abril al 30 de mayo	854 personas
Ingenio en juego	14 de octubre al 12 de diciembre	1.134 personas

Adicionalmente a la exposiciones, la Fundación Banco Provincial, participó nuevamente en la Feria Iberoamericana de Arte en su vigésima novena edición, celebrada el pasado mes de junio, en la cual se fomentó la reunión de diferentes galerías nacionales e internacionales, recreando un punto de encuentro para la reflexión sobre el acontecer cultural del mundo de hoy, lo que ha alcanzado trascendencia en el país e internacionalmente, reforzando aún más el compromiso con la promoción y la difusión de la cultura.

Publicación infantil "Árboles para Cuidar"

Dándole continuidad al enfoque dirigido desde el año 2009, la Fundación Banco Provincial, como un aporte a la educación ambiental, publicó el libro **"Árboles para cuidar"**, publicación dirigida a los niños y jóvenes, que constituye una invitación a mirar, conocer, cuidar y proteger en familia, algunos árboles autóctonos del país, con la finalidad de estimular un verdadero aprecio hacia las especies botánicas y de contribuir a crear una conciencia ecológica en las nuevas generaciones de venezolanos.

El libro contiene la descripción de 13 árboles seleccionados e investigados por la autora María Elena Maggi y las ilustraciones de Carmen Salvador, con el cual se busca despertar el interés en los lectores hacia la preservación del medio ambiente, envolverlos en el fascinante mundo vegetal para acabar con la indiferencia ante la maravilla que brinda la naturaleza con tan indispensables seres vivos.

El papel utilizado en **"Árboles para cuidar"** y su respectivo sobre, proviene de un molino certificado por la FSC (Forest Stewardship Council) que garantiza la explotación y administración responsable de los bosques, el respeto al ecosistema, así como a los derechos y beneficios de las comunidades.

Iniciativas de Acción Social

En el año 2010 se realizaron aportes dirigidos a diversas instituciones responsables del desarrollo de importantes proyectos en materia social:

- **Solidaridad con los afectados por las lluvias:** Colaboración destinada a las familias afectadas por las lluvias ocurridas en Venezuela en el último trimestre del año. Para ello, la Fundación Banco Provincial realizó un aporte de Bs. 600 mil.
  De este monto global, Bs. 150 mil correspondieron al monto dado a un fondo creado a través de la Asociación Bancaria de Venezuela (ABV), mientras que Bs. 450 mil, fueron orientados a apoyar la labor realizada por la Asociación Civil Cáritas de Venezuela para ayudar a las miles de personas que en todo el país se vieron afectadas por esta contingencia natural.

A fin de ampliar el alcance de esta ayuda humanitaria, se invitó a empleados, clientes y relacionados a sumarse a esta noble causa realizando sus aportes en la cuenta ABV Solidaridad, No. 0108-0027-71-0100768183.

- **Acción solidaria con Haití:** Con el objetivo de brindar apoyo a los niños y familias afectadas por el terremoto ocurrido en febrero de 2010 en ese país, la Fundación Banco Provincial, conjuntamente con Fe y Alegría, inició una campaña de recolección de fondos cuya contribución inicial la realizó la Fundación con un donativo de Bs. 200.000,00. Esta cifra, logró multiplicarse por la valiosa y activa participación de los empleados del Banco, clientes y demás relacionados logrando llegar a la suma de Bs. 1.083.109,73. Estos recursos contribuirán con la reconstrucción y mejora de la infraestructura física de las escuelas ubicadas en las regiones de Balam y Ouanamente, a las cuales asisten 1.600 niños y niñas en educación formal, con edades comprendidas entes los 3 y 10 años de edad, así como los refugios creados con capacidad para 40 personas cada uno y que atiende, en total, cerca de 800 jóvenes a quienes se imparte formación técnica en electricidad, electrónica, carpintería, mecánica, automotriz, plomería, albañilería y cocina.

- **Donativo Unamos al mundo por la vida**. Esta asociación civil, a través de su principal programa social, "Colmena de la Vida", brinda atención integral a los niños, niñas y adolescentes en situación de riesgo.

- **Donativo Fundaupel.** Esta fundación ejecuta un proyecto de formación de docentes promotores de la lectura y de la escritura a través de metodologías presencial y a distancia.

- **Donativo Propuesta Educativa Lasallista.** Se trata de un programa de formación dirigido a la población de los centros La Salle en Venezuela, abierta a todas aquellas instituciones educativas que deseen ponerla en práctica en sus planteles.

- **Donativo Avepane.** Asociación venezolana pionera en la educación especial y formación ocupacional de niños, jóvenes y adultos con discapacidad intelectual. En su 51 aniversario recaudó fondos para invertir en los programas ya operativos y en la puesta en marcha del Centro Profesional para el Desarrollo.

- **Donativo Fe y Alegría y Avec.** Se brindó apoyo a ambas instituciones, aliadas estratégicas en el Programa Becas de Integración, para llevar a cabo sus Asambleas Anuales: "Calidad de la Educación Popular" y "Educación Católica, Calidad y Profecía", respectivamente.

