



Banco Continental

Informe Anual 2009
Responsabilidad Corporativa

BBVA Banco Continental,
trabajamos por un futuro
mejor para las personas



El presente documento es el quinto Informe de Responsabilidad Corporativa de BBVA Banco Continental y contiene información relativa al desempeño del Banco, y en algunos puntos del Grupo, en esta materia durante 2009. Como en 2007 y 2008, este año dicha información se ha plasmado siguiendo una estructura cuyo eje central son los asuntos considerados relevantes por nuestros grupos de interés. En BBVA Banco Continental creemos que este planteamiento permite centrar la discusión y delimitar con mayor claridad nuestros principales compromisos y actuaciones. Este informe tiene la calificación A+ de Global Reporting Initiative (GRI) y ha sido revisado por Deloitte de acuerdo al alcance expresado en el Informe de Revisión Independiente. La información completa se puede encontrar en www.bbvabancocontinental.com.



Índice

TEMAS RELEVANTES

| | | |
|--|---------|---|
| | Portada | PERFIL |
| | 1 | CARTA DEL PRESIDENTE |
| PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RC | 3 → | • Visión, principios corporativos y posicionamiento • Estrategia de negocio • La Responsabilidad Corporativa en BBVA Banco Continental • Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativas • Sistema de gobierno corporativo • Sistema y función de cumplimiento • Principio de precaución: la gestión del riesgo • Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales • Creación de valor para los grupos de interés |
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | 12 → | • Identificación y diálogo con los grupos de interés en BBVA Banco Continental • Integración de las expectativas de los grupos de interés en la gestión • Comunicación a los grupos de interés • Asuntos relevantes en el contexto actual de crisis • Asuntos sensibles en 2009 |
| ORIENTACIÓN AL CLIENTE | 15 → | • Calidad, satisfacción y atención al cliente • Seguridad, protección al cliente y continuidad del negocio • Transparencia, publicidad y etiquetado • Multicanalidad |
| INCLUSIÓN FINANCIERA | 21 → | • Plan de bancarización • Banca para inmigrantes: Recepción y cobro de remesas del exterior • Agentes corresponsales |
| FINANZAS RESPONSABLES | 23 → | • La gestión responsable del riesgo en BBVA Banco Continental • Grandes empresas y financiación de proyectos • Evaluación del riesgo ambiental • Sobreendeudamiento y gestión del riesgo • Establecimiento del Grupo BBVA en centros financieros <i>off-shore</i> • Prevención del lavado de activos y de la financiación de actividades terroristas |
| PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES | 27 → | • Inversión socialmente responsable • Vivienda y acceso al crédito hipotecario • Instituciones públicas y privadas no lucrativas • Productos y servicios con carácter ambiental |
| GESTIÓN RESPONSABLE DE LOS RRHH | 30 → | • Perfil de los empleados • Empleo y selección • Valoración, desarrollo profesional y compensación • Formación y gestión del conocimiento • Pasión por las personas • Beneficios personales • No discriminación, igualdad de oportunidades y conciliación • Comunicación de Recursos Humanos • Clima laboral • Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos • Salud y seguridad laboral |
| COMPRAS RESPONSABLES | 43 → | • Política y modelo corporativo de compras • Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento • Sistema de homologación de proveedores • Herramientas de gestión y de aprovisionamiento • Proyectos responsables con proveedores |
| GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO | 46 → | • Políticas Ambientales y sistema de Gestión Ambiental • Impactos directos: Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012 • Cambio climático: riesgo y oportunidad • Formación y sensibilización ambiental |
| COMPROMISO CON LA SOCIEDAD | 51 → | • Asuntos relevantes • La Fundación BBVA Banco Continental |
| VOLUNTARIADO CORPORATIVO | 57 → | • Programa de voluntariado |
| | 59 | PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DEL MILENIO |
| | 61 | INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE |
| | 62 | CRITERIOS DEL INFORME |
| | 63 | INDICADORES GRI |
| | 65 | INDICADORES CLAVE DE RC / PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS |
| | 66 | PROGRESOS 2009 Y OBJETIVOS 2010 |

BBVA Banco Continental

BBVA Banco Continental es una entidad financiera cuya sede principal se encuentra en Lima. Es una subsidiaria de Holding Continental SA, la que posee el 92,08% de participación. Holding Continental SA es una empresa peruana formada por el grupo peruano Brescia (50%) y el grupo español BBVA (50%). El Banco es una sociedad anónima constituida en 1951, autorizada a operar por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), con RUC número: 20100130204. El Banco desarrolla sus actividades a través de una red nacional de 263 oficinas.

→ Datos Relevantes del BBVA Banco Continental

En millones de Nuevos Soles

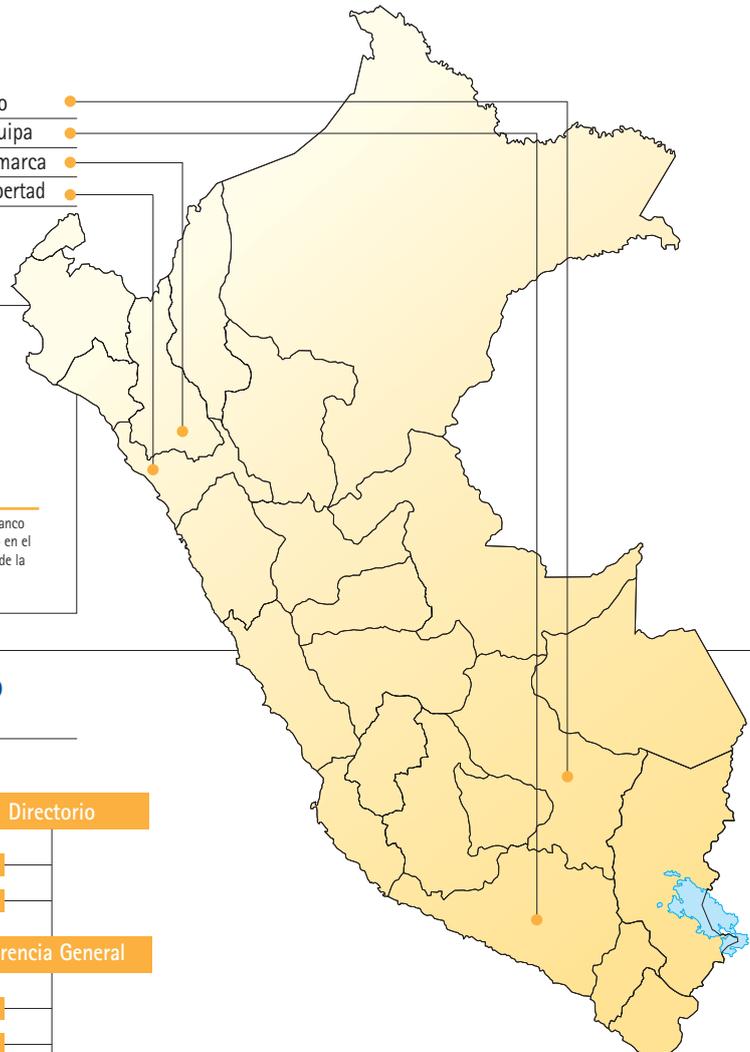
| | 2009 | 2008 | Var | Var % |
|--|---------|---------|--------|----------------|
| Balance | | | | |
| Activo Total | 30.047 | 33.460 | -3.412 | -10,2% |
| Colocaciones Netas | 19.798 | 20.568 | -771 | -3,7% |
| Depósitos Totales | 21.524 | 20.939 | 586 | 2,8% |
| Patrimonio Neto | 2.888 | 2.233 | 655 | 29,3% |
| Estado de Ganancias y Pérdidas | | | | |
| Margen Financiero Bruto | 2.062 | 1.627 | 435 | 26,7% |
| Margen Financiero Neto | 1.737 | 1.381 | 356 | 25,8% |
| Ingresos por Servicios Financieros | 469 | 426 | 43 | 10,2% |
| Gastos de Personal y Generales | 736 | 672 | 63 | 9,4% |
| Utilidad Antes de Impuestos | 1.346 | 1.051 | 295 | 28,1% |
| Utilidad Neta | 928 | 724 | 203 | 28,1% |
| Calidad de Cartera | | | | |
| Cartera Atrasada / Colocaciones Brutas | 1,04% | 1,17% | -13 | puntos básicos |
| Provisiones / Cartera Atrasada | 401,19% | 304,20% | 9.699 | puntos básicos |
| Provisiones / Cartera Pesada* | 174,40% | 187,60% | -1.320 | puntos básicos |
| Liquidez | | | | |
| Fondos Disponibles / Depósitos y Obligaciones | 22,55% | 33,06% | -1.051 | puntos básicos |
| Colocaciones Netas / Depósitos y Obligaciones | 91,98% | 98,23% | -625 | puntos básicos |
| Productividad | | | | |
| Total Activo / Nro de personal (en millones S/.) | 6.91 | 7.88 | | -12,3% |
| Ratios de Capital | | | | |
| Riesgo Crediticio | 13,61% | 11,96% | 165 | puntos básicos |
| Riesgo Global | 13,31% | 11,91% | 140 | puntos básicos |
| Índices de Rentabilidad y Eficiencia | | | | |
| ROE (Utilidad Neta / Patrimonio Medio) | 36,54% | 36,21% | 33 | puntos básicos |
| ROA (Utilidad Neta / Activo Medio) | 2,95% | 2,51% | 44 | puntos básicos |
| Gastos de Operación / Margen Financiero Total | 31,45% | 34,77% | -332 | puntos básicos |
| Cuota de Mercado** | | | | |
| Depósitos Totales | 20,58% | 20,42% | 16 | puntos básicos |
| Colocaciones Directas | 22,73% | 23,49% | -76 | puntos básicos |
| Otros Datos | | | | |
| Plantilla Estructural | 4.327 | 4.313 | 13 | 0,3% |
| Total Red Comercial | | | | |
| Oficinas Banca Comercial | 243 | 237 | 6 | 2,5% |
| Oficinas Banca Empresas y Corporativa | 17 | 17 | 0 | 0,0% |
| Oficina Clientes Globales y Banca de Inversión | 1 | 1 | 0 | 0,0% |
| Oficina Banca Institucional | 1 | 1 | 0 | 0,0% |
| Oficina Banca Patrimonial | 1 | 1 | 0 | 0,0% |
| Cajeros Automáticos | 639 | 499 | 140 | 28,1% |

* Cartera Pesada: Cartera Clasificada como Deficiente, Dudoso y Pérdida.

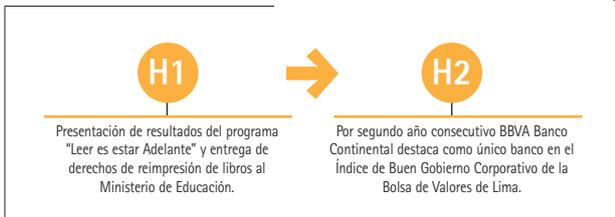
** Incluye sucursales del exterior.

Presencia de la Fundación en provincias

| | |
|--|-------------|
| Museo de Arte Precolombino | Cusco |
| Casa Tristán del Pozo – Sala de Exposiciones | Arequipa |
| Sala de Exposiciones Temporales | Cajamarca |
| Casa de la Emancipación – Centro Cultural | La Libertad |



→ Principales Hitos del Banco en 2009



→ Organigrama y Estructura del Negocio



→ Cuotas de Negocio

En millones de Nuevos Soles

| | 2009 | 2008 |
|--------------------------------|--------|--------|
| Colocaciones Netas | 19.798 | 20.568 |
| Depósitos y Otras Obligaciones | 21.524 | 20.939 |

→ Beneficio después de Impuestos por Áreas de Negocio (BDI)

En millones de Nuevos Soles

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Banca Minorista | 328,0 | 332,4 | 229,8 |
| Clientes Globales y Banca de Inversión | 110,3 | 64,7 | 52,7 |
| Banca Empresas y Corporativa | 297,0 | 224,5 | 179,8 |
| Mercados Globales y Resto | 192,1 | 102,5 | 130,9 |
| Total Banco | 927,5 | 724,1 | 593,2 |

El beneficio atribuible al Grupo BBVA es:

| | | |
|----------------|---------------|------------|
| 92,08% | 50,00% | 46,04% |
| Holdings en BC | Participación | Grupo BBVA |

→ Total de Oficinas

| Lima | Comerciales | Especiales |
|------------------------|-------------|------------|
| Oficina San Isidro | 1 | 0 |
| G.T. Callao-Lima Norte | 30 | 8 |
| G.T. Periférica | 25 | 6 |
| G.T. Lima Centro | 27 | 5 |
| G.T. Lima Residencial | 26 | 4 |
| G.T. Lince | 19 | 0 |
| G.T. Miraflores | 21 | 2 |
| Total | 149 | 25 |

| Provincias | Comerciales | Especiales |
|---------------------|-------------|------------|
| G.T. Norte | 25 | 2 |
| G.T. Centro Oriente | 20 | 0 |
| G.T. Sur | 22 | 0 |
| Total | 67 | 2 |

| | Total | | Total |
|----------------------|--------------|---------------------|------------|
| Oficinas Comerciales | 216 | Banca VIP | 1 |
| Oficinas Especiales | 27 | Banca Institucional | 1 |
| Banca Empresas | 17 | Banca Corporativa | 1 |
| | Total | | 263 |



Carta del Presidente

Para BBVA Banco Continental, 2009 ha sido un año de múltiples retos. A pesar del entorno de crisis económica que se ha vivido en el mundo entero, el Banco logró avanzar en todos sus ámbitos de acción con óptimos resultados y en el tema de la responsabilidad corporativa hemos sido coherentes con nuestro objetivo de fortalecer la relación de mutuo beneficio con cada uno de nuestros *stakeholders* o públicos de interés.

A través de este informe, el Banco presenta cada una de sus acciones socialmente responsables. Este es nuestro quinto reporte y el tercero revisado por un auditor independiente. En esta oportunidad la auditora Deloitte ha realizado la revisión de aspectos tales como la adaptación de los contenidos de nuestro informe a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3) en tres dimensiones: Económica, Ambiental y Social; se suma a ello la información sobre ejecución de los proyectos sociales a cargo del Banco y de la Fundación.

Llegar a donde otros no llegan nos interesa sobremanera, la bancarización es una constante en nuestra

empresa. Los servicios y productos que el Banco ofrece responden a las necesidades del mercado, al que siempre escuchamos para actuar en consecuencia. En este informe damos cuenta de todas las acciones que sustentan nuestros esfuerzos por atender tanto a clientes como a la sociedad en su conjunto.

Debo resaltar la importancia del trabajo en equipo. Nuestros colaboradores han dado grandes muestras de compromiso e identificación con la institución, lo que nos ha permitido ser elegidos por sexto año consecutivo como el Mejor Banco en Perú por la revista *Global Finance*. Como empresa responsable no descansamos en nuestro afán de lograr la excelencia en nuestro equipo, tarea permanente del Área de Recursos Humanos, que ha llevado a cabo una intensa labor en cuanto a capacitación del personal.

No descuidamos otro de los objetivos primordiales de nuestra política de responsabilidad corporativa que es la conservación del medio ambiente. Las acciones enmarcadas en el Plan Global de Ecoeficiencia se están sumando progresivamente y con el tiempo dejarán ver sus resultados en toda la institución.



"Para el Banco, la responsabilidad corporativa es uno de nuestros principales principios y trabajamos con esa proyección".

Pedro Brescia Cafferata
Presidente del Directorio

En continuidad con el Plan de Acción Social para América Latina del Grupo BBVA, el Banco, a través de su Fundación, está desarrollando el programa "Leer es estar adelante", que ya en su tercer año de implementación presenta resultados alentadores. El objetivo de este programa es contribuir a elevar los niveles de comprensión de lectura de los estudiantes de educación primaria, teniendo como punto de partida que la prueba PISA de 2001 señalaba que dos de cada diez escolares peruanos no entendían lo que leían.

Hoy debemos decir con mucho orgullo que los resultados de la prueba realizada a los escolares peruanos que forman parte del programa demuestran que seis de cada diez niños entienden lo que leen. Es un gran avance, pero no suficiente, razón por la cual seguiremos trabajando en ese camino.

Hemos compartido esta alentadora noticia en cada una de las regiones donde desarrollamos el programa, además de cumplir con el ofrecimiento que hicimos cuando lo iniciamos: donar la metodología y los derechos para la impresión de los textos al Ministerio de Educación, con el propósito de poner los libros al alcance de todos los niños peruanos.

Nuestro compromiso con la promoción de las principales manifestaciones culturales es permanente, a través de la gestión de la Fundación BBVA Banco Continental. El Teatro Mario Vargas Llosa de la Biblioteca Nacional del Perú, la Casa de la Emancipación en Trujillo, las alianzas estratégicas con diferentes instituciones involucradas con la música y el arte en general –como la Asociación Romanza y el Instituto Nacional de Cultura– son algunos ejemplos de la continuidad de los retos asumidos hace más de 30 años, cuando se creó la Fundación.

Para BBVA Banco Continental es fundamental que toda información que presentemos se haga con la debida veracidad y rigurosidad que el caso amerite, y este documento así lo pretende. Para el Banco, la responsabilidad corporativa es uno de nuestros principales principios y trabajamos con esa proyección.

Pedro Brescia Cafferata




Principios y Política de RC

Para BBVA Banco Continental la aplicación de la política de responsabilidad corporativa del Grupo le ha permitido contar con una ventaja competitiva importante en su gestión, logrando una integración estratégica de las expectativas de sus grupos de interés.

Visión, principios corporativos y posicionamiento

Visión.

En el contexto contemporáneo de crisis global, la visión de BBVA Banco Continental, en línea con la visión del Grupo BBVA –“Trabajamos por un futuro mejor para las personas”– cobra mayor valor. Con ello se busca establecer vínculos emocionales que generen confianza y seguridad, con la finalidad de crear un futuro mejor para todos los grupos de interés de nuestra sociedad.

En este marco de referencia, el Banco entiende la responsabilidad corporativa como un compromiso real con la sociedad en su conjunto, basado en el

principio de aportar el máximo valor posible y equilibrado a sus grupos de interés directos –accionistas, clientes, empleados y proveedores– y al conjunto de la sociedad en la que opera.

Principios corporativos.

Como parte del Grupo BBVA, el Banco se preocupa por ser una empresa que toma en cuenta a sus grupos de interés y que integra de la mejor manera posible sus expectativas. Y ello empieza con la propia definición de su visión y principios, que son el resultado de un proceso de *escucha* y de integración de sus expectativas, valores y aspiraciones. Vale decir, el resultado de definir *lo que queremos ser* (directivos y empleados), *lo que debemos ser* (otros grupos de inte-

rés) y *lo que somos* (historia, fortalezas y debilidades del Grupo).

Los principios corporativos del Grupo BBVA, y por ende de BBVA Banco Continental, concretan la visión de la compañía en relación con cada uno de sus grupos de interés, sintetizando los valores básicos que sirven de marco para su actuación y la forma de entender el papel del Banco en la sociedad. Estos son los principios que constituyen la base de la cultura corporativa del Grupo y que el Banco aplica:



Posicionamiento.

BBVA Banco Continental define su identidad y posicionamiento de marca corporativa a partir de la combinación de tres ejes básicos, los que resumen la visión del Grupo BBVA y son el cimiento sobre el que se construyen su estrategia de negocio, su marca y su reputación:

- Los principios corporativos.
- La prioridad de la innovación.
- Trabajar de personas para personas.

El concepto *Adelante* simboliza todas las acciones que conllevan a estar un paso más allá en todas y cada una de las actividades del Banco, procurando a sus integrantes una visión de largo plazo.