- **Patrocinio Carrera Unicef por el Buen Trato.** Este evento recaudó fondos para continuar con el programa "Más protección, menos violencia" para los niños, niñas y adolescentes de Venezuela". Unicef es una organización dedicada a la infancia, con más de 60 años de experiencia en el mundo y 18 años en Venezuela con el fin de garantizar que niñas, niños y adolescentes cuenten con las oportunidades que hacen posible su desarrollo pleno y el logro de la equidad social, de género y étnica.

- **Patrocinio II Festival de la Lectura de Chacao 2010.** Iniciativa organizada por la Cámara Venezolana del Libro (Cavelibro), la Alcaldía de Chacao y la Embajada de España en Venezuela. Contó con una gran variedad de actividades promocionales de la lectura, entre ellas la labor educativa que viene desarrollando la Fundación Banco Provincial a través de sus publicaciones infantiles y los programas educativos Becas de Integración y Papagayo.

En el marco del objetivo de promover la gestión y el impacto de la Responsabilidad Social Corporativa en Venezuela, la Institución apoyó diversos eventos organizados por el Comité de Alianza Social y la Cámara Venezolano – Americana de Industria y Comercio (Venamcham):

- **Perspectivas Sociales 2010 "Un nuevo contrato social"**, evento que contó con las ponencias de invitados nacionales e internacionales y que sirvió de ventana y laboratorio de ideas sobre cómo hacer realidad un nuevo contrato social en el país, haciendo referencia a la necesidad de crear un modelo propio de Responsabilidad Social.

- **X Simposio de Responsabilidad Social Empresarial**, Jornada en la cual ponentes nacionales e internacionales expusieron, bajo el lema "Corresponsabilidad Social, una vía para el bienestar de todos" cuyo objetivo principal fue contribuir con la construcción de un nuevo contrato social para Venezuela.

- **Libro Responsabilidad Social Empresarial, Visiones Complementarias, hacia un modelaje social**, el cual es una compilación realizada por Víctor Guedez, experto nacional e internacional del área, la cual recoge información de 65 autores que aportaron diversos enfoques para ayudar a comprender la Responsabilidad Social Empresarial y lo que significa ser una Empresa Socialmente Responsable.

Ruta Quetzal BBVA

Ruta Quetzal BBVA es un programa auspiciado por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España y patrocinado por BBVA. Se trata de una iniciativa en la que se mezclan cultura y aventura, gracias a la cual, y a lo largo de treinta 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.

En 2010 se llevó a cabo la expedición denominada "**El Misterio de los Caminos Blancos Mayas**". Los estudiantes que representaron a Venezuela en esta edición de Ruta Quetzal BBVA fueron: Andrés Medrano de la U.E. Leonardo José Ferrer Medina del Estado Zulia, con el trabajo plástico "Kasan Kukulcán. Construyendo Chichén Itzá"; Isabel López, alumna del Instituto Andes, quien presentó la creación literaria "Diario del Camino de las Estrellas; Maximiliano Oliveras estudiante del Instituto Cumbres, quien concursó con un trabajo plástico denominado "Xiinbal Beel"; y Cindy Samudio, alumna de la U.E Colegio Madre Emilia presentando el trabajo histórico "Galicia, su evolución y su arte".

En el último trimestre de 2010, se anunció la convocatoria al concurso externo para Ruta Quetzal BBVA 2011: "**La Aventura de Martínez Compañón en Perú. Del Desierto Moche a la Selva Amazónica**¨, en la cual tres estudiantes venezolanos nacidos en los años 1994 ó 1995 y con pasaporte vigente podrán ser parte de esta gran aventura.

Club Social y Deportivo

A fin de apoyar y beneficiar a diversas instituciones sin fines de lucro con las cuales interrelaciona, el Club Social y Deportivo Provincial, ofreció sus instalaciones para la realización de diversas actividades deportivas y recreativas, con las cuales se beneficiaron, en 2010, cerca de 900 personas de sectores de bajos recursos, entre ellas 548 niños y niñas:

- **Academia de Beisbol Menor "Luis Camaleón García:** El campo de Softbol sirvió de sede para la realización de prácticas y juegos semanales durante el año 2010. La población beneficiada se estima en un total de 75 niños. También se dispuso de salones para fichaje de peloteros y un aporte monetario como contribución para la compra de material deportivo.

- **Asociación Civil Parroquia y Centros Juveniles Salesiano, Parroquia San Juan Bosco Altamira y Escuela Técnica Popular Maria Auxiliadora:** El Club recibió a 200 jóvenes residentes en zonas de bajos recursos, a fin de brindarles la posibilidad de un día de recreación.

- **Club de Abuelos Guadalupe Borges, de Ruiz Pineda - Guarenas - FUNBISIAM:** Encuentro recreativo que tuvo como protagonistas a unas 80 personas de la tercera edad, bajo coordinación de la Alcaldía de Baruta.

- **Proyecto Educativo Victoria Díaz:** En la temporada vacacional, se brindó apoyo a la Institución Teresiana que dirige el Proyecto Educativo Victoria Díaz, el cual recibe de forma gratuita a los niños de bajos recursos residentes de los sectores populares de la Parroquia San Bernardino, ofreciendo alternativas de recreación y formación moral cristiana. Con esta gestión se beneficiaron 45 niños.