Estrategia de negocio

Con el fin de evaluar el desarrollo de cada una de las actividades de la empresa, el directorio de BBVA Banco Continental se reúne mensualmente. Asimismo, el Reglamento del Directorio tiene como principio establecer la responsabilidad que le compete al Banco respecto a la sociedad donde opera, comprometiéndose a que su actuación se realice en concordancia con el conjunto de valores, principios, criterios y actitudes dirigidas a lograr la creación sostenida de valor para sus *stakeholders*.

En consecuencia, el Banco se preocupa y vela porque su actividad se realice con pleno y constante cumplimiento legal, asegurándose de llevar a cabo las mejores prácticas mercantiles e impulsando la aplicación y desarrollo de principios éticos que se sostienen en la integridad, transparencia y compromiso con la sociedad, pilares de la cultura corporativa y de la actuación de la empresa, circunscrita al ámbito de los negocios, y de todas las personas que la conforman.

En cumplimiento con el Reglamento del Directorio, la designación de sus miembros se realiza a través de la Junta General de Accionistas, sobre la base de su calidad personal y profesional, siendo preponderante el respeto de los requisitos y restricciones legales establecidos.

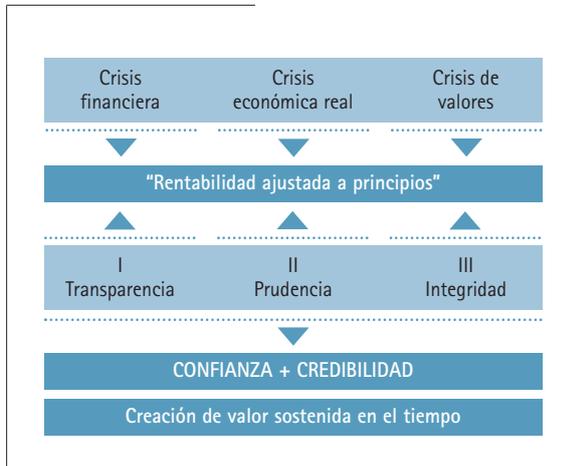
Para el Banco es importante la aplicación del modelo de gestión a través del empleo de la herramienta RaR (Rentabilidad ajustada al Riesgo), que mide la creación de valor. Pero llega más allá al considerar rigurosos criterios éticos como la integridad, la transparencia, la gestión prudente del riesgo y las buenas prácticas.

En consecuencia, la estrategia y modelo de negocio están basados en una rentabilidad ajustada a los principios del Banco. Esta es la razón que permite garantizar la creación de valor sostenida en el tiempo y que involucra a todos los grupos de interés.

Se trata de factores predominantes que garantizan el fortalecimiento de la construcción de la credibilidad y, en consecuencia, de la confianza.

En suma, BBVA Banco Continental se mantiene firme en el concepto de que la política de responsabilidad del Grupo aplicada a la empresa es el motor que permite alcanzar los objetivos estratégicos fijados en el plan global.

→ **Estrategia basada en Principios**



La Responsabilidad Corporativa en BBVA Banco Continental

Objetivos.

Para BBVA Banco Continental, la responsabilidad corporativa (RC) se sustenta en contribuir a la diferenciación de la marca en los diferentes escenarios (económico, político y social) por los que transita la actividad de la empresa. El objetivo principal de la política del Banco es definir comportamientos e impulsar las acciones que permitan crear valor para los grupos de interés (valor social) y para la empresa misma (valor reputacional y valor económico directo).

Para lograr esta propuesta el Banco considera que los compromisos y comportamientos han de ser expresión de la visión y de los principios de la empresa y, a su vez, deben responder de la mejor forma posible a las expectativas de los grupos de interés, con el fin de reforzar la estrategia de negocio.

A continuación anotamos los principales compromisos que el Grupo busca cumplir a través de la aplicación de su política de responsabilidad corporativa, en todas y cada una de sus sedes:

- Desarrollar en todo momento su actividad principal de forma excelente.
- Minimizar los impactos negativos derivados de la actividad de negocio.
- Desarrollar “oportunidades sociales de negocio” que generen valor social y valor económico para BBVA Banco Continental.

- Invertir en las sociedades donde el Grupo está presente mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente las relacionadas con la educación.

Gestión y gobierno de la política de responsabilidad corporativa.

A partir de la instauración del Comité de Responsabilidad Corporativa en Perú (mayo de 2008), durante 2009 el Banco ha realizado dos reuniones: la primera sirvió de marco para presentar los resultados del Plan de Acción Social y la segunda para revisar los avances del Plan de Ecoeficiencia y los alcances sobre acciones y proyectos desde el área de riesgo ambiental.

Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC)

En el marco de la RRC, el Grupo BBVA desarrolla iniciativas que sean aplicables a cada una de las localidades donde tiene representaciones y que puedan adaptarse a la realidad propia de cada sociedad donde se ejecutan.

Proceso de elaboración del Plan Estratégico de RRC.

Este proceso se basa en el séptimo principio corporativo: responsabilidad social para el desarrollo. A partir de este enunciado se han delineado las actuaciones en las diferentes unidades de negocio, de apoyo, de imagen y comunicación y de la Fundación BBVA Banco Continental, esta última responsable del Plan de Acción Social del Banco.

En las siguientes líneas anotamos algunos de los ejemplos más relevantes:

- Acciones para fortalecer el plan de bancarización (Innovación y Desarrollo).
- Estrategias para incrementar el uso de nuevas tecnologías (Multicanalidad).
- Beneficios adicionales para el personal (Formación y Bienestar).
- Continuidad con del Plan de Ecoeficiencia (Servicios Generales).
- Ampliación del programa “Leer es estar adelante” (Imagen y Comunicación / Fundación).

Información más detallada de cada una de estas líneas de acción se desarrolla en los apartados siguientes.

→ Riesgos y Oportunidades

BBVA asume compromisos para dar respuesta a los grandes desafíos de nuestras sociedades



Sistema de Gobierno Corporativo

Es un elemento absolutamente central en el desarrollo de la actividad del Grupo BBVA, ya que orienta la estructura y el funcionamiento de sus órganos sociales al interés de la entidad y al de sus accionistas, buscando al mismo tiempo la complementariedad con los objetivos de los restantes grupos de interés respecto a la compañía, por lo que también resulta fundamental para su responsabilidad corporativa.

El sistema se explica detalladamente en la *Memo-ria Anual 2009* de BBVA Banco Continental (con un pormenorizado capítulo dedicado a este tema), en la que se incluye un Informe de Gobierno Corporativo según las exigencias legales del país, las que priorizan aspectos centrales como los procedimientos que se siguen para la convocatoria a la Junta General de Accionistas y la definición de la agenda, el tratamiento equitativo a los accionistas, la comunicación y transparencia informativa a todo nivel y la responsabilidad de los directores. Esto permite que cualquiera de los accionistas sugiera puntos por ser incluidos y deliberados en las juntas celebradas por el órgano máximo, previa evaluación de la relevancia

de las solicitudes. El procedimiento para ello se encuentra en: www.bbvabancocontinental.com.

Adicionalmente, es importante tener en cuenta que durante 2009 la Bolsa de Valores de Lima (BVL) lanzó el Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC), un indicador estadístico cuyo objetivo es reflejar el comportamiento de los precios de una cartera compuesta por las acciones más representativas de aquellas empresas emisoras que cumplan adecuadamente los “Principios de Buen Gobierno para las Sociedades Peruanas” y que, adicionalmente, posean un nivel mínimo de liquidez establecido por la BVL.

La participación en este índice es voluntaria y la información brindada es validada por una entidad debidamente registrada ante la BVL. Cabe resaltar que BBVA Banco Continental participó en esta convocatoria, habiendo demostrado el alto grado de cumplimiento de los referidos principios, hecho que le mereció ser considerado –tanto en 2008 como en 2009– entre las ocho empresas que conforman este índice, siendo el único banco que figura en él.



Comité de RRC BBVA Banco Continental

Sistema y Función de Cumplimiento

El Sistema de Cumplimiento del Grupo constituye, junto con el Sistema de Gobierno Corporativo, la base en la que BBVA Banco Continental afianza el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético.

En tal sentido, BBVA Banco Continental está comprometido con el estricto cumplimiento de la ley, pero además considera que la observancia sistemática de estrictos estándares de comportamiento ético es una fuente de creación de valor estable y se constituye en requisito indispensable para preservar la confianza de la sociedad en cualquier institución. Pieza fundamental en el sistema es el Código de Conducta del Grupo BBVA, que define y desarrolla los fundamentos de comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias para preservar la integridad corporativa, al tiempo que refleja el compromiso de todos sus empleados y directivos con el cumplimiento de su contenido.

La integridad corporativa se manifiesta en las relaciones establecidas con los clientes, empleados y directivos, proveedores y terceros (integridad relacio-

nal); en sus actuaciones en los diferentes mercados, tanto en su rol emisor como operador (integridad en los mercados); a través del desempeño individual de sus empleados y directivos (integridad personal) y en el establecimiento de órganos y funciones específicos a los que se atribuye la responsabilidad de velar por el cumplimiento del contenido del código y de promover las acciones necesarias para preservar, eficazmente, la integridad corporativa en su conjunto (integridad organizacional).

El Código de Conducta se fundamenta en valores éticos, dentro de los cuales hay que resaltar:

- Respeto a la dignidad y a los derechos de la persona.
- Respeto a la igualdad de las personas y a su diversidad.
- Estricto cumplimiento de la legalidad.
- Objetividad profesional.

Los valores éticos son los puntos clave de constitución de “un compromiso con una forma de hacer las cosas”, que debe diferenciar a BBVA Banco Continental de otras entidades.

Los principios básicos asumidos por BBVA Banco Continental para la gestión de determinadas cuestio-

nes que pueden llegar a afectar la integridad corporativa se enmarcan dentro del denominado riesgo de cumplimiento, que deriva básicamente de la forma en que una entidad conduce sus relaciones de negocio con terceros y sus actuaciones en los mercados, y que tiene su origen principalmente en obligaciones recogidas en disposiciones normativas que están descritas en el Estatuto de la Función de Cumplimiento.

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

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

La Función de Cumplimiento que se configura en este estatuto, junto con el resto de Unidades Especializadas (Riesgos, Intervención General, Asesoría Jurídica), forma parte del Marco Integral de Riesgos del Grupo BBVA, entendido este como el proceso dentro

de una organización que, involucrando a su Directorio, a su Gerencia y a todo su personal, está diseñado para identificar los riesgos potenciales a los que se enfrenta la institución y la gestión de estos dentro de los límites establecidos, de forma que se aseguren, de manera razonable, los objetivos del negocio.

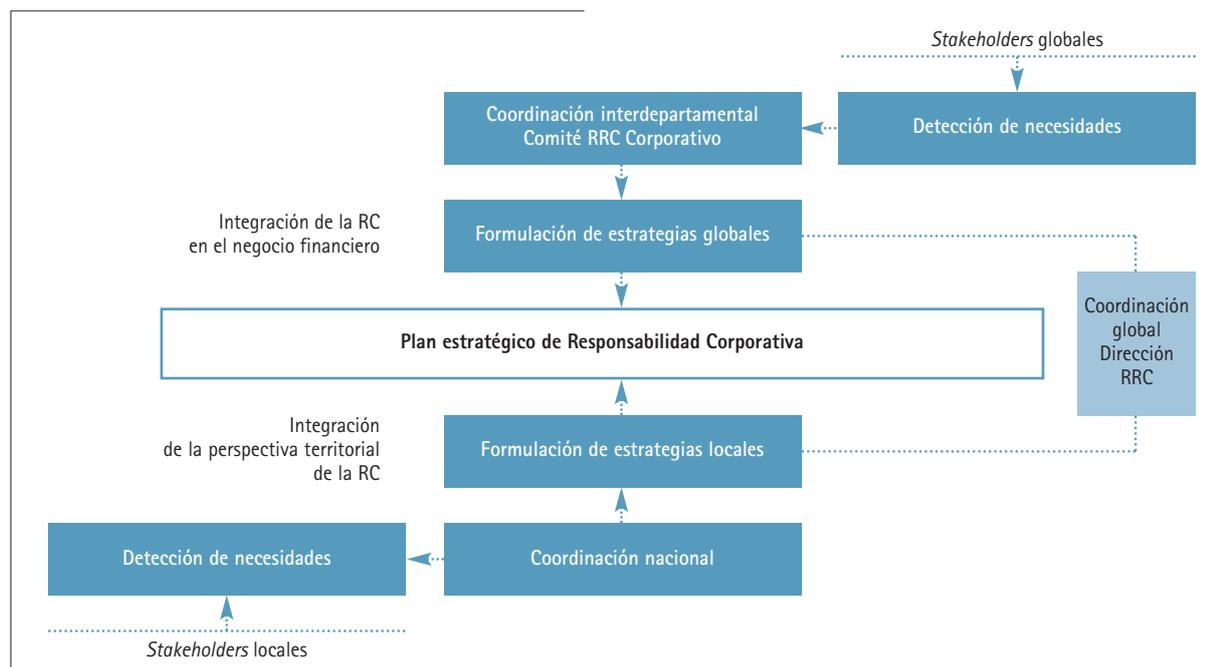
Corresponde al Directorio de BBVA Banco Continental:

- Promover la honestidad y la integridad en toda la organización y sus subsidiarias.
- Asegurar que se adopten políticas adecuadas en relación con las cuestiones mencionadas anteriormente (en adelante, políticas de cumplimiento) y supervisar la gestión del riesgo de cumplimiento.

La Función de Cumplimiento tiene el objetivo de promover el desarrollo y velar por la efectiva operatividad de las normas y procedimientos necesarios para asegurar lo siguiente:

- El cumplimiento de las disposiciones legales y los estándares relevantes de comportamiento ético que afecten a cada uno de los negocios y actividades del Grupo, así como el cumplimiento de los criterios y pautas de actuación contenidos en el Código de Conducta.
- La identificación de eventuales incumplimientos y la gestión apropiada de los riesgos que de ellos pudieran derivarse.

→ Construcción de la Estrategia de Sostenibilidad en el Grupo BBVA



Principio de Precaución: la Gestión del Riesgo

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

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

- Preservar la solvencia de la entidad, asegurando que la exposición al riesgo esté dentro de los límites preestablecidos y con un perfil equilibrado.
- Desarrollar y ejecutar una política de riesgos alineada con los objetivos estratégicos del Grupo.
- Contribuir a que las decisiones a cualquier nivel estén orientadas a la creación de valor para el accionista, a partir del concepto de *rentabilidad ajustada al riesgo*.

Para el cumplimiento de estos objetivos se ha diseñado una estructura organizativa y se ha elaborado un decálogo de principios básicos en los que se apoya la visión del Grupo en materia de riesgos. Respecto a la estructura organizativa, en un primer nivel, el Consejo de Administración, el Consejero Delegado y la Comisión Delegada Permanente aprueban, en términos muy genéricos, la política de gestión de riesgos y todo el marco en el que esta se desarrolla: organización, identificación, medición, control, esquemas de información y supervisión de los riesgos asumidos.

En cuanto a los principios básicos de gestión del riesgo, estos tratan de recoger los aspectos considerados prioritarios en el desarrollo de la función de riesgos. Así, el primero de ellos, en línea con las recomendaciones de los organismos supervisores y reguladores, resalta la necesaria independencia y globalidad que debe caracterizar a la función, para una adecuada información en la toma de decisiones a todos los niveles.

Otro de los principios básicos sería la gestión ac-

tiva de la totalidad de la vida del riesgo, lo que implica el seguimiento del ciclo completo de las operaciones, desde el análisis previo, pasando por la aprobación, hasta la extinción del riesgo (gestión continua de riesgo).

La importancia que el Grupo BBVA brinda a los requerimientos de la sociedad en relación con la transparencia, la ética, el buen gobierno y la responsabilidad social ha motivado una especial atención hacia la reputación corporativa, entendiéndola como el conjunto de percepciones que los diferentes grupos de interés con los que se relaciona tienen de nuestra organización. Esta sensibilidad ha generado el desarrollo de una metodología que permite la identificación y gestión del riesgo reputacional y el establecimiento de una estructura en la que el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas es el órgano encargado de coordinar e impulsar dicha gestión.

Sobre la base de la metodología corporativa, durante el último trimestre de 2009 se realizó un mapa de riesgos reputacionales para BBVA Banco Continental, información que permitirá una gestión proactiva de este riesgo, a través de la definición e implementación de acciones concretas que permitan el resguardo de la reputación corporativa.

Estándares de Conducta, Compromisos y Acuerdos Internacionales

Código de Conducta.

Como ya se ha dicho, el Grupo BBVA cuenta con un Código de Conducta, aprobado por el Consejo de Administración en el 2003, y que se aplica a todas las entidades y trabajadores que lo conforman, incluido BBVA Banco Continental. Este documento refleja expresa y públicamente los compromisos del Banco con la sociedad; asimismo, recoge el compromiso con la aplicación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, además de otros convenios y tratados de organismos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

A continuación se recoge un párrafo del Código de Conducta que sustenta la posición del Grupo BBVA con respecto a este punto:

- 3.1.1. Respeto a la dignidad de la persona y a los derechos que son inherentes. BBVA está comprometido con la aplicación del contenido de la Declaración Universal

de los Derechos Humanos, del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (al que BBVA se encuentra adherido formalmente) y con el de otros convenios y tratados de organismos internacionales tales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico y la OIT.

Códigos específicos de áreas funcionales.

El Banco se ha dotado de otros instrumentos específicos para la gestión de los compromisos básicos en cada área funcional. A continuación anotamos algunos:

- Reglamento del Directorio.
- Código de Conducta en los Mercados de Valores.
- Código Ético para la Selección de Personal.
- Normas del Área de Compras, Inmuebles y Servicios Generales.
- Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento.
- Principios básicos de gestión del riesgo y Manual de políticas de gestión del riesgo.
- Estatuto de Auditoría.
- Estatuto de Cumplimiento.
- Norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías.
- Reglamento del Comité de Nombramientos y Remuneraciones.

Políticas complementarias.

Por otra parte, el Grupo ha desarrollado políticas específicas relacionadas con la RC, como son la política de Derechos Humanos (aprobada en diciembre de 2007 atendiendo a las demandas de sus grupos de interés), la política de medio ambiente (aprobada en 2003) o la política de financiación del sector de armamento (aprobada en 2005). Todas ellas son también aplicables para BBVA Banco Continental.

Los principales mecanismos de supervisión para garantizar el cumplimiento de dichos compromisos son los Comités de Gestión de la Integridad Corporativa, el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas, la representación sindical y los distintos comités y organismos de supervisión.

Cumplimientos legales.

Durante el ejercicio 2009 no se ha registrado ninguna multa con monto significativo respecto al monto total facturado por el Banco en ese período. Se declara la relación de multas penalizadas en dicho año, las

que registran 37 sanciones que acumulan un total de 113,5 UIT, de acuerdo a los parámetros de Sanción por INDECOPI.

Tampoco se han detectado demandas instadas por cualquier empleado o su representante en relación con las condiciones laborales, lo que incluye incidentes relacionados con actitudes de discriminación, demostrando así el cabal cumplimiento de la legislación laboral vigente y de lo establecido en los convenios colectivos.

En el marco de Buen Gobierno Corporativo, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes, el banco mantiene relaciones de coordinación con distintas instancias del Estado y organismos reguladores como la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores (CONASEV) y Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). Asimismo, el Banco pertenece a la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC), donde se discuten y coordinan diversos temas del sector financiero y bancario, se hacen llegar propuestas legislativas a las diversas entidades y se emiten pronunciamientos de carácter gremial.

Acuerdos internacionales suscritos.

Principales iniciativas que BBVA Banco Continental apoya:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (www.globalcompact.org).
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI) (www.unepfi.org).
- Principios de Ecuador (www.equator-principles.com) (acuerdo suscrito por el Grupo y cuyos efectos alcanzan las decisiones de BBVA Banco Continental).

Creación de Valor para los Grupos de Interés

Las entidades financieras desempeñan un papel crucial en la actividad económica de las sociedades. Entre otras muchas funciones, canalizan recursos desde los agentes con excedentes de financiación hacia los agentes que la necesitan para la inversión o el consumo (desarrollan además una labor de multiplicación de los recursos financieros, básica para el funcionamiento de la economía), intermedian y facilitan los intercambios y los pagos, y ejercen una función decisiva en el análisis de las oportu-

tunidades y las decisiones de inversión. Ocupan así una posición clave en el sistema económico, como facilitadores esenciales de la actividad de todos los agentes (administraciones públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro y familias). Se han convertido, por eso, en agentes fundamentales en la creación de valor.

El segundo de los principios corporativos de BBVA plantea “la creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resul-

tado de la actividad”. BBVA entiende la creación de valor como una de sus funciones principales y la aportación más importante a las sociedades en las que actúa, pues no se trata sólo de valor económico para los accionistas, sino que se crea valor también para los clientes, los empleados, los proveedores y la sociedad en general.

A continuación se detalla el valor directo tangible, definido como el valor económico que aporta el Banco a cada uno de sus grupos de interés.

→ Valor Económico Añadido (EVA)¹. Detalle por Grupos de Interés

En miles de Soles

| Indicador de Valor | | 2009 | 2008 | 2007 |
|--------------------|---|------------|------------|------------|
| Accionistas | Dividendos | n.d. | 362.055 | 474.596 |
| | Cotización | 9,05 | 3,88 | 5,45 |
| Empleados | Gastos de Personal | 372.819 | 336.097 | 283.766 |
| | Participación de Trabajadores en la Renta | 52.384 | 43.288 | 35.834 |
| Clientes | Colocaciones Totales | 20.999.689 | 21.580.534 | 16.993.856 |
| | Depósitos Totales | 21.347.445 | 20.804.023 | 17.086.538 |
| Proveedores | Gastos en Servicios | 362.962 | 336.340 | 253.545 |
| Sociedad | Impuesto a la Renta | 366.136 | 283.776 | 245.056 |

¹ Calculado siguiendo el modelo SPI de GRI. www.spfinance.com.

→ Valor Económico Generado y Distribuido

En miles de Soles

| Valor Económico Generado (VEG) | 2009 | 2008 |
|--------------------------------|------------------|------------------|
| 1 Margen Financiero | 2.061.846 | 1.626.922 |
| 2 Comisiones Netas | 469.345 | 425.976 |
| 3 Otros Ingresos Ordinarios | 18.152 | 26.490 |
| Total (1+2+3) | 2.549.343 | 2.079.388 |

| Valor Económico Distribuido (VED) | 2009 | 2008 |
|--|------------------|----------------|
| 1 Participación de Trabajadores | 52.384 | 43.288 |
| 2 Impuestos | 366.136 | 283.776 |
| 3 Gastos de Personal y Directorio | 372.819 | 336.097 |
| 4 Proveedores y Otros Gastos de Administración | 362.962 | 336.340 |
| Total (1+2+3+4) | 1.154.301 | 999.501 |

| Valor Económico Retenido (VER=VEG-VED) | 2009 | 2008 |
|--|------------------|------------------|
| 1 Utilidad Neta | 927.511 | 724.110 |
| 2 Provisiones y Amortizaciones | 467.531 | 355.776 |
| Total (1+2) | 1.395.042 | 1.079.886 |



Participación de los Grupos de Interés

Identificar a los grupos de interés, conocer sus expectativas, integrarlas a la actividad de la empresa y procurar un retorno de todo ello ha permitido consolidar la visión de BBVA Banco Continental.

Identificación y Diálogo con los Grupos de Interés en BBVA Banco Continental

Para BBVA Banco Continental los grupos de interés son las personas, instituciones o colectivos que se ven afectados de forma significativa por todas y cada una de las actividades y decisiones del Banco y que a su vez afectan a este.

Para el desarrollo de este apartado se han tomado como base los resultados de los principales estudios realizados por el Banco y el Grupo, los que han permitido conocer las expectativas que los grupos de interés tienen en los temas más relevantes respecto de la actividad y actuación de la empresa.

Escuchar y dialogar con los grupos de interés permite dar respuesta equilibrada y prudente a los temas más importantes. Esta experiencia se convierte en

una herramienta de gestión que el Banco emplea para la toma de decisiones respecto de los temas prioritarios que deben aplicarse al desempeño de la actuación diaria, generando nuevas oportunidades que deben ser puestas en conocimiento de los grupos de interés.

El Banco reconoce como bases de esta estrategia a la innovación y a la reputación, ambos recursos intangibles de mayor valor para las organizaciones. Este resultado nace de conocer las necesidades y expectativas de los grupos de interés a partir de los estudios realizados a lo largo del año. Tal práctica debe reforzarse año a año con la mejora de los canales de consulta, escucha y comunicación, permitiendo establecer indicadores y cuadros de mando con logros de respuesta positivos y un enfoque directo basado en la innovación, en la creación de nuevos productos y

servicios, de nuevos modelos de negocio, de llegada a segmentos distintos de la población, y de captación y retención del talento, diferenciación que atrae más eficientemente a nuevos empleados y compromete a los actuales.

El proceso de escucha y diálogo con los grupos de interés posibilita establecer objetivos y definir planes para la mejora continua de la actuación, así como también identificar anticipadamente temas y asuntos que pueden convertirse en futuros riesgos y amenazas, estableciendo planes de acción que logren mitigarlos.

Integración de las Expectativas de los Grupos de Interés en la Gestión

Para consolidar la integración de las expectativas sobre los temas más relevantes para los grupos de interés, el Banco trabaja a través de dos líneas gestionadas por la organización. Por un lado, la relación ordinaria que mantienen las áreas de negocio y las áreas de apoyo al negocio con cada grupo de interés permite identificar, mediante herramientas de escucha específicas y técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas (grupos de trabajo y encuestas con clientes, encuestas de satisfacción a empleados, estudios de percepción), los temas fundamentales y la valoración de las actividades y desempeño del Banco.

Esta información permite establecer planes de actuación y de comunicación.

Por otra parte, una de las principales funciones del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) es servir como vínculo entre los grupos de interés y la organización. Para cumplir con esta función aglutina la información procedente de las áreas de negocio y de apoyo al negocio, y la complementa con la realización de actividades e investigaciones específicas en el ámbito de la responsabilidad, la reputación, la percepción y la fortaleza de la marca corporativa.

Estas actividades se encuentran a cargo de la unidad de Inteligencia Comercial, creada en 2008, cuyo fin es fortalecer el conocimiento de los clientes.

Otra función fundamental del Comité de RRC es facilitar la integración de las expectativas de los grupos de interés previamente identificadas y continuar con la aplicación de las herramientas de escucha y de investigación. Como resultado se tiene una gestión transversal de la responsabilidad y reputación corporativas de BBVA Banco Continental.

Las siguientes son algunas de las principales herramientas utilizadas para detectar las demandas de los grupos de interés:

- El sistema de monitorización de reputación corporativa, denominado Reptrak (*Reputation Tracking*), que mide en forma periódica los distintos te-

→ Principales Grupos de Interés de BBVA y Compromisos del Grupo con cada uno de ellos



mas para los grupos de interés, así como los juicios y percepciones de estos sobre nuestra actividad.

- El *tracking* semestral o seguimiento de responsabilidad corporativa de BBVA Banco Continental entre clientes y ciudadanos. En él se miden las expectativas y la valoración de los comportamientos de RC.

- El *tracking* o seguimiento del posicionamiento de la marca ante clientes y ante la opinión pública.

- Los estudios anuales realizados por terceros con información sobre la percepción de varios grupos de interés (clientes, sociedad, colaboradores, otros).

Este conjunto de sistemas de escucha, métodos de investigación y canales permite obtener, de forma objetiva, un diagnóstico y un seguimiento periódico riguroso de las demandas y expectativas más destacadas de los grupos de interés. La integración de los indicadores y cuadros de mando que se utilizan hace posible establecer objetivos de mejora e indicadores de progreso tanto para el Banco como para el Grupo.

Comunicación a los Grupos de Interés

Construir confianza y buena reputación resulta de aplicar la comunicación como una herramienta básica y necesaria que ponga en valor el comportamiento responsable de la empresa. En consecuencia, esta asume el compromiso de brindar la mayor y más transparente información a todos sus grupos de interés, con el fin de consolidar con credibilidad su diferenciación.

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

Por ello el presente informe se convierte en el principal instrumento de comunicación; la aplicación de estándares, métodos de verificación, certificación y aseguramiento respaldan la veracidad y la relevancia de la comunicación que el Banco realiza a sus grupos de interés para mejorar sus percepciones y fortalecer por tanto una buena reputación.

Asuntos Relevantes en el Contexto Actual de Crisis

La identificación de asuntos relevantes en los procesos de consulta a los grupos de interés es el punto de partida para el desarrollo de la política de responsabilidad corporativa del Grupo y por ende de BBVA Banco Continental.

A través de los procesos de consulta el Banco ha identificado como asuntos claves los siguientes:

- Orientación al cliente.
- Compromiso con la sociedad.
- Oferta de productos y servicios responsables.
- Finanzas responsables.
- Gestión responsable de recursos humanos.
- Inclusión financiera.
- Compras responsables.
- Gestión ambiental y cambio climático.

La respuesta que da BBVA Banco Continental a cada una de estas variaciones detectadas se recoge y sustenta en los siguientes apartados del presente informe y en el cuadro de mando de progresos 2009 y objetivos 2010.

Asuntos Sensibles en 2009

El año 2009 se inició con un alto grado de incertidumbre debido al agravamiento de la crisis financiera internacional. Así, durante el primer trimestre los indicadores de actividad de los países industrializados acentuaron su caída y las economías emergentes acusaron los impactos de una reducción significativa del comercio mundial y de los precios de las materias primas que exportan. De esta forma se confirmaba que el mundo estaba frente a la mayor crisis económica y financiera de los últimos 70 años.

Posteriormente, las medidas de estímulo fiscal y monetario implementadas en los diversos países permitieron evitar un mayor deterioro y la gradual estabilización de la actividad global. Frente a este escenario, BBVA Banco Continental continúa trabajando para promover la confianza de sus grupos de interés, enfatizando algunos asuntos relacionados con su actividad, ofreciendo información clara y oportuna y presentando una oferta ad hoc al mercado, sin afectar el desarrollo de sus planes de acción social o de bancarización.

Finalmente, el estudio de impactos de noticias en prensa escrita de los principales diarios en los países en que actúa el Grupo, incluido Perú, no ha revelado otras polémicas relevantes, así como tampoco los diagnósticos de los principales analistas de sostenibilidad que anualmente se hacen eco de estos asuntos y solicitan las aclaraciones previas que influyen en el rating del Grupo en materia social, ambiental, ética y de gobierno corporativo.



Orientación al Cliente

19,5%

Porcentaje clientes *on-line* del Banco

73,8%

Nivel medio de satisfacción de clientes

9 días

Tiempo medio de resolución de reclamos

"El cliente, centro de nuestro negocio" es el primer principio corporativo de BBVA Banco Continental. Partiendo de esta premisa, el Banco enfoca su atención en este grupo de interés procurando brindarle servicios de calidad con herramientas modernas, accesibles y seguras.

Calidad, Satisfacción y Atención al Cliente

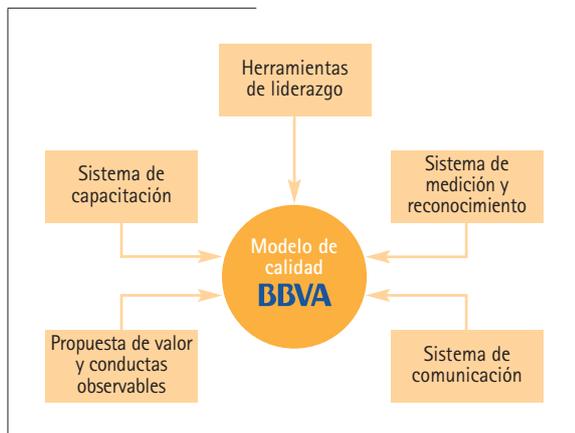
La satisfacción del cliente es la prioridad para BBVA Banco Continental, lo que se refleja en el ofrecimiento de un adecuado nivel de calidad en atención, así como en un incremento en la productividad comercial de nuestras redes de distribución.

De esta forma, el Banco aspira a consolidar tanto la fidelidad como la confianza de sus clientes. En esta dirección, el objetivo último es priorizar y desarrollar funciones de mayor valor añadido que sa-

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

Para que la mejora en calidad no sea circunstancial sino sostenida en el tiempo, en el 2009 el Banco ha implementado un modelo propio de calidad de atención, con cinco ejes de acción:

→ Ejes de Acciones del Modelo de Calidad



Propuesta de valor.

Los tres pilares de actuación de todo colaborador de BBVA Banco Continental son:

- Calidez.
- Agilidad.
- Facilitarle la vida al cliente.

Cada pilar se detalla luego en conductas observables para los colaboradores en función a la responsabilidad que tienen a su cargo.

Sistema de capacitación.

BBVA Banco Continental cree firmemente que son los colaboradores quienes permiten que los planes y proyectos se hagan realidad. Por ello, una de las actividades estratégicas de este año fue crear la Escuela Con Mucho Gusto, en alianza con la Escuela de Postgrado de la UPC, con el objetivo de capacitar a los colaboradores del Banco en el modelo de calidad de atención que el Banco desea consolidar para los próximos años.

Herramientas de liderazgo.

Como apoyo a la gestión de los equipos comerciales se han desarrollado herramientas propias del Banco, para facilitar la difusión y el seguimiento de los objetivos propuestos. Entre ellas se pueden detallar:

- Pioner de calidad, que reúne las principales directivas de la institución en cuanto a protocolos de atención, conductas observables y monitoreo de la gestión.
- CD multimedia, con ejemplos prácticos de pro-

tolos de atención para el manejo del gerente/subgerente con los colaboradores.

Sistema de medición y reconocimiento.

Para realizar el seguimiento de la gestión de los colaboradores en la performance de calidad de atención, BBVA Banco Continental ha implementado los cuadros de mando, que resumen de manera ágil y sencilla el desempeño de cada uno de los indicadores evaluados, mostrando un diagnóstico exclusivo de cada oficina. De esta manera el gerente y su equipo pueden establecer planes de acción para mejorar o sostener los niveles de atención.

Sistema de comunicación.

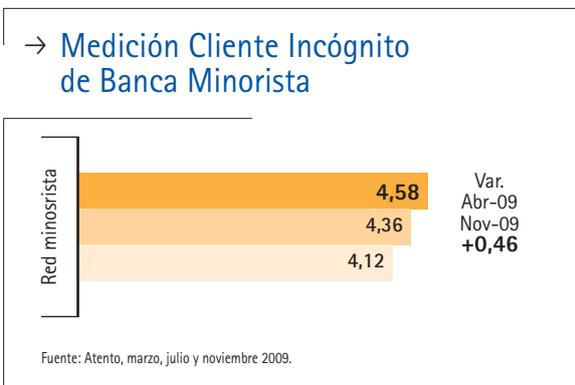
Con el objetivo de construir una relación más fluida entre los colaboradores y las recomendaciones de calidad, se creó la figura de Gustavo Gustoso, chef especialista en facilitarle la vida al cliente con calidez y agilidad, integrante activo de la Escuela Con Mucho Gusto.

En cuanto a la productividad, BBVA Banco Continental continuó con el Plan de Optimización de Procesos Comerciales, manteniendo el objetivo principal de mejorar los tiempos de atención a los clientes en cada una de las gestiones que realizan y, como consecuencia de ello, incrementar la productividad de ventas de nuestras redes de distribución. Nuestro indicador de productividad en el año 2009 fue de 94%.

Para el mencionado incremento de la productividad y el desarrollo de una gestión eficaz, la fidelización de los clientes es una de las preocupaciones institucionales más fuertes, logrando que la resolución de sus necesidades se convierta en un proceso continuo de satisfacción hacia el futuro, volviendo la relación de ocasional a permanente.

Continuando con el objetivo de conocer la calidad de atención realizamos una encuesta de calidad de atención telefónica interna, logrando un puntaje anual de 3,96/5, destacando la central telefónica del Banco que obtuvo la mayor puntuación en diciembre de 2009.

Para medir la calidad de atención de las oficinas se implementaron tres mediciones de cliente incógnito en toda la red de oficinas a nivel nacional, obteniéndose un resultado de 4,58/5 en la correspondiente a banca minorista, como se puede apreciar a continuación.



Por otro lado, una de las más importantes fuentes de insatisfacción de los clientes es la gestión no responsable de las reclamaciones. En este sentido, BBVA Banco Continental lanzó en 2008 un gran hito en gestión de reclamaciones: la implementación del CAR (Centro de Atención de Reclamos), encargado de concentrar todos los reclamos de nuestros clientes, permitiendo la mejora continua de nuestro servicio. Siguiendo con esta línea, en el año 2009, se implementó el Tiempo Óptimo de Respuesta (TOR), que consiste en medir los plazos en días para la efectiva atención de los reclamos, sobre la base de los siguientes factores:

- Frecuencia y recurrencia del reclamo.
- Complejidad de su resolución.
- Dependencia de otras unidades para su resolución.
- Tiempo de gestión externa hacia las marcas de tarjetas.

Se identificaron y evaluaron los reclamos con mayor incidencia y frecuencia (**reclamos recurrentes**), aquellos que por su operativa y complejidad son los que se solucionan con mayor rapidez (**reclamos de atención express**), y se asignó a cada casuística una cantidad de días TOR en la que debe resolverse cada reclamo.

Con el TOR, en tres días se atiende el 50% de los reclamos y en cinco días un total del 63%. Al día 15 los reclamos atendidos llegan al 98%. El 2% no atendido dentro del TOR está conformado por reclamos que por su naturaleza han necesitado una gestión especial con otras unidades internas y/o externas.

Asimismo, sobre la base de la identificación de los tipos de reclamos se ha especializado al personal del CAR por tipo de reclamo, lo que ha permitido que los indicadores del TOR sean sostenibles y se logre una mayor efectividad, eficiencia y productividad en este aspecto.

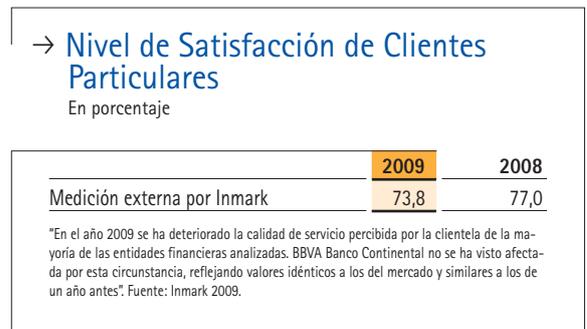
Con este proyecto, BBVA Banco Continental supera con creces tanto las exigencias legales vinculadas a la gestión de reclamaciones, como aquellas relacionadas con el control de cumplimiento de las normas de transparencia y defensa del cliente. Una buena práctica que le permite anticiparse a la competencia, responder de forma eficiente a las nuevas normativas al respecto y fortalecer la confianza y la fidelidad de sus clientes.

Con esta iniciativa, implementada en todo el Grupo BBVA, se pretende disponer de un proceso estructurado y coordinado de transformación y mejora de los modelos de gestión de reclamaciones –reporte externo, corporativo y local–, así como de un activo institucional diferencial con especial impacto en materia de responsabilidad y reputación.