- **Centro de Atención Integral Juana Ramírez la Avanzadora - Fundación Misión Negra Hipólita:** Se recibió a un grupo de 13 personas en apoyo al programa de reinserción social de mujeres en situación de calle, visita en la cual se les facilitó información y estrategias para formar parte de la sociedad productiva.

- **Preescolar Padre Eugenio - Campo Rico Petare:** Encuentro recreativo con motivo de la celebración de la semana de la educación inicial, al que asistieron 96 niños de bajos recursos de la citada unidad educativa ubicada en Petare, a quienes se brindó un momento de sano esparcimiento.

- **Unidad Educativa Estadal "Tito Cardozo":** Se ofreció un día de recreación a 50 niños de este centro educativo, desde la etapa inicial y hasta segundo grado.

- **Centro de Apoyo Psicoeducativo:** Encuentro recreativo en el que participaron 20 niños de bajos recursos económicos y con dificultad de aprendizaje, como premio motivacional por rendimiento académico.

- **Cámara de Comercio de Guarenas:** Se cedieron los espacios recreativos a 40 niños habitantes de los sectores el Tamarindo, la Guairita y 27 de Febrero, ubicados en la Carretera Vieja de Guarenas.

- **Entidad de Atención la Nana Matea:** Préstamo de las instalaciones a 20 niños y el personal técnico para encuentro recreativo del programa "Niños en situación de resguardo" (separados de su hogar de forma provisional), a fin de brindarles apoyo psicológico, educativo, recreativo y afectivo.

- **Fundación Amigos con Chagas – Fundachagas:** préstamo de espacios recreativos a 146 niños afectados por el mal de Chagas.

- **Iglesia Avivamiento Emmanuel para las Naciones:** uso de las instalaciones por parte de 46 niños pertenecientes a la Escuela Bíblica de la Iglesia Avivamiento Emmanuel para las Naciones, ubicada en Guarenas. Como apoyo al programa social de recreación y sano esparcimiento que promueve esta organización.

- **Liga Popular de Beisbol Menor "Fabián Monsalve":** En la sede del Club se realizó la entrega de reconocimientos por desempeño, a 40 niños de las categorías de semillita y preparatorio de la Liga de Beisbol Menor.

Acciones emprendidas por Caempro

Campaña "Quiero una sonrisa en Navidad"

Labor social que inició la Caja de Ahorros de los Trabajadores de la Organización Provincial (CAEMPRO), en diciembre del año 2007. Se trata de una campaña de recolección de juguetes entre los integrantes de esta asociación, para luego ser entregados a niños y niñas pertenecientes a comunidades de escasos recursos.

Esta acción social, aparte de sensibilizar a los empleados de Banco Provincial sobre el aporte que pueden dar a sectores necesitados de la población, persigue afianzar el sentido de pertenecía y compañerismo entre ellos, al promover la participación en la campaña y una sana competencia centrada en el incremento del número de juguetes donados cada año.

La visión de la campaña, es recorrer anualmente diferentes estados del país, haciendo presencia con los juguetes recibidos. Las entregas en cada ciudad seleccionada, se hacen con la asistencia de asociados de la zona, dejando en ellos la satisfacción del deber cumplido y el compromiso a que la labor crezca cada año.

En la campaña de 2010, se logró recolectar un total de 1.655 juguetes entre los empleados asociados a Caempro así como de clientes patrocinadores provenientes de 17 estados del país, superando la meta prevista. En el marco de esta iniciativa se visitaros los estados Anzoátegui, Mérida y Falcón, concretando la entrega de estos juguetes a niños y niñas de los sectores menos favorecidos.

"**Quiero una sonrisa en esta navidad**" ha recorrido sectores populares del Distrito Capital y de los estados Miranda, Vargas, Táchira, Sucre, Mérida, Anzoátegui y Falcón, donando en nombre de los asociados de la caja de ahorros, en cuatro años, 4.920 juguetes.

Acción Social con Río Grande

En el mes de julio, se realizó una campaña interna entre los asociados de la Caja de Ahorros a fin de fomentar la solidaridad y el apoyo hacia la solicitud de la Asociación Civil Río Grande, la cual requería ropa, calzado y utensilios varios para distribuir entre comunidades de bajos recursos de Guarenas y Guatire. En agosto, se le hizo entrega a la Asociación Civil Rio, de los artículos recaudados entre los asociados de la Caja de Ahorros, siendo un éxito total la participación de todos.

Inversión en Programas e Iniciativas de Acción Social 2010	
AREA / PROYECTO	APORTACION MONETARIA (Bs.)
Educación - Programa Becas de Integración Niños Adelante	7.026.570,00
Educación - Resto de Programas	2.207.971,00
Acción social y ayuda humanitaria	1.135.766,50
Cultura y deportes	713.501,35
Salud y Medio Ambiente	539.765,75
Otros campos (Promoción y publicidad programas sociales)	2.429.565,40
TOTAL	14.053.140,00

Compromisos de Banco Provincial. Pacto Mundial

Como está claramente expresado en el Código de Conducta de la Institución, el respeto a la dignidad de las personas y a los derechos que les son inherentes constituye un requisito indispensable de actuación que Banco Provincial asocia a su objetivo de favorecer y de preservar el bienestar del entorno social en el que desarrolla su actividad.

Banco Provincial está comprometido con la aplicación del contenido de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con el de otros convenios y tratados de organismos internacionales tales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y la Organización Internacional del Trabajo.