Para BBVA Banco Continental, uno de los instrumentos más importantes en su apuesta por la mejora continua y la satisfacción del cliente es la figura del Defensor del Cliente Financiero. Se trata de un profesional independiente cuya función es proteger y defender los intereses de los clientes, cuando estos consideran que sus derechos se han visto vulnerados por alguna actuación de la empresa.

Igualmente, desde el año 2005 se cuenta en BBVA Banco Continental con el Oficial de Atención al Usuario, quien se encarga de velar por la implementación y cumplimiento de las políticas y procedimientos generales establecidos por el ente regulador al interior de la empresa. El Sistema de Atención al Usuario se sustenta en:

- Protección al consumidor y transparencia de la información.
- Atención de consultas y reclamos.
- Capacitación al personal.



Reclamaciones: CAR.

En el transcurso de 2009, BBVA Banco Continental ha ido implementando mejoras tanto en los procesos

internos del Centro de Atención de Reclamo (CAR), como en el aplicativo de Gestión de Reclamos (SAR).

El Banco ha establecido la devolución inmediata de un monto mínimo reclamado en operaciones de tarjetas de crédito, lo que nos permite responder en el plazo más breve posible un buen porcentaje de reclamos, disminuir costos en los procesos de gestión ante VISA y Master Card (horas-hombre, envío de documentación, procesos de contracargo, etc.) y mejorar los plazos de atención.

Por otro lado, para acelerar la evaluación de reclamaciones, las áreas de I+D y Seguridad flexibilizaron los puntajes de aprobación de los *scores* comercial y de fraudes por operaciones no reconocidas en tarjetas de crédito y débito, dando al CAR delegación para la resolución de estos reclamos. La aplicación de los *scores* se realiza mediante la evaluación de los criterios de rentabilidad del cliente, saldos medios, pertenencia a colectivos y su grado de confiabilidad en el aspecto comercial. En el tema de seguridad se aplican criterios de patrones de fraude establecidos.

Asimismo, I+D, Área Comercial, ha dado al CAR delegaciones de políticas comerciales para la resolución de reclamos reiterativos por devoluciones monetarias, como la Unidad de Medios de Pago y Consumo (con matriz de delegación para devolución de comisiones e intereses) y la Unidad de Segmentos (con matriz de delegación para devolución de comisiones de cuentas y tarjetas de pago de haberes).

En el último bimestre de 2009 se creó una opción en nuestra Línea de Reclamos de Banca por Teléfono, para que los clientes que llamaran por reclamos relacionados con seguros fueran atendidos por una Mesa de Ayuda con especialización en el tema. En muchos casos, luego de la orientación o aclaración de dudas sobre este producto, el cliente desiste de presentar un reclamo, lo que ha conllevado a que disminuya este tipo de casuística de reclamación.

Por otro lado, se estableció la evaluación preferencial a los reclamos identificados como procedentes de clientes pago-habientes, con el fin de darle mayor celeridad a su atención, conforme se hace con clientes VIP.

Seguridad, Protección al Cliente y Continuidad del Negocio

La información reservada de la que dispone BBVA Banco Continental sobre los clientes, ya sean personas naturales o jurídicas, y sobre sus operaciones tie-

Unidad de Fraude y Seguridad de la Información

Esta unidad, creada en abril de 2009, tiene como principal objetivo mantener de manera segura la información del Banco, asignando los perfiles y las facultades de manera específica a cada puesto. Asimismo, propone mejoras a los sistemas para que el Banco brinde un servicio seguro al cliente. La unidad ha dotado a los aplicativos con nuevas herramientas y medidas que previenen el fraude y garantizan la confidencialidad de la información. Actualmente viene trabajando la factibilidad de que los asesores de servicio puedan verificar en línea, desde sus máquinas, la ficha RENIEC del cliente que en ese momento atienden.

ne siempre el carácter de confidencial.

Con el fin de garantizar la seguridad de sus sistemas informáticos y cumplir eficazmente las exigencias legales en materia de secreto bancario y de protección de datos de carácter personal, BBVA Banco Continental cuenta con normas y procedimientos que amparan la confidencialidad de los datos y la continuidad del negocio. Un compromiso que se complementa con el Código de Conducta del Grupo, que contiene un apartado específico sobre protección de datos y donde el secreto bancario constituye, legal y éticamente, un punto de partida tanto para la empresa como para los propios empleados. En este sentido, debe destacarse que en BBVA Banco Continental, durante el ejercicio 2009, no se han dado casos de sanciones relevantes con relación al incumplimiento en estas materias que involucre a clientes y accionistas.

BBVA Banco Continental trabaja activamente en la prevención y detección de todos los tipos de fraude electrónico a través de una unidad denominada Fraude y Seguridad de la Información, encargada de vigilar la confidencialidad e integridad de los datos de sus clientes. Esta unidad lucha sin interrupción contra todas las amenazas que puedan afectar la información de nuestros clientes, realizando esta labor de forma coordinada con los demás bancos que forman parte del Grupo BBVA.

→ **Reclamaciones presentadas al Servicio de Atención al Cliente en el Perú**

En porcentaje

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|--|------------|------------|------------|
| Resueltas totalmente a favor del cliente | 79,71 | 47,98 | 56,55 |
| Resueltas a favor del Banco | 20,29 | 14,23 | 43,45 |
| En proceso de evaluación | 0 | 37,79 | 0 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: BBVA Banco Continental, 2009.

→ **Número Medio de Días en Resolver un Reclamo**

| Medio de interposición | 2009 | 2008 | 2007 |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Defensor del Cliente | | | |
| Financiero | 26 | 19 | 19 |
| Indecopi* | 19 | 19 | 17 |
| Superintendencia de Banca y Seguros | 10 | 18 | 20 |
| Reclamaciones internas | 9 | 9 | 11 |
| Total | 64 | 65 | 67 |

*Instituto Nacional de Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.
Fuente: BBVA Banco Continental, 2009.

→ **Número de reclamaciones ante la autoridad suprabanca**

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|
| Superintendencia de Banca y Seguros | 48 | 55 | 72 |
| Indecopi | 150 | 99 | 63 |
| Total | 198 | 154 | 135 |

Fuente: BBVA Banco Continental, 2009.

Transparencia, Publicidad y Etiquetado

En el marco de la Ley de Transparencia, BBVA Banco Continental viene cumpliendo con las normas vigentes en materia de protección al consumidor, transparencia de información y atención al usuario dispuestas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). Al respecto se han establecido los mecanismos necesarios para absolver de manera oportuna las consultas y reclamos que formulan los usuarios. Adicionalmente, es claro el objetivo de brindar en forma oportuna la información necesaria a los usuarios,

por lo cual BBVA Banco Continental se preocupa por mantener a disposición de sus clientes y público en general toda la información necesaria que conlleve a brindar una adecuada orientación, actualizando en forma permanente tanto su página web como los comunicados, tarifarios y afiches publicados.

El Banco cumple rigurosamente con las normativas que rigen en el país en cuanto a información y etiquetado de los productos. Vale precisar que toda su publicidad (sin importar el medio de difusión, sea radio, televisión, afiches, mailing, entre otros) es sometida a una previa evaluación por el área de servicios jurídicos, la que valida si cumple con la normativa legal y sobre todo con lo referente a la protección al consumidor, evitando generar informaciones engañosas. La norma de transparencia de información y disposiciones complementarias son aplicables a la contratación con usuarios del sistema financiero.

En 2009 se implementaron controles más rigurosos para efectivizar el cumplimiento de la ley a todo nivel del Banco y al más mínimo detalle.

Multicanalidad

El reto de BBVA Banco Continental es que las personas tengan toda la entidad a su disposición de forma constante por medio de los canales directos, pensados para poder realizar cualquier transacción. Por esta razón, la multicanalidad es un valor añadido: cada canal convive con los demás y todos son compatibles y complementarios.

Además de la red de 263 oficinas y la red de 639 cajeros automáticos, los principales canales directos con los que cuenta el Banco son:

Canal Internet.

La página web de BBVA Banco Continental (www.bbvabancocontinental.com) registró más de 25 millones de transacciones.

En 2009, BBVA Banco Continental ha mantenido el compromiso, adquirido cuatro años atrás, de accesibilidad en línea de la información a las personas con discapacidad, para lo cual cumple con los estándares más avanzados en el tema.

Canal Telefónico.

La Banca Telefónica, disponible 24 horas al día durante los 365 días del año, registró en 2009 más de siete millones de llamadas por respuesta de voz inte-

ractiva (IVR por sus siglas en inglés), mostrando un incremento del 3%. Recibió asimismo más de 1,8 millones de llamadas en servicios de atención telefónica, que han permitido acercar los productos y servicios del Banco a sus clientes.

Canal Móvil.

Gracias al canal SMS, los clientes del Banco pueden acceder a servicios financieros mediante sus teléfonos móviles. En 2009, más de 1,6 millones de mensajes cortos fueron enviados con información financiera.

Canal Agente Corresponsal.

Al cierre de 2009 el Banco cuenta con 288 Agentes Express y 49 Agentes Express Plus, que han permitido tener un crecimiento transaccional del 34%.

Canal Módulo de Saldos y Operaciones.

Es uno de los canales con mayor crecimiento (70%) en 2009, con más de 1,3 millones de transacciones a través de 222 módulos operativos, contribuyendo en la migración de operaciones críticas para aliviar la atención en ventanillas.

Canal Módulos Telefónicos.

El Banco ha puesto a disposición de sus clientes 225

módulos que les permiten acceder sin costo alguno a la Banca Telefónica para realizar consultas, operaciones, presentar reclamos y solicitar productos.

Para reforzar este compromiso de multicanalidad con el cliente, también se firmó un acuerdo con la red de cajeros (GlobalNet) que permitió a todos quienes conforman el programa Mundo Sueldo (que reciben sus sueldos a través de cuentas en BBVA Banco Continental) ser atendidos sin costo alguno en más de 1.900 cajeros automáticos adicionales a la red propia del Banco, totalizando más de 2.500 cajeros automáticos a su servicio.

→ Canales de Atención

| Oficinas a Nivel Nacional | 2009 | 2008 |
|-------------------------------|-------------|-------------|
| Red Minorista | 243 | 233 |
| Banca Patrimonial | 1 | 1 |
| Red Banca Mayorista | 19 | 19 |
| Total | 263 | 253 |
| Cajeros Automáticos | 2009 | 2008 |
| Lima | 424 | 336 |
| Provincias | 215 | 163 |
| Total | 639 | 499 |
| Agentes Express + Plus | 2009 | 2008 |
| Lima | 196 | 218 |
| Provincias | 141 | 250 |
| Total | 337 | 468 |

La disminución de los establecimientos denominados Agentes Express se debe a la cancelación del acuerdo con las Boticas Arcángel, sumándose a ello otros comercios que mantenían baja productividad en el canal.

| Módulos de Saldos y Operaciones | 2009 | 2008 |
|---------------------------------|--------------|--------------|
| Lima | 155 | 146 |
| Provincias | 67 | 62 |
| Total | 222 | 208 |
| Módulos Telefónicos | 2009 | 2008 |
| Lima | 159 | 152 |
| Provincias | 66 | 66 |
| Total | 225 | 218 |
| Total general | 1.686 | 1.646 |

→ Transacciones por Canal

En porcentaje

| Canal | 2009 | 2008 |
|--------------------------------|------------|------------|
| Oficinas | 25 | 28 |
| Cajeros Automáticos | 27 | 26 |
| Banca por Internet | 14 | 15 |
| Banca por Internet Empresas | 20 | 17 |
| Banca Móvil-SMS | 1 | 1 |
| Banca por Teléfono | 3 | 4 |
| Agente Express | 1 | 1 |
| Agente Express Plus | 1 | 1 |
| Módulo de Saldos y Operaciones | 1 | 1 |
| POS (débito) | 7 | 7 |
| Total | 100 | 100 |



Inclusión Financiera

1.421

Financiación de consumo (millones de Soles)

6,5%

Remesas del exterior. Cuota clientes

En su constante preocupación por llegar a sectores más distantes y menos atendidos, BBVA Banco Continental no cesa de buscar alianzas y desarrollar estrategias para acercar sus servicios a la mayor cantidad de población.

Continuando con el desarrollo del Plan Estratégico de RRC del Grupo BBVA, en Perú se está trabajando en el tema de inclusión financiera. En este campo BBVA Banco Continental realiza sus mayores esfuerzos con el fin de promover la integración de los sectores más excluidos y atender a los mercados más distantes.

Plan de Bancarización

En 2009 BBVA Banco Continental continuó con su estrategia de bancarización iniciada en 2006, aunque

el ritmo de crecimiento de la clientela fue menor al de años anteriores como consecuencia de la desaceleración generalizada de la economía. La estrategia del año mencionado estuvo enfocada en el incremento de los niveles de vinculación de la base de clientes, la que se había duplicado en los últimos cinco años, con un especial énfasis en los clientes de nómina. Para lograr este objetivo se realizó una simplificación importante de los procesos de adquisición de productos de financiación en este segmento, con énfasis en la accesibilidad al financiamiento, y se aseguró el incremento en el número de puntos de atención disponibles para ges-

tionar la transaccionalidad de estos clientes.

El cruce de productos sobre clientes de nómina produce mayores niveles de rentabilidad en comparación a los clientes no-nómina y, sobre todo, tiene un impacto positivo en los niveles de impagos, que son menores para clientes que acreditan su nómina en el Banco. El año 2010 se inicia con muchos retos que acompañarán al proceso de bancarización, siendo quizás el más importante el asociado a la obligatoriedad de intermediar a través del sistema bancario las nóminas de empresas de más de diez trabajadores, proyecto que actualmente se encuentra en revisión en el Congreso de la República.

→ **Plan de Bancarización**

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Número de clientes activos | 1.326.144 | 1.317.992 | 1.227.189 |
| Número de clientes financiados | 270.081 | 298.750 | 217.518 |
| Financiación de tarjetas (millones de nuevos soles) | 543 | 595 | 485 |
| Financiación de consumo (millones de nuevos soles) | 1.421 | 1.249 | 1.034 |

Banca para Inmigrantes: Recepción y Cobro de Remesas del Exterior

La crisis internacional vivida en 2009 también impactó los servicios de envío de dinero del exterior, tanto que para dicho año el número de operaciones pagadas por BBVA Banco Continental ascendió a 304 mil (25% menos que en el 2008), el número de envíos de España se redujo en 31%, mientras que los de EEUU cayeron en 12%. No obstante, el monto promedio de remesas desde ambos destinos se mantuvo similar al del 2008, situándose en US\$ 390 y US\$ 332 respectivamente.

Llegar donde otros no llegan

La estrategia de los agentes corresponsales ha logrado que el Banco llegue a los lugares más alejados del país brindando acceso a los servicios financieros a un mayor número de la población, como es el caso del que se ha instalado en la provincia de Oyón, ubicada a 4.700 msnm, en la sierra central del departamento de Lima.

En términos de cuota de mercado, BBVA Banco Continental mantiene el 6,5% del 2008, sustentándose en las campañas de difusión de este servicio y de impulso a la Cuenta Ahorro Remesa, cuyos principales beneficios son:

- Efectuar el retiro de las remesas recibidas en cualquier momento y desde la red de cajeros automáticos a nivel nacional.
- No se cobra gastos por recibir remesas ni por mantenimiento de la cuenta.
- Se gana intereses por el dinero que se recibe.
- Acceso a consultas sobre el abono de la remesa a través de Banca por Teléfono o Banca por Internet, sin costos adicionales.

Agentes Corresponsales

BBVA Banco Continental ha desarrollado una estrategia de penetración para llegar a más sectores de la población con sus servicios. Esta estrategia consiste en crear alianzas estratégicas con pequeños negocios en diferentes zonas de Lima y el interior del país. A 2009 cuenta con 337 Agentes Corresponsales, 40 de los cuales se encuentran ubicados en zonas donde aún no se ha instalado una oficina del Banco, como es el caso de las provincias de Jaén, Huancavelica, Yauli, Oyón, El Collao, entre otras.



Finanzas Responsables

1,04%

Cartera atrasada

100%

Personal capacitado en lavado de activos

La naturaleza de la actividad del Banco lo obliga a ser responsable en todas las aristas desde donde se le observa; por ello los impactos sociales y medioambientales que derivan de su actuación en el marco del negocio financiero lo comprometen a manejar rigurosos y estrictos criterios de evaluación.

La Gestión Responsable del Riesgo en BBVA Banco Continental

Para el Grupo BBVA la gestión del riesgo es uno de sus pilares básicos y una de sus fortalezas. En un entorno como el actual, esta estricta y responsable gestión del riesgo permite a BBVA Banco Continental situarse como uno de los bancos más fuertes, manteniendo sus ratios económicos por encima de la competencia, con una gran solidez diferencial gracias a la holgada liquidez del Grupo, una alta calidad de activos y una reconocida solvencia.

Esta gestión integral y responsable del riesgo se adapta al entorno cambiante desde una posición de comodidad y con un amplio margen de maniobra, ubicando a BBVA Banco Continental a la vanguardia del negocio financiero y convirtiéndolo en un agente de cambio en el mercado peruano. Asimismo, fortalece su relación con los diferentes organismos multilaterales, en las distintas líneas de negocio.

En este sentido, durante 2009 se realizó un permanente plan de capacitación y sensibilización interna, con el fin de mejorar las capacidades en materia ambiental tanto de la red comercial como de los ana-

listas de riesgos. El programa benefició a 27 personas con un total de 54 horas/hombre, quienes han sido formadas en el conocimiento y aplicación de las políticas, procedimientos y herramientas ambientales que el Banco ha establecido para sus líneas de negocio.

Asimismo, dos profesionales del área de riesgos han sido formados en gestión de riesgos ambientales y sociales, a través del programa de capacitación virtual “Análisis de riesgos ambientales y sociales” (UNEP FI – Ecobanking).

Grandes Empresas y Financiación de Proyectos

La gestión del riesgo social y ambiental en la financiación de grandes proyectos sigue siendo un tema de vital importancia para BBVA Banco Continental. El Grupo BBVA quiere contribuir a la financiación del desarrollo de infraestructuras encaminadas a crear un lugar mejor para las personas, pero sin descuidar ni el medioambiente ni a la sociedad. Por ello es firmante desde 2004 de los Principios de Ecuador, comprometiéndose a evaluar y tomar en consideración los riesgos sociales y medioambientales de los proyectos que financia. Estos principios son de aplicación en la financiación de grandes proyectos por BBVA Banco Continental

Ratificando el cumplimiento de los Principios de Ecuador se han introducido notables mejoras en el procedimiento para su aplicación. En 2009 BBVA Banco Continental ha aplicado dichos principios a todas las operaciones de financiación que superan los US\$ 10 millones.

Los últimos proyectos que el banco ha financiado se cerraron en el 2008, cumpliéndose con los Principios de Ecuador (cumplimiento validado por un asesor medioambiental independiente).

El proceso de evaluación de la financiación de un proyecto en Perú se realiza de la siguiente manera:

- Un responsable de Financiación Estructurada de Perú
- Un asociado/analista del equipo de Banca de Inversión Perú
- Un director del Equipo de Financiación Estructurada América (FEA)
- Un asociado/analista de FEA, complementando el equipo local

Durante la etapa de evaluación inicial del pro-

yecto el cumplimiento de los Principios de Ecuador se evalúa internamente, tanto por el equipo y personas de Desarrollo de Negocio en España y Gestión de Riesgo Ambiental Perú. Una vez mandatados, y con el feedback de estas áreas internas, se solicita un informe de un asesor independiente quien indica si el proyecto cumple con los principios, e indica temas a revisar o seguir con el plan de mantenimiento. Asimismo, se define la periodicidad con la que el asesor independiente debe producir informes medioambientales durante la construcción y durante la operación.

Para más información sobre los Principios de Ecuador, consultar: www.equator-principles.com.

Evaluación del Riesgo Ambiental

De acuerdo con los criterios sociales y ambientales en la evaluación del riesgo (estándares de desempeño del IFC, lista de actividades excluidas de BBVA Banco Continental), en 2009 el Banco aplicó un modelo adecuado a sus requerimientos para calcular los valores de riesgo medioambiental de las operaciones que financia dentro de la Cartera Verde, la que considera cuatro variables que definen tres niveles de riesgo ambiental (A = Alto, B = Medio, C = Bajo). Estas variables agrupan cuatro aspectos relacionados con el medio ambiente: la naturaleza de la actividad económica, el tamaño de la inversión, el impacto directo o indirecto en el entorno natural y el impacto en el entorno social.

Uno de estos productos es Mi auto GNV, que consiste en la financiación de préstamos vehiculares a personas naturales para la compra de vehículos con el sistema de gas natural. Este programa pertenece a la Cartera Verde del Banco.

Dentro de la gestión de la Cartera Verde se tiene una relación de proyectos y actividades excluidas y restringidas que por principio el Banco no financia, entre ellas la utilización de trabajo infantil de forma perjudicial, trabajo forzoso, esclavo o similar o la producción o comercialización de productos farmacéuticos sujetos a retiro progresivo o prohibiciones de uso de acuerdo a la relación emitida por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA); así como también se requiere de una evaluación rigurosa para los casos de financiación de juegos de azar, casinos u otros equivalentes, la misma que es aprobada a nivel de un Comité Ejecutivo.

Este tipo de producto es creado por identificación directa del Banco por los beneficios medioambientales que traen, diferenciándolo en el sistema frente a sus competidores y cuyo financiamiento es con recursos propios.

Uno de los soportes de la evaluación del riesgo ambiental es la presión legislativa y la fiscalización de determinados componentes del medio ambiente. BBVA Banco Continental se apoya en los instrumentos de gestión ambiental que exige la legislación nacional y en la información que publican las autoridades sectoriales correspondientes en cada actividad.

Sobreendeudamiento y Gestión del Riesgo

Durante 2009 se manifestaron con mayor agudeza los efectos de la crisis económica y financiera mundial, al contraerse la actividad de los sectores más vinculados y vulnerables por su dependencia del mercado internacional. Esto generó un descenso del nivel de empleo y dificultades en la capacidad de pago de algunos clientes.

A pesar de este panorama nacional, la calidad de la cartera crediticia de BBVA Banco Continental se mantuvo en el mejor nivel del sistema financiero, con un ratio de cartera atrasada de 1,04% en comparación con el del sistema financiero (1,56%).

Esto se pudo conseguir sobre la base de una escrupulosa gestión del riesgo, sustentada en herramientas predicativas, de buró y comportamentales que analizan el nivel de deuda en el sistema financiero versus los ingresos netos familiares de los clientes, identificándose adecuadamente el endeudamiento para no afectar su capacidad económica y poner en riesgo el cumplimiento del pago de sus obligaciones tanto con el Banco como con el sistema financiero.

Adicionalmente las herramientas del Banco permiten efectuar un seguimiento del total de la cartera vigente e identificar señales de alertas preventivas (antes del incumplimiento del cliente), para tomar acciones rápidas que mitiguen riesgos futuros de impago o de asumir mayores endeudamientos con el cliente.

Finalmente, también se desagrega de la cartera de clientes a grupos de riesgo para una “gestión de cobranza diferenciada”, lográndose efectividad en la recuperación y costos de dicho proceso.

Establecimiento del Grupo BBVA en Centros Financieros Off-Shore

En el mes de diciembre de 2008, el Banco participó en una operación de titulización de remesas y en la consecuente constitución de una sociedad denominada Continental DPR Finance Company, en las Islas Caimán.

Esta sociedad puede calificarse como un special purpose vehicle (SPV); es decir, como una compañía cuyo único objetivo es participar como originador en la titulización de las remesas que el Banco recibe de sus clientes.

Prevención del Lavado de Activos y de la Financiación de Actividades Terroristas

La prevención del lavado de activos y de la financiación de actividades terroristas (en adelante y conjuntamente prevención del lavado de activos) constituye, ante todo, un objetivo prioritario que el Grupo BBVA asocia a su compromiso de favorecer y preservar el bienestar de los distintos entornos sociales en los que desarrolla sus actividades y entre los que se encuentra BBVA Banco Continental.

Para el Grupo, y en consecuencia para el Banco, evitar que sus productos y servicios sean utilizados con finalidades delictivas constituye, igualmente, un requisito indispensable para preservar su integridad corporativa y, con ello, uno de sus principales activos: la confianza de las personas e instituciones con las que diariamente se relaciona (clientes, empleados, accionistas, proveedores).

Teniendo en cuenta ese principio se han adoptado las políticas y procedimientos necesarios, con el propósito de:

- Prevenir que el Grupo sea utilizado como un medio para efectuar cualquier actividad ilegal o ilícita.
- Prevenir que la actividad ilícita alcance la propiedad o los activos del Grupo.
- Procurar la identificación de cualquier posible actividad ilícita que se lleve a cabo a través del Grupo y/o que involucre a cualquiera de sus propiedades o activos; de tal manera que se pueda reportar dicha actividad a las autoridades competentes, según los procedimientos establecidos en las disposiciones legales vigentes.

No obstante lo anterior, entendemos la política de conocimiento del cliente –para efectos de la pre-

vención del lavado de activos– como parte integral de nuestro negocio, uniéndola a los esfuerzos que se hacen por conocer al cliente en otras áreas. De esta forma, el conocimiento del cliente desde el punto de vista comercial sirve como guía para la política de prevención del lavado de activos y, a su vez, dicha prevención puede arrojar información valiosa que se traduce en un mejor servicio a los clientes.

Para cumplir con lo antes mencionado, el Grupo aplica el principio “Conozca a su Cliente” (CSC) como la piedra angular de sus esfuerzos para prevenir e identificar cualquier actividad ilícita que ocurra o intente ocurrir.

Durante 2009 el Banco, en cumplimiento de uno de sus principios de Grupo, ha potenciado un modelo corporativo de gestión del riesgo de lavado de activos mediante:

- La actualización y adecuación continua de sus políticas y procedimientos a las modificaciones de la legislación nacional y nuevas normas complementarias, así como incorporando las mejores prácticas internacionales en estas materias.

- El desarrollo de un programa permanente de comunicación y formación en prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo, que incluye al personal de todas las entidades que conforman nuestro Grupo. La labor de formación del personal es considerada como una actividad imprescindible en el sistema de prevención que aplica BBVA Banco Continental, sus subsidiarias y AFP Horizonte, porque se entiende que es uno de los principales mecanismos para prevenir que nuestras entidades sean utilizadas con fines ilícitos. Centrada especialmente en los colectivos que desempeñan su labor en áreas de mayor riesgo, las acciones formativas se diseñan en

cuanto a su formato, duración y contenido para adaptarlas a los distintos colectivos que forman parte de BBVA Banco Continental. Por tanto, la formación tiene el propósito de generar la aptitud y la sensibilización del personal, además de cumplir con la obligación legal al respecto.

- La implantación de un nuevo aplicativo de filtrado de nuestros clientes, denominado FIRCO-SOFT, que permite la detección de cualquiera que haya sido incluido en alguna lista pública internacional (Lista OFAC, Lista UE, Lista Naciones Unidas, etc.), así como de las personas políticamente expuestas (PEP).

- El perfeccionamiento de los sistemas de monitorización ya existentes, como es el caso de la Plataforma Mantas, un aplicativo que funciona a nivel de escenarios, permitiendo supervisar la actividad transaccional de nuestros clientes y detectar las desviaciones en sus comportamientos agregados a nivel de cliente-cuenta-transacción.

- La implantación de una nueva plataforma de filtrado y monitoreo de las transferencias emitidas y recibidas por nuestros clientes.

- Con la finalidad de evaluar el cumplimiento de la normativa interna de conocimiento del cliente y sensibilizarlas sobre la importancia tanto de este conocimiento como de la actividad, se efectuaron visitas a 63 oficinas de la red de Lima y provincias, que por sus características estarían más expuestas a ser utilizadas para actividades de lavado de activos.

Asimismo, el Grupo BBVA ha continuado colaborando con organizaciones internacionales, organismos gubernamentales y otras instituciones en la lucha contra el crimen organizado, el terrorismo y demás formas de delincuencia.

→ Prevención del Blanqueo de Capitales, Lavado de Dinero y Actividades Terroristas

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|---|-------|-------|-------|
| Participantes en actividades formativas en materia de prevención de blanqueo de capitales | 4.327 | 4.313 | 3.423 |
| Personas especialistas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas | 9* | 7 | 6 |

*La Unidad de Cumplimiento está integrada por nueve personas: cinco realizan actividades especializadas de prevención de lavado de activos y financiación de actividades terroristas, que cubren a BBVA Banco Continental, subsidiarias y AFP Horizonte; dos se encargan de actividades relacionadas con el cumplimiento de los códigos de conducta y de ética, así como con la atención de requerimientos de información de oficinas; una persona trabaja en la gestión de información y el control de transacciones; la última gerencia la unidad.



Productos y Servicios Responsables

S/. 3.871 MM

Colocaciones de créditos hipotecarios

Los aspectos sociales y medioambientales generan un mundo de nuevas necesidades y oportunidades. BBVA Banco Continental trabaja para generar una oferta adaptada a las necesidades de cada persona o comunidad de personas.

Inversión Socialmente Responsable

Se entiende como inversión socialmente responsable (ISR) aquella que añade al análisis de rentabilidad y riesgo, criterios éticos, sociales y ambientales, para seleccionar como destino de su inversión a las empresas con mejor comportamiento sostenible a largo plazo.

Es preciso aclarar que por el momento BBVA Banco Continental no tiene políticas formales de voto relativas a asuntos sociales o ambientales, más allá de tener presentes los principios corporativos y compromisos asumidos de actuación en esta materia.

Vivienda y Acceso al Crédito Hipotecario

Durante 2009, BBVA Banco Continental tuvo una activa participación en el mercado inmobiliario registrando un crecimiento en el saldo total de sus préstamos hipotecarios, los cuales alcanzaron los S/. 3.871 MM, lo que significó una cuota de mercado de 30,74%.

Este crecimiento es el resultado de la continua optimización de los procesos vinculados al producto, del incremento en 10,28% del número de clientes hipotecarios y de su activa participación en el financiamiento de desarrollos inmobiliarios a empresas promotoras-

constructoras, segmento en el cual mantuvo el liderazgo con un 37,64% del mercado inmobiliario local.

El Banco tuvo también una activa participación en el otorgamiento de préstamos bajo los programas del Fondo MiVivienda, los cuales cuentan con subsidios estatales que facilitan el acceso a la vivienda propia de los segmentos de la población que así lo requieren.

Es así que desde el mes de julio el Banco incorpora a su portafolio de productos hipotecarios el Nuevo Crédito MiVivienda, destinado a financiar la compra de viviendas cuyo valor se encuentre comprendido entre S/. 49.700 (14 UIT) y S/. 177.500 (50 UIT). El monto máximo de financiamiento es de S/. 159.750 (45 UIT). Adicionalmente cuenta con un Premio al Buen Pagador de S/. 10.000 fijos, que beneficia a los clientes que cumplan con pagar puntualmente sus cuotas.

| → Créditos Hipotecarios | | |
|--------------------------------|-------|-------|
| En millones de Soles | | |
| | 2009 | 2008 |
| Colocaciones | 3.871 | 3.698 |

Segmento Pymes.

Entre las acciones realizadas con el segmento Pymes durante 2009, destacaron las campañas de Fiestas Patrias, E-mpresario y Navidad, todas ellas orientadas a incrementar colocaciones de financiamiento de capital de trabajo y dirigidas a empresarios con giros o actividades económicas perfiladas en alguno de estos esquemas comerciales. Se logró una penetración de 32.091 clientes Pymes y Persona Natural con Negocio (PNN), cuyos saldos medios activos alcanzaron los S/. 961 MM.

Se estima que el potencial de colocación en el mercado de Pymes y PNN es de aproximadamente S/. 5.300 millones y que seguirá creciendo dado el desarrollo económico del país.

Instituciones Públicas y Privadas No Lucrativas

BBVA Banco Continental continúa apoyando con la prestación de servicios especiales a instituciones públicas y privadas como es el caso del servicio de pago de haberes, préstamos hipotecarios y diversos. Las unidades responsables de estas funciones son Banca Institucional e Innovación y Desarrollo.

A continuación detallamos algunas de las acciones realizadas durante 2009 con las principales entidades:

• **Seguro Social de Salud EsSalud:** Se incrementó a 33 mil el número de pagohabientes del que se considera el colectivo más importante del Banco. Se realizaron siete campañas exclusivas para ellos durante el año, incluyendo una feria escolar en febrero y la campaña de navidad en noviembre y diciembre.

Adicionalmente, en 2009 se apoyó a EsSalud con la emisión de las garantías necesarias para la adquisición de equipos y para la construcción o ampliación de hospitales, cuya finalidad es la mejora de los servicios e infraestructura para los asegurados que conforman el Seguro Social de Salud.

BBVA Banco Continental es la única institución que atiende el servicio de pago de subsidios que canaliza EsSalud por lactancia, maternidad, invalidez, entre otros. Son más de 10.000 de asegurados atendidos por mes a través de nuestra red de oficinas a nivel nacional, colaborando con la prestación de este importante rol de la Seguridad Social.

• **Derrama Magisterial:** En 2009 se continuó con el auspicio exclusivo de la revista *Maestro*, editada por la Derrama Magisterial, organismo autónomo del sector Educación. Esta publicación llega a todo el colectivo de más de 100.000 maestros activos y cesantes a nivel nacional, con temas sociales y de interés colectivo.

• **Pontificia Universidad Católica del Perú:** Importante centro de estudios superiores fundado en 1917, que ofrece 44 carreras a su comunidad compuesta por 17 mil estudiantes en pregrado y 1.402 en posgrado. Durante 2009 se mantuvo el convenio con su Centro Cultural, el cual promueve y difunde diferentes expresiones culturales como el cine, el teatro y las artes plásticas, con el propósito de lograr un acercamiento entre el cliente y el arte. El Banco continuó con el programa de becas que mantiene con esta universidad financiando los estudios de 16 alumnos cada año.

• **Ejército Peruano:** Para atender a este colectivo el Banco ha instalado una oficina en el Cuartel General, atendiendo al personal activo y cesante, cerca de 24.000 pagohabientes, brindándoles facilidades crediticias en condiciones preferenciales a través de la Banca Minorista. Se incluyen los diversos fondos relacionados, como el Fondo de Vivienda Militar del Ejército (FOVIME), el Fondo de Salud del Personal

Militar del Ejército y los Fondos de Retiro del Personal de Ejército. Durante 2009 se apoyó la edición de la revista *Guía de Bienestar para la Familia Militar*, donde se detallan los diferentes servicios brindados al personal militar y familiares, y cuya distribución es gratuita.

- **US Embassy Association:** Como en años anteriores, el Banco apoyó a la mencionada asociación, conformada por las esposas de todos los funcionarios de la Embajada de USA, en su evento “Noche de Arte”, considerada la exhibición-venta de arte más importante del país con fines sociales y culturales. En esta ocasión, al conmemorarse el 40 aniversario de la asociación, el evento se realizó en nuestra sede central y contó con la participación de 450 artistas, 800 obras en exhibición y 5.400 asistentes. El dinero recaudado se destinó a apoyar a distintas instituciones sociales que no tienen los recursos suficientes para su desarrollo.

- **Asociación de Damas de las Naciones Unidas (ADNU):** Se trata de una asociación sin fines de lucro, integrada por las funcionarias, ex funcionarias y esposas de funcionarios del Sistema de Naciones Unidas (PNUD, OIT, FAO, OIM, UNFPA, UNICEF, UNOPS, entre otros). Se creó en 1948 y tiene filiales en casi todos los países donde hay presencia de la ONU, apoyando a los sectores más necesitados mediante donaciones personales periódicas y obligatorias, así como con los fondos que logran recolectar en el “Bazar Internacional” que organizan todos los años, evento en el que BBVA Banco Continental es auspiciador principal, proporcionando apoyo en su organización y en todo lo relacionado al manejo de sus fondos.

Asimismo el Banco mantiene excelentes relaciones comerciales con instituciones como Caritas del Perú, Federación Internacional de la Cruz Roja, Sociedad Peruana de la Cruz Roja, Cruz Roja Española y Alemana a las cuales brinda su constante apoyo en las diversas campañas de recaudación de donaciones monetarias, víveres y ropa, las cuales forman parte del apoyo que estas entidades ofrecen cuando se producen desastres naturales.

Cabe anotar que en 2009 se brindó especial apoyo, en una campaña conjunta con la Cruz Roja Peruana, a las zonas afectadas por el friaje en el sur del país, el cual afecta la salud de las personas, debido a que aumenta el riesgo de infecciones respiratorias agudas, produciendo en muchos casos la muerte de ancianos y menores de cinco años.

Productos y Servicios con Carácter Ambiental

BBVA Banco Continental, dentro de su política sobre medio ambiente, entiende que su principal compromiso al respecto se canaliza a través de la financiación de proyectos y del desarrollo de productos y servicios de índole ambiental. A continuación se mencionan algunas de las acciones de 2009.

- **Convenio de financiación con Philips:** Busca ofrecer implementación de iluminación ecoeficiente con precios especiales en los productos que ofrece esta compañía y accediendo a tasas preferenciales en el Banco, con plazos de hasta 24 meses y financiando hasta el 100% del proyecto. Esta campaña fue lanzada a finales del año pasado, por lo que a diciembre no se contaba con información de colocaciones concretadas. Lo que el Banco espera como financiamiento es un aproximado de 500 clientes con US\$ 2 MM, además de proporcionar una alternativa que promueva eficiencia en la empresa y mejora en el medio ambiente.

- **Financiación de vehículos para taxis a gas natural:** Se trata del programa Mi Auto GNV, dirigido a todos aquellos trabajadores que utilizan su vehículo como principal herramienta de trabajo. Se caracteriza porque parte de la cuota mensual es financiada por medio del sistema de recaudación COFIGAS de la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), es decir que cada vez que el cliente hace una recarga de gas en su vehículo va amortizando la cuota mensual de su préstamo. El financiamiento de estos autos forma parte de la Cartera Verde de BBVA Banco Continental, constituida por un portafolio de operaciones que contribuyen al cuidado del medio ambiente y que es evaluado por el área de Riesgo Ambiental. Al cierre de 2009 se colocaron 1.288 unidades de taxi GNV, por un valor total de US\$ 16.136.000.

Estas colocaciones, que cumplen con los requisitos ambientales y sociales, representan el 0,2% del total de las colocaciones realizadas por el Banco en el 2009.

El programa Mi Taxi es un producto dentro de la línea Contrato, dirigido al segmento de taxistas. La financiación consiste en la venta de vehículos con el sistema de gas natural, también a través de COFIDE. A lo largo del 2009 se colocaron 1.334 unidades y el monto total por concepto de desembolsos ascendió a US\$ 43.44 millones.



Gestión Responsable de los RRHH

4.327

Total de empleados

53/47%

Hombres/Mujeres

69,7

Horas de formación por empleado

Construimos un lugar ideal para trabajar a través del talento, clima laboral y calidad, ejes estratégicos de nuestra gestión integral desde recursos humanos.