Como entidad que forma parte del Grupo BBVA, Banco Provincial continuó adelantando en 2010 una serie de acciones voluntarias, a través de las cuales evidencia su compromiso con la incorporación de los principios del Pacto Mundial en su estrategia corporativa.

BBVA se adhirió al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en el año 2002. Este Pacto, considerado como la mayor iniciativa multisectorial orientada a promover la responsabilidad empresarial, promueve el compromiso social de las empresas a través de diez principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.

Deloitte.

Lara Marambio & Asociados
Rif: J-00327665-0
Torre Corp Banca, piso 21
Av. Blandín, La Castellana
Caracas 1060 - Venezuela

Tlf: + 58 (212) 206 8500
Fax: + 58 (212) 206 8540
www.deloitte.com/ve

Informe de Revisión Independiente

Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2010 de Banco Provincial, S.A. Banco Universal

Alcance de nuestro trabajo

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

- La adaptación de los contenidos del IARC a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versió 3.0 (G3), así como los indicadores centrales propuestos en dicha guía.
- La información proporcionada sobre los progresos en las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2010.

Estándares y procesos de verificación

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

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

- Reuniones con el personal del Banco Provincial, S.A. Banco Universal para conocer los principios, sistemas y enfoque de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IARC 2010.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2010 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 materiale 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 2010 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Banco Provincial, S.A. Banco Universal.

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

- La preparación del IARC 2010, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Sub Unidad de Comunicaciones Externas y Responsabilidad Corporativa del Banco Provincial, S.A. Banco Universal, el cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados a nuestra revisión.
- El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada también es menor por lo que el presente informe no puede entenderse como un informe de auditoría.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Banco Provincial, S.A. Banco Universal de acuerdo con los términos de nuestra Propuesta. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos de la Dirección de Banco Provincial, S.A Banco Universal.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusiones

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

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IARC 2010 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada sobre los progresos de las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2010 contenga errores significativos.

Recomendaciones

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

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

Lic. Manuel Rojas T.
Socio de Auditoría

Caracas, 22 de febrero de 2011

Criterios del Informe

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

A fin de mantener una comunicación oportuna y transparente con sus diversos públicos de interés, en torno a los asuntos relevantes que desarrolla en la materia, Banco Provincial publica desde 2006 su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.

A tales efectos, el documento correspondiente al ejercicio 2010, refleja las políticas, los programas y las principales acciones llevadas a cabo en el marco del compromiso de la Institución con la promoción del desarrollo de la sociedad en su conjunto destacando, en el período recién finalizado, la consolidación y la mejora en aspectos fundamentales, tales como:

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

En 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 del Global Reporting Iniciative (GRI) (versión 3.0) .

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

Referencias básicas y estándares internacionales

Para la elaboración de este reporte, se han respetado los principios y requisitos de *Global Reporting Iniciative* (GRI),

Asimismo, 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 2010 y Objetivos 2011, 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.

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

Indicadores GRI

PERFIL

1. Estrategia y análisis **Páginas**

1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia. 2

1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades. 9-12

2. Perfil de la organización

2.1 Nombre de la organización. 4

2.2 Principales marcas, productos y/o servicios. 27-31

2.3 Estructura operativa de la organización. 6

2.4 Localización de la sede principal de la organización. 68

2.5 Número de estados en los que opera la organización. 6

2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. 4-6

2.7 Mercados servidos. 6

2.8 Dimensiones de la organización informante. 4-6

2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización 4-6

2.10 Premios y distinciones recibidos durante el período informativo. 10

3. Parámetros de la memoria

PERFIL DE LA MEMORIA

3.1 Período cubierto por la información contenida en la memoria. 2, 53

3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere). 58

3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.). 53

3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido. 68

ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA

3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria. 53

3.6 Cobertura de la memoria. 2, 53

3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura. 2, 4, 53

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. 53

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. 53

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. 53

3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria. 2, 53

ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI

3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria. 1, 54-56

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. 51-52

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

GOBIERNO

4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. 4, 6, 9-13

4.2 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. 14-19

4.3 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental). 10, 32

4.4 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación. 8-12

4.5 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares

acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios. 10-12, 19

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. 18-19 / 44-49

4.8 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya. 47-50

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.9 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido. 2, 14-19

4.10 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. 14-19

4.11 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés. 14-19

4.12 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria. 14-19

ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES

Dimensión Económica — Páginas

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

Desempeño económico

EC1. Valor económico generado y distribuido. 13

EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático. 42-43

EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. 35-37

Presencia en el mercado

EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. 41-42

EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. 31-32

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. 23-43

Dimensión Ambiental (1)

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

Materiales

EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen. 42-43

EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados. 42-43

Energía

EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. 42-43

EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. 42-43

AGUA

EN8. Captación total de agua por fuentes. 42-43

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. 43

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. 42-43

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. 19

Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (2)

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN

Empleo

LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo y por contrato. 31-32

LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados desglosados por grupos de edad y sexo. 31-32

Relaciones Empresa/Trabajadores

LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo 38

LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. 38

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. 39-40

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. 39-40

Formación y Educación

LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado. 33

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. 32

LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. 31-32

Dimensión Social: Derechos Humanos: (3)