Perfil de los Empleados

Los colaboradores son el activo principal y en BBVA Banco Continental se definen como aquellos que tienen conocimientos y habilidades para ser exitosos en sus distintos puestos de trabajo, constituyendo así el capital humano de la organización, el cual forma parte de nuestra cultura corporativa reflejada en la idea de trabajar “de personas para personas”.

Para hacerlo realidad, la Unidad de Recursos Humanos se dedica a la mejora continua con estándares éticos e igualdad de oportunidades, destacándose la meritocracia y reforzándose el trabajo en equipo, con un adecuado clima laboral de todos los colabo-

radores de las entidades del Grupo BBVA. Al cierre de 2009, el número total de colaboradores fue de 4.327.

→ Planilla por Funciones

| | Hombres | Mujeres | Total |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|
| Comité de Dirección | 9 | 2 | 11 |
| Directivos | 36 | 10 | 46 |
| Mandos Medios | 532 | 280 | 812 |
| Especialistas | 511 | 418 | 929 |
| Fuerza de Ventas | 337 | 438 | 775 |
| Puestos Base | 870 | 884 | 1.754 |
| Total | 2.295 | 2.032 | 4.327 |

→ Contratos por Tipos

| | Hombres | Mujeres | Total |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Plazo indeterminado jornada completa | 1.627 | 1.326 | 2.953 |
| Plazo indeterminado jornada parcial | 14 | 17 | 31 |
| Plazo determinado | 654 | 689 | 1.343 |
| Otros | 0 | 0 | 0 |
| Total | 2.295 | 2.032 | 4.327 |

→ Distribución por Edad

| | Hombres | Mujeres | Total |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|
| Menores de 25 años | 987 | 1.098 | 2.085 |
| De 25 a 35 años | 320 | 207 | 527 |
| De 36 a 45 años | 261 | 117 | 378 |
| De 46 a 50 años | 135 | 88 | 223 |
| De 51 a 53 años | 338 | 427 | 765 |
| Más de 53 años | 254 | 95 | 349 |
| Total | 2.295 | 2.032 | 4.327 |

→ Empleados por Departamento

En porcentaje

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Lima | 80,5 | 82,0 | 81,2 |
| La Libertad | 3,0 | 2,7 | 2,9 |
| Arequipa | 2,2 | 2,2 | 2,4 |
| Junín | 1,6 | 1,3 | 1,1 |
| Lambayeque | 1,6 | 1,3 | 1,2 |
| Piura | 1,5 | 1,4 | 1,4 |
| Cuzco | 1,4 | 1,2 | 1,2 |
| Ica | 1,2 | 1,1 | 1,0 |
| Loreto | 1,1 | 1,1 | 1,2 |
| Áncash | 1,0 | 0,9 | 1,1 |
| San Martín | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| Ucayali | 0,9 | 0,9 | 0,9 |
| Puno | 0,6 | 0,6 | 0,7 |
| Huánuco | 0,6 | 0,6 | 0,6 |
| Tacna | 0,6 | 0,6 | 0,7 |
| Cajamarca | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| Tumbes | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Ayacucho | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Pasco | 0,2 | 0,2 | 0,3 |
| Moquegua | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

→ Empleados por Departamento y por Género

| | Hombres | Mujeres | Total |
|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Lima | 1.830 | 1.652 | 3.482 |
| La Libertad | 69 | 60 | 129 |
| Arequipa | 46 | 48 | 94 |
| Junín | 34 | 35 | 69 |
| Lambayeque | 34 | 34 | 68 |
| Piura | 35 | 30 | 65 |
| Cuzco | 39 | 22 | 61 |
| Ica | 26 | 27 | 53 |
| Loreto | 30 | 18 | 48 |
| Áncash | 19 | 24 | 43 |
| San Martín | 34 | 8 | 42 |
| Ucayali | 22 | 18 | 40 |
| Puno | 17 | 10 | 27 |
| Huánuco | 15 | 10 | 25 |
| Tacna | 15 | 10 | 25 |
| Cajamarca | 10 | 12 | 22 |
| Tumbes | 7 | 3 | 10 |
| Ayacucho | 6 | 3 | 9 |
| Pasco | 4 | 5 | 9 |
| Moquegua | 3 | 3 | 6 |
| Total | 2.295 | 2.032 | 4.327 |

→ Planilla por Edad

En porcentaje

| | 2009 | | | | 2008 | | | | 2007 | | | |
|------------------------|------------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|
| | Edad media | <26 | 26-45 | >45 | Edad media | <26 | 26-45 | >45 | Edad media | <26 | 26-45 | >45 |
| BBVA Banco Continental | 34,89 | 24,20 | 52,60 | 23,20 | 34,43 | 28,00 | 48,40 | 23,60 | 35,32 | 20,00 | 55,20 | 24,70 |

→ Planilla por Funciones

| | Hombres | Mujeres | Total personas |
|---------------------|------------|------------|----------------|
| Comité de Dirección | 82% | 18% | 11 |
| Directivos | 78% | 22% | 46 |
| Mandos Medios | 66% | 34% | 812 |
| Especialistas | 55% | 45% | 929 |
| Fuerza de Ventas | 43% | 57% | 775 |
| Puestos Base | 50% | 50% | 1.754 |
| Total | 53% | 47% | 4.327 |

→ Planilla por Funciones

| | Total | % |
|---------------------|--------------|-------------|
| Comité de Dirección | 11 | 0% |
| Directivos | 46 | 1% |
| Mandos Medios | 812 | 19% |
| Especialistas | 929 | 21% |
| Fuerza de Ventas | 775 | 18% |
| Puestos Base | 1.754 | 41% |
| Total | 4.327 | 100% |

→ Índice de Rotación por Sexo

| Sexo | Rotación |
|--------------|--------------|
| Hombres | 10,7% |
| Mujeres | 9,9% |
| Total | 10,3% |

→ Índice de Rotación por Departamento

| Departamento | Rotación |
|--------------|--------------|
| Áncash | 7,9% |
| Arequipa | 3,2% |
| Ayacucho | 0,0% |
| Cajamarca | 11,9% |
| Pasco | 0,0% |
| Cuzco | 7,8% |
| Huánuco | 0,0% |
| Ica | 8,5% |
| Junín | 9,8% |
| La Libertad | 8,6% |
| Lambayeque | 3,4% |
| Lima | 11,3% |
| Loreto | 1,1% |
| Moquegua | 0,0% |
| Piura | 11,0% |
| Puno | 1,9% |
| San Martín | 9,5% |
| Tacna | 2,1% |
| Tumbes | 5,6% |
| Ucayali | 1,3% |
| Total | 10,3% |

→ Índice de Rotación por Edad

| | Rotación |
|--------------|--------------|
| Hasta 25 | 19,2% |
| De 25 a 35 | 10,3% |
| De 36 a 45 | 5,4% |
| De 46 a 50 | 3,4% |
| De 51 a 53 | 2,3% |
| Más de 53 | 6,3% |
| Total | 10,3% |

Empleo y Selección

El Banco cuenta con adecuados estándares en los procesos de selección, los cuales permiten evitar incidentes por temas de corrupción o mal manejo de información, garantizando un capital humano peruano altamente calificado para el correcto desarrollo de las acciones de la empresa.

Estas buenas prácticas forman parte de la Política Global y Código de Actuación, asegurando la máxima independencia y confidencialidad en sus procesos de selección, así como garantizando la igualdad de oportunidades: todos los candidatos reciben el mismo tratamiento, deben superar los mismos procesos de selección y no existe discriminación por sexo, raza, parentesco familiar u otras razones diversas de los requisitos exigidos para el puesto.

La mayor parte de los colaboradores del Grupo es contratada directamente en sus zonas de origen, lo cual permite disponer de un alto porcentaje de directivos locales.

El proceso para cubrir un puesto vacante es el siguiente:

- El área usuaria hace una solicitud a RRHH.
- La Gerencia de RRHH valida la petición, autoriza la cobertura y decide si se cubre interna o externamente. En el primer caso Gestión de Personas en coordinación con la Gerencia de RRHH validan candidatos; en el segundo, Gestión de Personas (gestión externa) analiza si la búsqueda la realiza de manera propia o a través de un *head hunter*.

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|---------------------------------|------|------|------|
| Mujeres en puestos de dirección | 10 | 8 | 8 |

| | 2009 |
|-------------------------|------|
| Empleados promocionados | 591 |

| | Salario Inicial BBVA | Salario Mínimo Vital |
|-----------|----------------------|----------------------|
| Lima | 164% | 100% |
| Provincia | 182% | 100% |

| | Peruanos | Extranjeros |
|---------------|----------|-------------|
| 1. Comité | 73% | 27% |
| 2. Directivos | 98% | 2% |

BBVA Banco Continental siempre ha llevado a cabo un proceso de adecuación de estructuras –sobre la base de nuevos modelos organizativos– sin utilizar medidas traumáticas. La planilla total del Banco es informada de dichos cambios a través de los diferentes canales de comunicación como Intranet, las revistas *Nosotros* y *Adelante*, el boletín *BBVA Aquí* y en el T-COMUNICO. Periódicamente se difunde mediante una circular (que llega a cada uno de los colaboradores) el detalle de cada uno de los puestos nuevos y/o vacantes y las personas que los cubrirán.

→ Altas de Empleados

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|------------------|------|------|------|
| A nivel nacional | 452 | 996 | 969 |

→ Dimisiones Voluntarias de la Planilla (Turn-over)

En porcentaje

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|------------------------|------|------|------|
| BBVA Banco Continental | 3,45 | 3,96 | 5,48 |

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

→ Tipos de Baja

| | |
|---------------------------|------------|
| Voluntaria | 149 |
| Término de contrato | 75 |
| Cambio de empresa o grupo | 19 |
| Bajas gestionadas | 188 |
| Otros | 7 |
| Total | 438 |

→ Bajas por Rango de Edad

| | Total |
|--------------------|------------|
| Menos de 30 años | 286 |
| Entre 30 y 50 años | 107 |
| Mayor de 50 años | 45 |
| Total | 438 |

→ **Bajas por Departamento y Sexo**

| | Hombres | Mujeres | Total |
|--------------|------------|------------|------------|
| Áncash | 3 | - | 3 |
| Arequipa | 2 | 3 | 5 |
| Cajamarca | 1 | 2 | 3 |
| Cuzco | 4 | - | 4 |
| Ica | 1 | 2 | 3 |
| Junín | 5 | 3 | 8 |
| La Libertad | 2 | 3 | 5 |
| Lambayeque | 3 | 4 | 7 |
| Lima | 209 | 173 | 382 |
| Loreto | - | 1 | 1 |
| Piura | 2 | 6 | 8 |
| San Martín | 6 | 0 | 6 |
| Ucayali | - | 2 | 2 |
| Pasco | 1 | - | 1 |
| Total | 239 | 199 | 438 |

Valoración, Desarrollo Profesional y Compensación

En BBVA Banco Continental existe una política y un proceso normalizado de valoración de competencias y evaluación de la actuación, los cuales se aplican a toda la planilla.

Valoración por competencias.

Su objetivo fundamental es identificar el nivel de habilidades y conocimientos que tiene cada persona en relación con los requeridos por la función que desempeña. Los resultados de esta medición permiten establecer un plan de desarrollo y formación a medida para cada empleado (Plan de Desarrollo Individual o PDI).

Evaluación de la actuación.

Constituye una herramienta muy importante del modelo de dirección de equipos, permitiendo convertir el reconocimiento de las personas que integran cada equipo en una realidad.

El proceso de evaluación valora el grado de consecución de los objetivos marcados al inicio del ejercicio y recompensa el esfuerzo y el resultado de cada colaborador, ya que consigue:

- Favorecer el reconocimiento del mérito (retribución variable).
- Diferenciar los desempeños excepcionales.
- Optimizar el desarrollo profesional.

- Fomentar el estilo de dirección de BBVA.
- Potenciar esquemas de gestión y establecer un lenguaje común.

La política de compensación en BBVA Banco Continental se apoya en el nivel de responsabilidad del puesto y en la evolución profesional de cada persona, evitando discriminaciones por razón de sexo, raza u otras.

Por su parte, la retribución variable está relacionada con el grado de consecución de los objetivos, tanto individuales como los de la unidad, fijados al inicio de cada ejercicio y otorga un peso importante a los indicadores de satisfacción del cliente y de compromiso con los criterios de la responsabilidad corporativa.

A igualdad de función y responsabilidad del puesto, de la evolución profesional y del cumplimiento de objetivos, la relación salarial entre hombres y mujeres es equivalente.

Además, el Banco cuenta con una nueva política de gestión del desarrollo profesional, que nace con el objetivo de garantizar la disponibilidad de candidatos adecuados donde sean requeridos, en atención a los intereses de los profesionales que laboran en la empresa y para el fomento de la promoción interna frente a la contratación externa.

→ **Promedio de Remuneración Bruta Anual**

En porcentaje

| | Hombres | Mujeres |
|---------------------|-----------|-----------|
| Comité de Dirección | 84 | 16 |
| Directivos | 80 | 20 |
| Mandos Medios | 68 | 32 |
| Especialistas | 58 | 42 |
| Fuerza de Ventas | 47 | 53 |
| Puestos Base | 53 | 47 |
| Total | 61 | 39 |

Toda la planilla del Banco disfruta de un atractivo esquema de beneficios, entre los que destacan el pago anual por concepto de escolaridad, seguros de vida y accidentes, aguinaldo navideño, uniformes, además de vales de refrigerio, movilidad y descanso por duelo, entre otros.

Los empleados que trabajan a tiempo completo y parcial cuentan con los mismos beneficios sociales.

→ Compensación Basada en la Evaluación de la Actuación Respecto a la Compensación Total

En porcentaje

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|----------------------------|------|------|------|
| Comité de Dirección* | 2,86 | 2,07 | 1,25 |
| Directivos | 3,13 | 2,85 | 2,65 |
| Jefes de Equipo y Técnicos | 6,48 | 5,86 | 5,26 |
| Administrativos | | | |
| y Servicios Generales | 0,11 | 0,09 | 0,08 |

*Comité de Dirección y Directores Corporativos.

Formación y Gestión del Conocimiento

Una de las claves de diferenciación de las empresas globales es la excelencia en la gestión del capital humano. Los cuatro ejes de actuación del Plan de Formación son:

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

→ Formación

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Inversión total en formación (Soles) | 2.850.450 | 4.112.852 | 3.307.000 |
| Inversión en formación por empleado (Soles) | 658 | 952 | 879 |
| Horas de formación impartidas (miles de Soles) | 301.455 | 290.098 | 250.104 |
| Horas de formación por empleado | 69,7 | 67 | 66 |
| Actividad formativa mediante e-learning (%) | 56 | 18 | 8 |
| Evaluación de la satisfacción de la formación (sobre 5) | 4,43 | 4,28 | 4,26 |
| Empleados que han recibido formación en el año (%) | 100,00 | 99,56 | 100,00 |

→ Canales de Formación

En horas

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|----------------------------------|---------|---------|---------|
| Formación presencial | 126.057 | 206.849 | 230.698 |
| Formación a distancia | 7.278 | 29.906 | 17.254 |
| Formación a través de e-learning | 168.120 | 53.343 | 2.152 |

El modelo de formación se enfoca en realizar actividad a través, por ejemplo, de e-learning, para lo cual se ha desarrollado una plataforma corporativa e-campus, la cual facilita el acceso a los cursos de formación con una serie de ventajas: disponibilidad de tiempo, acceso desde cualquier punto de Internet, estandarización de la formación, entre otros. De esta forma, cada colaborador gestiona su propio desarrollo mediante una red global de aprendizaje que permite a los expertos de las diferentes áreas trasladar sus conocimientos para el diseño de cursos (más de 50 que están disponibles para todo el Grupo).

Es destacable la formación que se imparte sobre el Código de Conducta en varios países donde la compañía actúa. Este año se hizo un lanzamiento a toda la empresa con un cumplimiento del 100%.

Durante el 2009 el 100% del personal del Banco recibió capacitación en una o más materias.

La capacitación en temas sobre lavado de activos que se imparte al 100% de la planilla responde a la Resolución 838-2008-SBS, “Normas complementarias para la prevención del lavado de activos y de financiamiento del terrorismo”. Por la naturaleza de sus funciones, el personal que tiene contacto directo con los clientes y quienes laboran directamente bajo las órdenes del oficial de cumplimiento reciben dos capacitaciones al año. Es importante resaltar que todo personal que ingresa a laborar en el Banco recibe material informativo sobre prevención en lavado de activos y financiamiento del terrorismo a través del área de Relaciones con el Personal.

Durante 2009 se ha implementado el “Programa de Calidad” que va en línea con el objetivo estratégico de lograr el liderazgo en la atención al cliente, para lo cual se ha lanzado la Escuela Con Mucho Gusto, donde se imparte el primer curso “Líderes en calidad de servicio”. Este programa busca reforzar las habilidades de calidez, agilidad y facilitación de la vida al cliente –pilares del modelo de calidad del

Banco— de más de 300 gerentes y subgerentes de la red de oficinas a nivel nacional. En 2010 se continuará capacitando al resto de los equipos de la red.

→ Horas de Formación

| | Horas de Formación | Promedio Horas |
|------------------|--------------------|----------------|
| Comité Dirección | 340 | 30,9 |
| Directivos | 1.792 | 39,0 |
| Mandos Medios | 61.203 | 75,4 |
| Especialistas | 34.059 | 36,7 |
| Fuerza de Ventas | 57.442 | 74,1 |
| Puestos Base | 146.619 | 83,6 |
| Total | 301,455 | 69,7 |

→ Formación

| | Total |
|---------------------------|---------|
| Número de Horas | 301.455 |
| Número de Participaciones | 49.337 |

En 2009, a través de valoraciones, se realizó todo el proceso de actualización del Plan de Desarrollo Individual (PDI), con reuniones de feedback entre jefe y colaborador, se definen actividades formativas de desarrollo que refuerzan los GAP para el período 2010-2011 y serán desarrolladas en gran medida a través de la plataforma e-campus y otras en actividades presenciales.

Dentro del “Programa de Gestión de Habilidades” y la “Formación Continua”, que fomentan la empleabilidad de los colaboradores, el Banco cuenta con los siguientes programas:

- Diplomado en Gestión Empresarial.
- Programa Asesores de Servicio Nuevos Ingresos.
- Programa Asesor de Servicio para Subgerentes.
- Programa Asesor de Servicio para Gestor de Plataforma.
- Programa Nueva Generación.
- Programa Integral Gestor de Plataforma.
- Programa Integral Ejecutivo VIP.
- Programa Actualización Subgerente.
- Programa Gestores Comerciales.
- Programa de Inducción Nuevos Gerentes de Oficina.
- Programa de Actualización Jefes de Promoción.

Programa de formación no tradicional.

Como parte del interés por implementar metodologías de formación no tradicional se ha promovido durante 2009 el “BBVAgrama”, una forma de aprendizaje lúdico, interactivo y multimedia. Se trata de un crucigrama que combina los contenidos regulatorios con los de cultura general. De esta forma, los colaboradores “aprenden como jugando”.

Dentro de este sistema de formación se realizó el curso regulatorio “Seguridad y salud en el trabajo” con 4.217 participantes.

Formación directiva y predirectiva.

El refuerzo de las habilidades, principalmente las vinculadas con la dirección de equipos, fue una prioridad en la gestión formativa. Por ello, 11 directivos participaron de los diferentes programas de la Escuela de Management, los cuales se realizan en Madrid, en alianza con importantes escuelas de negocios como el IESE, el Center for Creative Leadership (CCL) y la Escuela de Negocios de la Universidad de Navarra. En este mismo rubro se llevó a cabo lo siguiente:

- El primer “Programa de Desarrollo Directivo”, con una metodología mixta que combina la formación presencial y el uso de e-campus.
- La segunda edición del “Programa de Liderazgo”, el cual incorpora la metodología del coaching como un importante soporte para el desarrollo personal y profesional.
- También destacan los cursos de “Dirección Eficaz” (metodología mixta) y el “Diplomado en Gestión Empresarial”, para los colaboradores que no han concluido sus estudios superiores.