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN

Prácticas de inversión y aprovisionamientos

HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. 23-24

HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia. 41-42

No discriminación

HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas no adoptadas. 18

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. 18,38

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. 50

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. 50

Dimensión Social: Sociedad (4)

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

Comunidad

SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida. 8-10 / 44

Corrupción

SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. 24-25

SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización. 29-30 / 32-33

SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción. 29-30

Política Pública

SO5. Posición en la políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”. 18

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. 18

Dimensión Social: Responsabilidad de producto (5)

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

Salud y seguridad del cliente

PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categoría de productos y servicios significativos sujetos. 23-30

Etiquetado de productos y servicios

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

Comunicaciones de marketing

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

Cumplimiento normativo

PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de productos y servicios de la organización. 18

LEYENDA

IA Informe Anual 2010

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

* Justificación de la no inclusión de los siguientes indicadores principales de GRI en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2010

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

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

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

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

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

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

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

Progresos 2010 y Objetivos 2011

	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2010	OBJETIVOS 2011
PRINCIPIOS Y POLITICAS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	Avanzar en la integración de la política de RC en la estrategia general y en las áreas de negocio y apoyo del Banco.	Seguimiento de las líneas de trabajo local en base a la Política de RSC corporativa, y de acuerdo al modelo de gestión de RC.	Consolidar el Plan estratégico de RC del Banco a través del impulso de los programas en marcha y de la revisión de posibles nuevos proyectos, de acuerdo a las propuestas que resultaron del Taller de Reflexión realizado a finales de 2010.
		Impulso y crecimiento de la gestión de informativa e indicadores de los programas en materia de RC.	Potenciar la promoción de los programas de Responsabilidad Social, en medios de comunicación masivos.
		Realización de dos talleres "Reflexión de la RC en la estrategia del Negocio", con la participación del Comité de Dirección del Banco y directores de áreas clave en esta materia, bajo el lineamiento corporativo.	
		Se obtuvieron premios y reconocimientos de medios de comunicación e instituciones públicas, en relación a los programas de Responsabilidad Social Corporativa.	
		Se mantuvo la promoción de la RC por medio de la participación en eventos, medios tradicionales y medios alternativos.	
		Desarrollo de la herramienta de Riesgo Reputacional local, con la participación de diversas áreas del Banco.	Aprobar el contenido de la herramienta que mide el Riesgo Reputacional.
	Impulsar la transversalidad de la gestión de RC a través del Comité de RC.	Se mantuvo la realización del Comité de RC, con una periodicidad trimestral (4 reuniones) y abordando temas de todas las áreas de negocio y de apoyo.	Mantener la realización del Comité de RC, realizando reuniones cuatrimestrales, previstas para marzo, julio y noviembre, a fin de impulsar el desarrollo de las líneas de trabajo propuestas en el Comité.
		Se analizaron resultados de diversos estudios de opinión externos e internos correspondientes a los diversos grupos de interés.	Propiciar una mayor participación de las áreas de apoyo y de negocio en la presentación y evaluación de sus proyectos de RC en este Comité.
		Se hizo seguimiento a las diversas líneas de acción desarrolladas por las áreas en materia de RC, haciendo énfasis en sus resultados, impacto y puntos de mejora.	

	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2010	OBJETIVOS 2011
			Difusión periódica, a través de los canales internos, de información relacionada con la gestión y los avances registrados en el marco del Comité RRC.
	Posicionamiento a nivel local como una de las empresas de referencia en el tema de RC.	Participación en ediciones especiales sobre RC en revistas y periódicos locales.	Lanzamiento de campaña publicitaria sobre el programa Becas de Integración Niños adelante. Mantener la participación en ediciones especiales sobre el tema.
		Participación en eventos y alianzas con instituciones sociales como Unicef y otras Organizaciones de Desarrollo Social de alto impacto en el país.	Promover la presencia de la institución en eventos de referencia en materia de RC.
		Postulación al ranking de sostenibilidad de la Revista Latin Finance.	Participación en estudios y encuestas sobre el aporte de la empresa privada en tema de RC. Postulación a premios y reconocimientos.
		Patrocinio de eventos de referencia en materia de RC y participación en directorios especializados del sector.	Incursionar en nuevos medios con temas de RC.
	Desarrollo del Informe de RC, como forma de comunicar a los grupos de interés, la gestión desarrollada en materia de RC.	Edición del 4to. Informe de Responsabilidad Corporativa de 2009, manteniendo la calificación B+ avalada por la firma auditora Deloitte.	Publicación del 5to. Informe de Responsabilidad Corporativa de 2010, incluyendo el informe de revisión independiente de la firma auditora Deloitte.
		Publicación del IARC 2009 bajo formato de un resumen ejecutivo con la versión completa incorporada en CD, a fin de contribuir con el ahorro de recursos en materia de gestión medioambiental.	Publicación del IARC 2010 con utilización de papel certificado FSC.
		Se realizó difusión del contenido del informe en los canales internos y en la internet para los diversos grupos de interés.	Favorecer canales de comunicación con los grupos de interés con respecto a la gestión desarrollada en la materia.
		Se propició un mayor compromiso de las áreas en cuanto a su rol en la elaboración del informe	Avanzar en los puntos de mejora surgidos de la Auditoría de Deloitte.
GRUPOS DE INTERÉS	Mejorar la medición de los grupos de interés centrado en el Informe de RC y en la gestión de RC.	Realización del Reptrack	Continuar con el proceso de consulta.
	Ampliar los canales de comunicación con los diversos grupos de interés.	Continuidad en la difusión del Informe de RC 2009, para el público en general a través de la página WEB del Banco y de la intranet local para empleados.	Hacer seguimiento a las acciones de comunicación, y los procesos de diálogo y escucha con los grupos de interés, e impulsar nuevas estrategias de comunicación a fin de integrar sus expectativas en la gestión del negocio.

	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2010	OBJETIVOS 2011
		Continuidad y mejora de la política de comunicación con los empleados desde RRHH. Realización de la Encuesta de Reputación Interna y la Encuesta de Satisfacción de los empleados. Desarrollo de estudios de mercado, por parte de la Unidad de Inteligencia Comercial, para ofrecer una mejor calidad de atención a los clientes. Mantenimiento de la gestión en la Oficina de Atención al Accionista	Presentación del IARC 2010 en la Asamblea de Accionistas (Marzo 2011)
	Facilitar la colaboración de los empleados, proveedores y clientes en las líneas de compromiso social del Banco.	Desarrollo e impulso del Programa de Voluntariado Corporativo, a través de empleados que participan en actividades del Programa Becas de Integración y el Programa Papagayo. Edición de una publicación infantil que promociona el conocimiento y concientización del medio ambiente, dirigida a hijos de empleados, alumnos participantes en los programas educativos e instituciones promotoras de la lectura. Promoción de acciones de apoyo entre empleados, clientes, proveedores y público en general sobre situaciones nacionales e internacionales que requerían de Ayuda Humanitaria.	Continuar generando líneas de acción para integrar a clientes, proveedores y público en general. Generar alianzas con Organizaciones de Desarrollo Social y otras Fundaciones en el desarrollo de proyectos de permitan ampliar la divulgación y mayor alcance social. Fomentar la integración de programas en marcha en los medios digitales y redes sociales.
ORIENTACIÓN AL CLIENTE	Mejorar el nivel de satisfacción de los clientes.	Se integraron las acciones de Transformación y Crecimiento con el Plan de Diferenciación del Grupo BBVA y con BBVAx3, con prioridad en: - Calidad: Descongestión de Oficinas y Descongestión Comercial, antifraude y servicing. - Procesos: Implantación del Workflow con mejoras basadas en el archivo documental de las oficinas. -Eficiencia: trabajo basado en mayor eficiencia y mejores costes. Se avanzó en el desarrollo del Proyecto Chip Card, para mayor protección del fraude con tarjetas.	Consolidar los Planes de Transformación iniciados, basado en los planes de Transformación y Crecimiento, dirigidos a mejorar los procesos claves con clientes y los niveles de eficiencia. Realización de mejoras del Workflow (sistema de digitalización de documentos).

	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2010	OBJETIVOS 2011
		Mejoras en los sistemas de gestión de reclamos a fin de acortar tiempo de respuesta.	Seguir impulsando mejoras en la gestión de reclamaciones. Integración de la nueva figura del Defensor del Cliente.
		Impulso al servicio de domiciliación de pagos, en apoyo al plan de descongestión de oficinas.	Optimización de procesos con la modernización de Operaciones.
		Incorporación de nuevos cajeros multifuncionales y modernización de sucursales.	
		Lanzamiento y puesta en marcha de la Tarjeta de Coordenadas para mayor protección en las transacciones electrónicas.	Impulsar la prevención del fraude a través de los canales y campañas comunicacionales.
		Se mantuvo la información oportuna al cliente a través del Provitexto Alertas/ Alertas SMS.	
	Mejorar la accesibilidad de los servicios financieros a todos los colectivos.	Mayor impulso e inversión de los Canales Electrónicos, en la mejora de la plataforma de servicios para facilitar la migración de transacciones, la gestión de actualización de datos y la seguridad de los clientes.	Mantener con la mayor calidad de servicio los canales no presenciales. Promover la relación con clientes o potenciales en diversos segmentos de valor, a través del Canal de Venta Directa.
		Avances en la creación de nuevas Zonas Express e incorporación de novedosas funcionalidades.	Impulso en el uso de las Zonas Express en las Oficinas.
		Nuevo Provinet personas.	Incorporación de nuevas funcionalidades en canales electrónicos.
	Desarrollar productos y servicios para colectivos con necesidades especiales.	Promoción y mejoras al Sistema Biométrico a través de los cajeros multiexpress, para el cobro de las pensiones del Seguro Social.	Desarrollar otras iniciativas que abarquen otros colectivos.
		Creación del Puesto de Atención Integral en 295 oficinas, destinado a personas con discapacidad, de la tercera edad y mujeres embarazadas.	Instalación del Puesto de Atención Integral en nuevas oficinas.
FINANZAS RESPONSABLES	Mejorar el modelo para la Prevención de Legitimación de Capitales y el Financiamiento de actividades terroristas.	Formación de 18 personas especializadas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas.	Proseguir con la mejora continua y con avances en esta materia.
		Participantes en actividades formativas en materia de prevención de legitimación de capitales: 2.570 en 2010.	
		Mejora continua de los sistemas de filtro y monitorización empleados.	