Formación en productos y servicios.

La gestión formativa orientada al negocio fue muy intensa. En Red Minorista destacaron los siguientes programas:

- Integrales para Ejecutivos VIP.
- Gestores Comerciales.
- Gestores de Plataforma.
- Asesor de Servicio – Gestor de Plataforma.
- Asesor de Servicio – Subgerente.
- Concurso de conocimientos “Que levante la mano”, para la formación en productos y habilidades de ventas. Nuestros indicadores fueron los siguientes: (i) personal participante: más de 2.800 colaboradores, (ii) horas *e-learning*: 27.187, (iii) nota

máxima: 19,78 (promedio más alto compuesto por siete notas).

Una línea importante de acción para los puestos de gerentes de oficina y gestores comerciales fue el “Plan de Choque en Riesgos”, programa que consolidó los conocimientos en temas de análisis de estados financieros y procesos de riesgos, que facilitan la gestión comercial de las oficinas. Dentro de los principales indicadores del programa tenemos: calidad de la formación con 4,43/5 de puntuación, con evaluación de la transferencia de 4,32/5, incremento del aprendizaje del 12% en relación a cómo llegan al inicio del programa y mejora del nivel de aceptación de sus propuestas ante riesgos del 16%.

Programa de idiomas.

En la Escuela de Idiomas se formaron más de 80 colaboradores, cuyo perfil del puesto requiere el conocimiento del idioma inglés. En ese sentido, el lanzamiento del “Portal Corporativo de Inglés” fue utilizado al máximo para la realización de la evaluación, posibilitando la identificación del nivel del participante con una metodología estándar.

Ayoyando la gestión formativa del Grupo BBVA, se contó con la visita de expositores de diferentes países para el desarrollo del curso Interest Rate & Currency Swap Fundamentals.

De manera especial destacó la labor realizada por los más de 160 facilitadores internos de las diferentes áreas, con quienes ha sido posible realizar el 50% de la formación interna.

Pasión por las Personas

El programa corporativo “Pasión por las Personas” es un elemento fundamental del valor que el Grupo ofrece tanto a sus colaboradores actuales como a los potenciales, conjugando iniciativas racionales de tipo económico con otras de carácter emocional, relacionadas con la satisfacción personal y el orgullo de formar parte de BBVA Banco Continental.

Dentro de esta iniciativa se encuadran cinco grandes líneas de trabajo:

Calidad de vida.

Dada la gran importancia de la conciliación familiar y laboral, se ha considerado una serie de acciones dentro de esta línea de trabajo, con el fin de promover la reducción de la jornada laboral y el mayor dis-

frute del tiempo libre. Algunas de las iniciativas que se han puesto en marcha son:

- **Sensibilización de la dirección:** El equilibrio entre la vida profesional y personal está recogido en *Nuestro estilo de dirección*, guía que sintetiza los comportamientos que se esperan de todos aquellos que tienen gente a su cargo.

- **Tele-trabajo:** Se pone a disposición de los colaboradores los medios tecnológicos necesarios para mejorar la flexibilidad laboral. Esta iniciativa se refuerza con planes de formación *on-line* para optimizar su uso.

- **Salud y bienestar:** En este ámbito se han promovido actividades como los viernes casuales y con horario reducido, medio libre por cumpleaños, talleres culturales y ferias preventivas de salud.

Beneficios personales.

Engloba distintas iniciativas de carácter económico que sirven para complementar y mejorar la política retributiva del Grupo. Entre otras cabe citar:

- **Tarifas especiales:** Los colaboradores cuentan con exclusivas condiciones financieras para activos y pasivos.

- **Disfruta BBVA:** Se promueven convenios con distintas empresas que brindan importantes descuentos que el empleado y su familia pueden usar cuando lo consideren conveniente. Al cierre de 2009 se contó con 78 convenios con hoteles, gimnasios, restaurantes, spas, ventas de computadoras, agencias de viaje, universidades y escuelas de postgrado, etc., y con acceso a servicios de salud en condiciones ventajosas.

Deporte y cultura.

Con el objetivo de fomentar determinados valores como la capacidad de superación, el trabajo en equipo o el juego limpio entre los trabajadores, el Grupo organiza y financia diversas actividades deportivas. Este año se celebró la II Carrera Popular Solidaria BBVA, cuyo importe recaudado se destinó íntegramente a un fin social, por lo cual se consideró que por cada 500 participantes BBVA Banco Continental otorgaría un desayuno navideño a tres instituciones infantiles de beneficencia. Cientos de niños sonrieron felices luego de una sesión de “Cuentacuentos” realizada por el Voluntariado BBVA. El número de colaboradores que participó fue de 1.600 personas.

Sin descuidar el aspecto cultural, BBVA Banco

Continental fomenta el arte escénico financiando diversas presentaciones en el Teatro Mario Vargas Llosa de la Biblioteca Nacional, lo que permite a los colaboradores adquirir entradas a costo preferencial para las obras teatrales y musicales.

Otras actuaciones:

Senior.

Es un modelo de relación para el colectivo de pre jubilados y jubilados de BBVA Banco Continental. Este año se realizaron dos actividades de integración en las que disfrutaron de amenos espectáculos artísticos y cenas bailables. Adicionalmente, el Banco ha hecho algunas donaciones para sus oficinas administrativas. Este colectivo sesiona una vez al mes y el Banco les otorga el apoyo necesario para dichas reuniones a través de sus representantes.

Voluntariado.

Busca promover y facilitar la participación de los empleados del Banco en proyectos sociales, para dar respuesta y hacer realidad uno de los principios de su cultura corporativa. Más información en el apartado “Voluntariado corporativo”.

Programa para prejubilados y jubilados.

El Banco brinda apoyo a este colectivo de ex colaboradores a través de asistencia médica, aguinaldo navideño, uniforme y servicios bancarios. El número de jubilados al cierre de 2009 fue de 684. Este programa de asistencia no sólo cubre a los ex trabajadores sino también a sus familiares directos: cónyuges e hijos (total: 1.373 personas).

Los esquemas de los planes médicos son los siguientes:

- **Jubilados administrativos:** Cobertura anual de hasta S/. 4.500 al año por grupo familiar. Están incluidos dentro de este beneficio el titular, el cónyuge y los hijos hasta los 18 años cumplidos.

- **Prejubilados (ex funcionarios):** Cobertura anual de hasta S/. 9.000 al año por grupo familiar. Están incluidos dentro de este beneficio el titular, el cónyuge y los hijos hasta los 25 años cumplidos, con constancia de estudios.

- **Jubilados funcionarios:** Cobertura anual de hasta S/. 5.000 ambulatorio y S/. 10.000 hospitalario para cada dependiente. Están incluidos dentro de este beneficio el titular, el cónyuge y los hijos hasta los 25 años cumplidos, con constancia de estudios.

→ Sistema de Pensiones

| | Número de Empleados | Aporte Anual |
|-------------------------------|---------------------|--------------|
| Sistema privado de pensiones | 4.171* | 26.826.087 |
| Sistema nacional de pensiones | 130* | 532.084 |

*Resaltamos que hay tres colaboradores que cuentan con pensión de las Fuerzas Armadas por lo cual han sido considerados.

En el Perú existen actualmente dos sistemas previsionales que cualquier trabajador de BBVA Banco Continental puede elegir:

- El Sistema Privado de Pensiones (SPP) es un sistema de capitalización individual, cuya administración está a cargo de empresas privadas denominadas Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), bajo la supervisión del Estado. El porcentaje de aportación es del 12,91% de la remuneración (cuenta individual de capitalización, comisión para la AFP y comisión del seguro). La edad mínima para jubilarse dentro de este sistema es de 65 años, pudiendo un trabajador acogerse también a otros planes especiales de jubilación.

- El Sistema Nacional de Pensiones (SNP) es un régimen pensionario del tipo de capitalización colectiva o sistema de reparto, cuya administración está a cargo de la Oficina de Normalización Previsional (ONP). El porcentaje de aportación en este sistema es del 13% de la remuneración. La edad mínima para jubilarse es de 65 años –hombres y mujeres– y 20 años de aportaciones, pudiendo también un trabajador acogerse a otros planes especiales de jubilación.

Desde el momento en que un trabajador se incorpora al Grupo recibirá un boletín informativo, con las principales características y beneficios de ambos sistemas previsionales para que se informe y elija, con conocimiento de causa, el que más le convenga. Una vez recibido este boletín el trabajador tiene 10 días para decidir a qué sistema previsional afiliarse.

Beneficios Personales

En el siguiente cuadro se detallan algunas de las iniciativas que complementan y mejoran la política retributiva del Banco.

→ Beneficios para el Personal de BBVA Banco Continental

| Programa | Actividades | Programa | Actividades |
|--------------------------|---|--------------------------|--|
| Especiales | <ul style="list-style-type: none"> •Escolaridad •Aguinaldo navideño •Uniformes anuales •Vales de refrigerio •Movilidad •Descanso por duelo •Sala Cuna Integral | | <ul style="list-style-type: none"> •Seguro oncológico (tarifas preferenciales) |
| Pasión por mi desarrollo | <ul style="list-style-type: none"> •Convenios con prestigiosas escuelas de negocios para ofrecer al personal del Banco importantes descuentos en maestrías y diplomados •Condiciones especiales de financiamiento •Reconocimiento a la excelencia académica (devolución del 100% al 1^{er} puesto y 50% al 2^{do} y 3^{er} puesto) | Financiamiento exclusivo | <ul style="list-style-type: none"> •Préstamo hipotecario, Contiauto, libre disponibilidad, de Salud, para maestrías, para diplomados, para otros estudios, tarjetas y cuentas con tarifas especiales •Oportunidades para ti: acceso a servicios y productos a precios preferenciales y con descuentos exclusivos |
| Bien de salud | <ul style="list-style-type: none"> •Sistema de Empresa Prestadora de Salud a la par con EsSalud (seguro social) •Campañas de vacunación •Consultorio dental •Feria de la Salud en Lima y provincias •Asistencia social •Consultorio médico empresarial | Otras actividades | <ul style="list-style-type: none"> •Vacaciones divertidas: para hijos de los trabajadores •Reconocimiento por el Día de la Secretaria •Reconocimiento por el Día de la Madre •Celebración de Fiestas Patrias •Día de la Familia (programa especial de integración y camaradería) •Campeonato deportivo interno •Día del Niño: dirigido a hijos de los trabajadores •Ruta Quetzal BBVA (concurso interno para hijos del personal) •Carrera Popular Corporativa •Talleres culturales •Donación de sangre •Concurso Internacional de Dibujo Infantil de Postales de Navidad •Concurso de fotografía •Fiesta de fin de año |
| Seguros | <ul style="list-style-type: none"> •Seguro de vida ley •Seguro de asistencia de viajes •Seguro de accidentes personales •Seguro de transporte •SOAT (precio preferencial) •Seguro automotor (precio preferencial) •Seguro de domicilio (tarifas preferenciales) | | |

No Discriminación, Igualdad de Oportunidades y Conciliación

Teniendo como prioridad gestionar el capital humano, el Banco toma en cuenta las expectativas de sus colaboradores, así como los requerimientos puestos de manifiesto durante el período 2009. Esta política deviene de estándares de transparencia, igualdad de oportunidades y meritocracia para impulsar y propiciar un adecuado clima laboral.

Durante 2009 no se ha reportado ningún tipo de incidente que refleje discriminación de ningún tipo, dado que nuestras políticas internas fomentan la igualdad, la libre asociación y los trabajos no forzados.

→ Contrato por Género

En porcentaje

| | 2009 | | 2008 | |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| Fijos o indefinidos a tiempo completo | 37,60 | 30,64 | 35,98 | 28,4 |
| Fijos o indefinidos a tiempo parcial | 0,32 | 0,39 | 0,16 | 0,16 |
| Temporales | 15,11 | 15,92 | 17,27 | 18,01 |
| Otros | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 |

Comunicación de Recursos Humanos

A partir de 2009 se implementó una nueva gestión de las comunicaciones de RRHH, con el objetivo de impulsar la difusión de los beneficios y facilidades, tanto de los nuevos como de los ya existentes, destacando las siguientes iniciativas:

- **Buzón T-COMUNICO:** Medio interno creado con el objetivo de optimizar el volumen de los comunicados que se difundían diariamente a los correos de los colaboradores desde dos buzones: “Comunicaciones Internas” y “Para ti dRRHH”. La meta del 50% fue superada y se logró disminuir en un 76% los comunicados dirigidos a la red de oficinas.

- **Boletín BBVA Aquí:** Mensajes clave emitidos mensualmente acerca de los beneficios, mejoras y novedades, dirigidos a los colaboradores y sus familias.

- **Revista interna Nosotros:** De periodicidad bimestral. En ella se comparten experiencias, visitas de los directivos del Grupo BBVA y los logros profesionales de los colaboradores. La revista destaca las principales actividades que se realizan mes a mes y refuerza la información sobre los beneficios que brinda el Banco.

- **Intranet Corporativa:** Durante 2009 se realizó el lanzamiento de una renovada Intranet con enfoque y contenidos locales y globales (<http://intranetbbva.peru.igrupobbva/>). Contiene nuevas herramientas tecnológicas, televisión IP para visualización de imágenes y videos de todas las comunidades del Grupo BBVA. Permite acceder a encuestas y nuevos links. Esta plataforma actualiza hasta tres noticias diarias y hace más cercanas e inmediatas las novedades de interés para los colaboradores.

- **Servicio de Atención al Empleado (SAE):** Es un canal puente que permite atender al colaborador de manera personalizada, lo orienta en la búsqueda de soluciones a sus dudas y necesidades relacionadas con los procesos de Recursos Humanos a través de la vía telefónica (Fono SAE 1660), del Portal SAE en la Intranet (Para ti dRRHH) y del correo electrónico (sae-peru@grupobbva.com).

- **Encuestas de satisfacción:** Después de cada campaña, actividad o nuevo proceso generado desde Recursos Humanos, se realizan encuestas a través del SAE o *links* a encuestas electrónicas con opciones múltiples. Esta metodología permite medir el impacto de las iniciativas, así como recopilar información de interés para diseñar nuevas acciones o mejorar las existentes.

Clima Laboral

BBVA Banco Continental realiza cada año una encuesta sobre este tema, que recoge la opinión de todos sus colaboradores sobre las condiciones de trabajo y su desarrollo personal y profesional. Para 2009, la encuesta de clima laboral fue realizada por la empresa Great Place to Work (GPTW), cuyo modelo considera tanto el ámbito racional como el emocional y facilita la realización de muestras comparativas con otras compañías o sectores, tanto a nivel local como internacional, así como internamente entre unidades y departamentos del Grupo.

La encuesta GPTW se dirigió al 100% de la planilla, garantizando como siempre la objetividad y confidencialidad.

Los resultados en 2009 posicionan a BBVA Banco Continental entre las mejores empresas peruanas con más de 700 trabajadores.

BBVA Banco Continental continuó realizando campañas de vacunación a nivel nacional contra la influenza, en el marco de su programa de salud dirigido a los colaboradores. En la última concretaron 3.206 vacunaciones versus 1.405 de 2008.

El banco cuenta en su nueva Intranet con un espacio dedicado a boletines de salud, los cuales están basados en los últimos estudios médicos, de manera que la totalidad de la planilla tenga acceso a información clara y veraz sobre los últimos avances en estudios de enfermedades y tecnología médica.

→ Servicio de Atención al Empleado (SAE)

| | Número de llamadas | Accesos al portal | Total de correos | % de efectividad |
|------------------------|--------------------|-------------------|------------------|------------------|
| BBVA Banco Continental | 35.000 | 1.900 | 1.600 | 90% |

→ Tasa de Ausentismo

En porcentaje

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|------|------|------|------|
| Perú | 0,88 | 0,90 | 0,98 |

Nota: El número de días perdidos o ausencias ha sido de 9.516.

→ Tasa de Ausentismo por Departamento

| | Ausencias | Tasa |
|--------------|--------------|--------------|
| Áncash | 64 | 0,60% |
| Arequipa | 163 | 0,69% |
| Ayacucho | 36 | 1,60% |
| Cajamarca | 5 | 0,09% |
| Pasco | 7 | 0,31% |
| Cuzco | 37 | 0,24% |
| Huánuco | 11 | 0,18% |
| Ica | 85 | 0,64% |
| Junín | 48 | 0,28% |
| La Libertad | 237 | 0,73% |
| Lambayeque | 50 | 0,29% |
| Lima | 8.359 | 0,96% |
| Loreto | 149 | 1,24% |
| Moquegua | 0 | 0,00% |
| Piura | 55 | 0,34% |
| Puno | 12 | 0,18% |
| San Martín | 84 | 0,80% |
| Tacna | 15 | 0,24% |
| Tumbes | 6 | 0,24% |
| Ucayali | 93 | 0,93% |
| Total | 9.516 | 0,88% |

Nota: El cálculo incluye enfermedad e inasistencias injustificadas.

Libertad de Asociación: Representación Sindical y Resolución de Conflictos

BBVA Banco Continental respeta el papel y la responsabilidad de la representación sindical en el ejercicio de las funciones que le corresponden conforme a la legislación en vigor, y apuesta por la negociación colectiva, el diálogo y el consenso como fórmulas de resolución de conflictos. Durante 2009 el Banco no ha sido objeto de multas o sanciones por incumplimientos relacionados con la libertad de asociación del Centro Federado.

Por política del Banco, los resultados de la negociación con la representación sindical son aplicados a la totalidad de la planilla. En 2009 el sindicato representó a 213 colaboradores (4,9% de la planilla).

La junta directiva del Centro Federado es elegida por sus asociados por un período de dos años.

Por último, el Área de Recursos Humanos facilita asistencia legal a todos los empleados sobre derechos y deberes derivados de las relaciones laborales y también frente a terceros, lo que en muchos casos supone un pilar fundamental para la resolución de conflictos.

| Sindicalizados | Total |
|------------------------------|-------|
| Número | 213 |
| Porcentaje sobre la planilla | 4,9% |

En BBVA Banco Continental se instaura periódicamente un Comité de Disciplina que evalúa los incidentes de corrupción por parte del personal y determina las medidas por adoptar para cada uno de ellos. Este comité está conformado por cinco miembros del Comité de Dirección del Banco más el Gerente de Relaciones con el Personal y el Responsable de Marco Laboral.

→ Comité de Disciplina

| | |
|---|----|
| Desvinculaciones por incumplimiento de obligaciones laborales | 29 |
| Suspensión | 2 |
| Llamadas de atención | 18 |

→ Asuntos Contenciosos

| | |
|--|----|
| Acciones de amparo por solicitud de reposición | 1 |
| Demanda de nulidad de despido | 2 |
| Demanda por beneficios sociales | 15 |
| Demanda por despido arbitrario | 8 |

Salud y Seguridad Laboral

En el año 2009 el servicio de prevención de riesgos laborales del Banco, mediante su plan de actuación en materia de seguridad y salud en el trabajo, realizó como principales actividades preventivas la visita a todas las oficinas del Banco a nivel nacional, en las cuales se verificaron las condiciones de las mismas mediante su análisis de riesgos y se sensibilizó al personal sobre temas de seguridad y salud laboral. En lo que se refiere a capacitación se realizó la misma a todo el personal del Banco a través de Intranet, y al Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, así como al personal nuevo de forma presencial.