	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2010	OBJETIVOS 2011
		Continuación del proceso de mejoras en materia de gestión de riesgos. Incorporación de política de financiamiento para el sector defensa.	
INCLUSION FINANCIERA	Desarrollar productos y servicios innovadores que atiendan las necesidades de los clientes y eleven su calidad de vida, y que permitan la incorporación de nuevos segmentos.	Financiamientos a sectores prioritarios a través de las carteras dirigidas. Nuevos planes de nómina, para la oferta de nuevos beneficios a este colectivo.	Promover nuevos productos y servicios que abarquen otros colectivos. Proseguir con la mejoras y con los avances en esta materia.
RECURSOS HUMANOS	Mejorar la valoración de la institución en la Encuesta de satisfacción del empleado que realiza BBVA.	Se realizó la Encuesta de Satisfacción del empleado, con resultados positivos en el Banco para 2010.	Continuar con mejoras en este tema y la aplicación de la encuesta de clima laboral a nivel corporativo cada dos años.
	Impulsar iniciativas para la conciliación de la vida familiar y laboral.	Se avanzó en la implantación de diversas iniciativas desde Pasión por las Personas y apoyadas en el plan de Calidad de RRHH.	Continuar con el desarrollo de iniciativas que impulsen el Plan Calidad de Vida.
	Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados.	Se mantuvo la Política de Promoción, basada en los principios de igualdad de oportunidades y meritocracia. Se continúo el desarrollo del 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: fortalecimiento del beneficio Tickets de Alimentación, Planes Vacacionales, nuevo beneficio hipotecario, entre otros.	Proseguir el impulso de iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados.
COMPRAS RESPONSABLES	Continuar con el proceso de homologación con los proveedores.	Actualización del proceso de homologación e incorporación de nuevos proveedores.	Continuar y mantener esta acción en el proceso de homologación.
	Gestión Outsoursing.	Standarización de las políticas para la contratación de servicios de terceros.	Proseguir con los avances en este tema.
	Herramientas de gestión y aprovisionamiento.	Impulso a la herramienta Adquira, orientada a la transparencia y accesibilidad en los procesos de negociación.	Proseguir con los avances en este tema.
	Difundir el Pacto Mundial de las Naciones Unidas entre los proveedores.	No hubo avances en esta materia.	Proseguir con los avances en este tema.
	Desarrollar iniciativas de proyectos sociales con proveedores.	No se han producido avances significativos.	Definir un plan para involucrar a los principales proveedores en los proyectos sociales del Banco.

	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2010	OBJETIVOS 2011
MEDIOAMBIENTE	Reducir los impactos ambientales directos.	Mejoras en gestión ambiental, con acciones que impulsaron la reducción del consumo de electricidad, agua y papel entre otros indicadores. Desarrollo permanente de campañas de comunicación interna y sensibilización a la plantilla en materia de reducción del consumo de recursos y conservación del medioambiente.	Proseguir con las mejoras en base a las necesidades locales.
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	Consolidar el desarrollo del Programa Becas de Integración/ Niños Adelante.	Se mantuvo comunicación escrita y telefónica para notificación de asignación de las becas, abonos de mensualidades y casos especiales de orientación y control de las becas Se realizó una encuesta telefónica a una muestra de padres y representantes y un grupo de ex becarios, a fin de determinar el grado de satisfacción con el programa y la situación de los ex becarios con respecto a la continuidad de sus estudios. Se realizó una prueba piloto con 14 escuelas del "Taller de Economía Personal", para los estudiantes becados con el fin de impulsar la educación financiera, en alianza con institución Jòvenes Emprendedores y el apoyo del Voluntariado Corporativo. Se ejecutaron los aportes económicos estimados de las becas para el año: Inscripción, útiles, uniformes, mensualidades de septiembre, octubre, noviembre y diciembre, con su respectivo seguimiento. Se migraron al aplicativo los reportes de escolaridad para el seguimiento de las becas de los tres lapsos académicos.	Mantener el beneficio de la beca a 4.500 estudiante y el porcentaje de estudiantes graduados de bachilleres anualmente. Fomentar el estímulo a los estudiantes en la consecución de sus estudios a través del Voluntariado Corporativo. Fortalecer la comunicación con los coordinadores de las becas en los colegios beneficiarios. Continuar con las mejoras necesarias al aplicativo para el seguimiento de las becas. Impulsar una campaña de comunicación sostenida para el público interno y externo. Desarrollar un programa de emprendimiento, apoyando a un grupo de becarios actuales en la continuidad de sus estudios superiores y ofrecerles herramientas para que se conviertan en emprendedores sociales.
	Continuidad del Programa Papagayo	Se realizaron 13 Talleres de Formación Docente. Se incorporó un sistema de seguimiento a través de la red social facebook y mediante un blog. Se formaron en la didáctica de Papagayo 174 docentes.	Continuar con la realización de talleres de formación docente presenciales y reforzar el seguimiento a distancia a través de las redes sociales a fin de crear mayor comunidad alrededor del programa.

	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2010	OBJETIVOS 2011
		Se beneficiaron 4.752 niñas y niños de 6to grado de Educación Primaria Se entregaron premios a 13 alumnos y 13 docentes ganadores estadales del Concurso de Creación Literaria y las becas a los ganadores nacionales.	Promover la cultura del mérito para los escolares y docentes destacados a través de un sistema de premiación del Concurso de Creación Literaria.
		Se entregaron 1.000 libros de literatura infantil y juvenil para las bibliotecas de las escuelas ganadoras del Concurso de Creación Literaria.	Dotar con 1.000 libros de literatura infantil y juvenil, a bibliotecas de escuelas ganadoras del Concurso. Continuidad de becas para estudios de bachillerato de los ganadores del Concurso a nivel nacional
	Implementación del programa de voluntariado corporativo.	Consolidación de una red de 124 voluntarios que apoyaron la realización de los diversos programas educativos: Papagayo, Becas de Integración/ Niños Adelante y talleres de Economía Personal para un grupo piloto de los becarios.	Mantenimiento de la red de voluntarios, cumpliendo una labor que apoye al banco en el desarrollo de sus Programas de Responsabilidad Social. Fomentar oportunidades de diálogo entre los tutores voluntarios y los alumnos del Programa Becas de Integración, para estimular la visión de futuro en los estudiantes. Fortalecer el contacto con los Directores de los centros educativos, para establecer las mejoras necesarias en el seguimiento del Programa Becas de Integración. Apoyar en los talleres de Formación Docente y entrega de premios del Programa Papagayo.
	Mejorar la valoración de los impactos de las políticas de compromiso con la sociedad, a través de las actividades culturales y sociales.	Exposición **GEOMETRIAS** / Abril – Mayo Actividades complementarias : 3 Exposición **INGENIO EN JUEGO** / Octubre – Diciembre Actividades complementarias: 2 Se itineró la Exposición **Braulio Salazar, poética y color**, al interior del país, en alianza con la Gobernación del Estado Carabobo / Marzo - Junio Actividades Complementarias: 5.	Continuar con los proyectos expositivos en la Sala de la Fundación Banco Provincial y potenciar las actividades complementarias en el marco de cada exposición. Realizar una exposición en el interior del país. Participar en patrocinios culturales / sociales a favor de las comunidades y a la proyección de la imagen y reputación de la Fundación y del Banco.

	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2010	OBJETIVOS 2011
		Se incrementó la participación de público en las actividades especiales en el marco de las exposiciones, especialmente por parte de los empleados del Banco. Se otorgaron aportes a instituciones que promueven acciones de educación, cultura, salud y asistencia social en Venezuela. Se publicó el libro infantil **Árboles para cuidar,** en apoyo a la preservación del medio ambiente.	Apoyar a instituciones de trayectoria reconocida que desarrollen programas de alto impacto social y sostenibilidad en el tiempo. Continuar con la publicación del Libro Infantil, el cual es distribuido a los empleados con hijos y en Escuelas, Redes y Bibliotecas. Propiciar nuevos canales para mayor difusión de esta publicación.

Indicadores clave de Responsabilidad Corporativa			
	2010	2009	2008
ECONÓMICOS			
Beneficio por acción (MM de BsF.)	8,86	8,42	6,73
Capitalización Bursátil	1.923	1.827	1.188
Valor Directo Tangible (MM de BsF.)	4.728	3.821	3.294
SOCIALES			
Indice de satisfacción de clientes (%)	7,91	8	8,12
Indice de satisfacción de empleados (%)	7,69	8,17	7,62
Relación mujeres / hombres en puestos directivos (Comité de Dirección y Directores Corporativos) (%)	14,29 / 85,71	14,29 / 85,71	28,57 / 71,43
Diversidad hombre y mujeres (%)	35,8 / 64,2	36,09 / 63,91	36,02 / 63,98
Horas de formación por empleado	19,49	18,77	34,25
Recursos destinados a compromiso con la sociedad (Bs)	14.053.140,00	13.367.105,99	11.418.855,95
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre el beneficio atribuido (%)	1	1	1
N° de beneficiarios del Programa de Becas de Integración	4.500	4.500	4.500
N° de beneficiarios del Programa Papagayo	4.752	3.418	10.607
MEDIOAMBIENTALES (*)			
Energía directa consumida por empleado	14.065 (Kwh)	13,35 (MWh)	14.003 (Kwh)
Consumo de papel por empleado (kg)	36,49	42,61	33,69
Consumo de agua por empleado (m3)	113,41	96,47	59,35
GESTION Y GOBIERNO DE LA RESPONSABILIDAD COROPRATIVA			
N° de Comités de RRC	4	4	2

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

Dirección de Comunicación e Imagen
Centro Financiero Provincial,
piso 13, Av. Este 0 con Av. Vollmer.
San Bernardino, Caracas-Venezuela
Telf: 504.4154 / 504.5208
www.provincial.com

Coordinación y edición:
Comunicaciones Externas
y Responsabilidad Corporativa
Dirección de Comunicación e Imagen

Diagramación:
Alexander Cano / Temática A/G

Impresión:
Gráficas Acea

Fotografía:
Concurso Interno de Fotografía 2010 Banco Provincial
Banco de Imágenes BBVA
Archivo fotográfico Banco Provincial

Depósito Legal
pp200708DC113
RIF J-00002967-9
NIT 0052524237

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

adelante.