Asimismo, mediante su Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo se dieron los procedimientos ante el virus de gripe de la Influenza A H1N1, mediante la difusión de diversos comunicados, a través de la intranet del Banco, así como la preparación de una cartilla pre-

ventiva sobre la transmisión de esta enfermedad.

También durante el año 2009 Protección Corporativa realizó charlas al personal en temas de manejo

y uso de extintores y primeros auxilios (en el caso de la sede central sólo a brigadistas). Así como la realización de un simulacro en la sede central.



Compras Responsables

484

Número de proveedores

876

Número de negociaciones electrónicas

Compra responsable es aquella que se realiza teniendo en cuenta los impactos ambientales y sociales, directos e indirectos, que puede generar la adquisición de bienes y servicios.

Política y Modelo Corporativo de Compras

Durante 2009 se ha consolidado la aplicación de procesos en todas las etapas de adquisición, respetando los modelos corporativos para la negociación con proveedores.

Se ha incrementado la cantidad de proveedores con los que se trabaja en un 15%, sumando 484, lo que permite contar con mayores opciones al momento de tomar decisiones y dar oportunidad a nuevas empresas.

Como resultado de esta búsqueda de proveedores en el mercado, aproximadamente el 99% de las ad-

quisiciones que el Banco realiza proceden de empresas locales. Se entiende como proveedor local a aquel que cuenta con una razón social inscrita en Perú o una persona natural con servicios establecidos localmente.

Por otro lado, en las contrataciones de servicios con diferentes proveedores se han incorporado responsabilidades y obligaciones para proteger la seguridad y salud de los trabajadores destacados a realizar labores en las instalaciones del Banco, a través de la gestión de la seguridad y salud en el trabajo (DS 009-2005-TR). A partir de este DS el contratista debe enviar a su personal debidamente protegido y con equipos adecuados (indumentaria y herramientas) que garanticen su seguridad de la persona du-

rante la realización de su labor. Para cumplir con este requisito el Banco cuenta con un *Manual Interno de Seguridad* que incluye procedimientos para trabajos de riesgo, cuya información y supervisión de cumplimiento se encuentra a cargo de la Unidad de Seguridad (Seguridad y Salud en el Trabajo).

Principios Aplicables a los Intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento

La aplicación de los principios del Código de Conducta merece una atención especial, dado que forma parte del compromiso que asume cada uno de los involucrados en los procesos de adquisición y/o contratación de bienes y servicios.

La objetividad y transparencia son características imprescindibles en cada uno de los compradores.

Tanto BBVA Banco Continental como el Grupo BBVA valoran especialmente a aquellos proveedores que comparten los principios que sustentan el Código de Conducta del Grupo y que han adoptado para el desarrollo de sus actividades los compromisos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, razón por la cual se incluyen preguntas relacionadas al tema en el cuestionario de homologación.

Sistema de Homologación de Proveedores

BBVA Banco Continental continúa con la incorporación de proveedores homologados a través de certificadoras del mercado, con la finalidad de garantizar el abastecimiento de los productos adquiridos y el cumplimiento de las obligaciones contraídas por los proveedores adjudicados con la adquisición de un bien y/o contratación de un servicio.

Asimismo para tener la seguridad de contar con una cartera de proveedores social y ambientalmente responsables.

Para tal efecto, los proveedores deben cubrir un cuestionario con preguntas relacionadas a los siguientes rubros:

- Situación financiera y obligaciones legales.
- Capacidad operativa.
- Gestión de la calidad.
- Seguridad, salud y medio ambiente.
- Gestión comercial.
- Responsabilidad social.

Los criterios para determinar proveedores homo-

logables son la facturación y recurrencia. Actualmente el Banco cuenta con 107 proveedores homologados, que representan el 84% del total de proveedores principales que son sujetos a homologación debido a los requisitos establecidos. En relación a 2008, la cantidad de proveedores homologados ha crecido en 94%.

→ Homologación de Proveedores

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|-----------------------------------|------|------|------|
| Número de proveedores homologados | 107 | 55 | 37 |

Finalmente, desde mediados de 2009 se ha implementado un mecanismo de conocimiento de los proveedores y de control de sus antecedentes y actuación para prevenir la incorporación de proveedores, que pueden afectar la imagen o reputación del Banco. Esta actividad está a cargo de la Unidad de Cumplimiento.

Herramientas de Gestión y Aprovisionamiento

Durante 2009 se continuó con las compras a través de la herramienta electrónica del Grupo: Adquira (portal electrónico), lo que nos ha permitido automatizar y ordenar los procesos de adquisición y/o negociación, a través de sus dos modalidades.

• **RFX:** Proceso por el cual se solicita ofertas a los proveedores que participan en un concurso de precios.

• **Subastas:** Proceso utilizado para concursos específicos.

Ambas modalidades permiten obtener productos de calidad a través de una competencia objetiva de proveedores, con el beneficio de un mejor coste para el Banco.

Esta herramienta es aplicada para las operaciones que superan los US\$ 10.000, lo que ha representado un 72,70% de su utilización.

→ Uso de Herramienta Electrónica

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|-------------------------|------|------|------|
| Número de negociaciones | 876 | 765 | 380 |

Proyectos Responsables con Proveedores

Para 2009 el Banco, continuando con su política de responsabilidad corporativa, realizó la compra de tarjetas de Navidad a través de la Unidad de Imagen y Comunicación, beneficiando a dos instituciones que trabajan en apoyo de grupos con necesidades urgentes: Aprendo Contigo y Mensajeros por la Paz. La primera de ellas está dedicada a continuar con la enseñanza escolar de niños hospitalizados por perío-

dos prolongados y la segunda tiene a su cargo albergues para niños y ancianos en donde pueden cubrir sus principales necesidades a partir del apoyo de la empresa privada.

→ Compra de Tarjetas de Navidad

| | 2009 | 2008 |
|----------|--------|--------|
| Cantidad | 24.310 | 16.820 |



Gestión Ambiental y Cambio Climático

79,21

Papel consumido por empleado (kg)

20,67

Electricidad consumida por empleado (GJ)
(87.265,50/4.222)

1,26

CO₂ emitido por empleado (t) (emisiones directas e indirectas)

Generar conciencia, innovar y aplicar herramientas que aseguren la responsabilidad de luchar contra el cambio climático, a partir de las actividades que BBVA Banco Continental realiza, son elementos primordiales en la gestión.

Políticas Ambientales y Sistema de Gestión Ambiental

BBVA Banco Continental continúa con la aplicación de su política de gestión de los riesgos ambientales y sociales, y de su sistema de gestión de riesgo ambiental y social como principales herramientas de gestión. Esta política cuenta con la aprobación del más alto nivel directivo del Banco. En la gestión del riesgo se han incorporado como factores relevantes aspectos ambientales y sociales, marcando una diferenciación innovadora respecto al resto de empresas del sistema

financiero, fortaleciendo su visión y su compromiso de fomentar una cultura de cuidado al entorno donde realiza sus negocios.

Política medioambiental del Grupo BBVA.

El Grupo cuenta con una política medioambiental desde 2003 que cubre a todas las entidades y actividades que lo conforman, cuyos aspectos más relevantes son:

- Eficiencia en el uso de los recursos naturales.
- Cumplimiento de la normativa vigente.
- Inclusión de criterios ambientales en el análisis

de riesgos en operaciones financieras.

- Desarrollo de productos y servicios financieros en materia ambiental.

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

El Grupo BBVA considera que la clave del futuro, en un mundo cada vez más globalizado, está en compatibilizar las dimensiones económica, ambiental y social de manera armónica y equilibrada en un modelo de desarrollo sostenible.

Política de riesgo ambiental y social.

BBVA Banco Continental asume esta visión y reconoce que el impacto ambiental y social más significativo de su actividad se produce a través de las decisiones de financiación de proyectos.

El Banco fomenta una cultura de cuidado del medio ambiente y reconoce los estándares internacionales de sostenibilidad. Está adherido al Pacto Mundial de la ONU y dentro del alcance de los Principios de Ecuador en materia de riesgo ambiental y social.

Otro de los compromisos del Banco es facilitar la implantación de la política ambiental del Grupo y asegurar el desarrollo de procedimientos apropiados para la valoración y gestión del riesgo ambiental y social de los proyectos que financia, sobre la base de los siguientes principios:

- **Cumplimiento de la legislación:** Los proyectos de inversión financiados deben cumplir con la legislación ambiental y social que establece cada sector en el país, cumplir con los requisitos de los Principios de Ecuador y tomar como referencia las Normas de Desempeño de la Corporación Financiera Internacional (IFC por sus siglas en inglés).

- **Sensibilización y prevención:** Incorporar el riesgo ambiental y social de los proyectos como una variable por considerar en los criterios de evaluación en todos los niveles de decisión del riesgo, con el fin de prevenir la contaminación y otros impactos potenciales adversos en el entorno, a la vez de potenciar los impactos positivos de la actividad del Banco.

- **Mejora continua:** BBVA Banco Continental entiende la gestión de los impactos ambientales y sociales de la financiación de proyectos como un proceso de mejora continua que implica la fijación de objetivos, la revisión periódica del desempeño y la implementación de acciones de mejora.

- **Transparencia y comunicación:** Gestionar el riesgo ambiental y social con transparencia, dentro

Ecoeficiencia 2009

El Plan de Ecoeficiencia, liderado por el área de Servicios Generales, ha obtenido grandes resultados, principalmente por el compromiso que los colaboradores de otras unidades del Banco han mostrado en cada una de las acciones que se han trabajado, como en el ahorro de energía a través de mensajes como: "Apaga el monitor antes de irte a tu casa", la reducción del uso de papel: "Ahorra papel, imprime por ambas caras", entre otros mensajes que generan conciencia sobre la conservación del medio ambiente.

del más estricto respeto a la confidencialidad de nuestros clientes.

Estos principios proporcionan el marco de actuación en materia de gestión del riesgo ambiental y social, y esta política se integra en la planificación y gestión de la actividad de financiación de proyectos, asegurando una actuación compatible con el desarrollo sostenible y la política ambiental del Grupo BBVA.

Impactos Directos: Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012

El primer paso para una buena gestión medioambiental es la recopilación y seguimiento de indicadores ambientales. Esta labor viene desempeñándose en el Grupo BBVA desde 2004, cuando se incorporaron mejoras relativas al alcance y a la calidad de la información.

El Grupo BBVA se ha planteado el reto de reducir su impacto directo a través de la ecoeficiencia, para lo cual se ha marcado objetivos concretos en el tiempo. Estos planes se ejecutarán en cada una de las sedes del Grupo, incluido BBVA Banco Continental.

Planes ambientales.

- **Control y medición del consumo de energía:** Desde inicios de 2009 se viene implementando, a través de sistemas de automatización, el apagado y encendido de luces y equipos de aire acondicionado tanto en la sede central como en la red de oficinas. Para la primera se controla el consumo de energía apagando las

luces y equipos de aire acondicionado en todos los pisos del edificio (salvo coordinaciones previas, en las que se habilita electricidad para un circuito determinado) de lunes a jueves a partir de las 9:00 p.m. hasta las 6:00 a.m. Los días viernes se aplica esta misma metodología a partir de las 6:00 p.m. Los sábados, domingos y feriados, se encienden únicamente los circuitos de alumbrado solicitados por los colaboradores.

Para el caso de la red de oficinas, se programa el encendido del letrero de la oficina desde las 6:00 hasta las 11:00 p.m., y los postizos de los cajeros desde las 6:00 p.m. hasta las 6:00 a.m.

Los sistemas de automatización permiten reducir el consumo innecesario de energía, gestionado y monitoreado de forma centralizada por nuestro personal técnico del área de Servicios Generales.

→ Gestión Ambiental

1. Consumo de agua*

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|---|---------|---------|---------|
| Total de agua consumida (m ³) | 138.751 | 128.156 | 123.506 |
| Agua consumida por empleado | 32,86 | 29,71 | 39,84 |

*El agua potable utilizada por el Banco no se reutiliza ni se recicla dado a que el servicio es suministrado y controlado por empresas concesionarias del servicio público.

2. Consumo de energía

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|--------------------------------------|-----------|-----------|----------|
| Total de energía directa (GJ) | 4.092,78 | 3.219,48 | 66.437 |
| Energía directa por empleado (GJ) | 0,97 | 0,75 | 21,4 |
| Total de electricidad consumida (GJ) | 87.265,50 | 81.298,59 | 66.437 |
| Total de diesel consumido (GJ) | 4.092,78 | 3.219,48 | 1.673,90 |
| Total de energía indirecta (GJ) | 87.265,50 | 81.298,59 | 0 |

3. Consumo de papel

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|--|-------|-------|--------|
| Total de papel consumido (t) | 334 | 314 | 248,76 |
| Total de papel consumido por empleado (kg) | 79,21 | 72,78 | 80,25 |
| Papel ecológico consumido | 0 | 0 | 0 |

4. Gestión de residuos

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|---|---------|--------|--------|
| Papel (kg) | 116.994 | 91.989 | 69.386 |
| Tóneres (kg) | 3.486 | 3.394 | 1.248 |
| Aparatos eléctricos y electrónicos (kg) | 5.961,9 | 24.498 | 6.468 |

5. Emisiones atmosféricas

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|---|-------|--------|----------|
| Total CO ₂ emitido (t) | 5.313 | 13.661 | 3.464,68 |
| Emisiones directas CO ₂ (t) ¹ | 4.799 | 473 | 290,24 |
| Emisiones indirectas CO ₂ (t) ² | 514 | 13.188 | 3.174,44 |

1. Incluye el CO₂ por consumo de combustible diésel y viajes con vehículos propiedad del Banco.

2. Incluye el CO₂ por consumo de energía eléctrica.

6. Videoconferencias*

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|---|------|------|------|
| Videoconferencias | 300 | 188 | 241 |
| Telepresencias | 70 | - | - |
| Salas equipadas con videoconferencias (1) | 5 | 5 | 6 |

*El Grupo BBVA fomenta el uso de videoconferencias para reducir la cantidad de viajes y así contribuir a la disminución de las emisiones atmosféricas.

TOTAL DE EMPLEADOS MEDIO 2009: 4.222

Nota: Para realizar los cálculos de consumo por empleado se toma el número medio de empleados de planilla 2009.

• **Renovación de vehículos de la flota del Banco:** Como proyecto de inversión se desarrolló la renovación de 21 vehículos nuevos ya que, al año, un vehículo usado consume 630,83 litros más de combustible que uno nuevo. Esto significa también que su tubo de escape lanza 1,78 toneladas más de dióxido de carbono (CO₂, uno de los principales gases que producen el efecto invernadero) al ambiente en ese mismo lapso, contribuyendo a la disminución de CO₂ por kilómetro recorrido.

• **Desarrollo de campañas sensibilizadoras:** En 2009 se inició la campaña “Cuidando el medio ambiente, pequeños cambios hacen grandes diferencias”, la cual consiste en la elaboración de mensajes concientizadores:

- Apagado de máquinas (pantallas, impresoras, entre otras) antes de retirarse.
- Evitar la impresión innecesaria de papeles.
- Uso adecuado del agua en los servicios higiénicos.

Asimismo, BBVA Banco Continental participó en la campaña internacional “La Hora del Planeta”, que se llevó a cabo el sábado 28 de marzo de 2009, permitiendo colaborar con el medio ambiente al permanecer con las luces apagadas durante una hora en 30 oficinas de Lima y provincias.

• **Adquisición de tachos ecológicos en la sede central:** Se realizó la compra de tachos de acero inoxidable, con diseños para la diferenciación de residuos: papel, plástico y pilas, los cuales fueron ubicados en los ingresos de todos los pisos de la sede central. Esta actividad permite no solo lograr la diferenciación adecuada de los residuos para su posterior reciclado, sino también crear una cultura de concientización y sensibilización respecto del medio ambiente en el día a día.

• **Plan de reciclado de papel y cartuchos de tóner en red de oficinas y sede central:** Continuando con la campaña de recolección diaria de papel de la sede central, en todos los pisos se recoge el papel seleccionado para reciclar. Las oficinas de Lima también envían continuamente material para reciclar. Todo el papel recolectado pasa finalmente a ser picado y empaquetado para su posterior reciclaje. En el caso de los residuos generados en las oficinas en provincias la venta se realiza localmente.

Los cartuchos de tóner usados (sin considerar los malogrados) son enviados al proveedor para ser re-manufacturados; es decir, conservándose la carcasa se recargan de tinta y se cambian los materiales desgas-

tados para lograr una mayor eficiencia y calidad. Un 1,03% de nuestros valorados son reciclados.

• **Conservación y cultivo de plantas en el vivero:** Todas las plantas naturales asignadas a la sede central y oficinas de Lima del Banco son cultivadas y producidas en el vivero de la sede central, con insumos de la mejor calidad y personal especialmente dedicado a su cuidado. El vivero, cuyo trabajo se inició en 1980, cuenta con un ambiente exclusivo en el que se encuentra gran variedad de plantas y flores.

• **Reciclado de mobiliario:** La primera opción ante la necesidad de alguna reposición o implementación de puestos de trabajo es reciclar el mobiliario existente. La mayoría de muebles sufre un gran desgaste con el uso diario; sin embargo, se puede satisfacer las necesidades de un buen puesto de trabajo ya que los proveedores con los que cuenta el Banco realizan trabajos de primera calidad y al mismo tiempo permiten continuar con la política de cuidado del medio ambiente, evitando utilizar maderas nuevas para la elaboración de mobiliario, disminuyendo así la tala de árboles que esto origina.

Cambio Climático: Riesgo y Oportunidad

Para el Grupo BBVA el cambio climático supone un desafío que conlleva riesgos para el sector financiero como oportunidades reales a las que es preciso dar respuesta. En este contexto, el Grupo quiere consolidarse como una compañía comprometida y responsable en la búsqueda de soluciones que mitiguen y prevengan las consecuencias de este proceso. Por eso 2009 ha sido un año de trabajo en la suma de diversas iniciativas y en el desarrollo y estudio de productos y servicios que contribuyen a la protección del clima. Igualmente se han producido importantes mejoras en los sistemas de gestión de riesgos ambientales, tanto de proyectos de inversión (Principios de Ecuador) como en la gestión medioambiental de los perfiles crediticios (Ecorating). Tras las adhesiones a iniciativas internacionales de apoyo a la lucha contra el cambio climático en 2007, el Grupo reafirma en 2009 su apoyo al Carbon Disclosure Project, iniciativa internacional de transparencia informativa sobre las implicaciones de las empresas en el cambio climático. Igualmente sigue comprometido con UNEP FI y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

En BBVA Banco Continental sabemos que actualmente el medio ambiente y sobre todo el cambio cli-

mático pueden implicar grandes riesgos para las instituciones financieras. Dos de los más importantes son el riesgo de crédito ambiental y el riesgo reputacional; el primero de ellos se presenta cuando un cliente es sujeto de multas o penalizaciones a consecuencia de su desempeño ambiental, lo que podría afectar su flujo de caja y por tanto el repago del préstamo. Por su parte el riesgo reputacional puede darse cuando la imagen del Banco se ve directamente afectada por un cuestionable desempeño ambiental de su cliente.

Es por eso que BBVA Banco Continental fomenta el desarrollo de la Cartera Verde que, como ya se ha dicho, es un portafolio compuesto por operaciones que contribuyen a la protección del medio ambiente.

Se ha financiado US\$ 16,1 millones en el segmento de personas, por concepto de vehículos a gas natural que forman parte del programa Mi Auto GNV, un producto orientado a la base de la pirámide social y que contribuye al objetivo nacional de cambiar la matriz energética del país. Los créditos de este programa han crecido significativamente en el último año, ingresando 1.288 nuevos créditos, ubicando a BBVA Banco Continental en una posición de liderazgo en el mercado.

Formación y Sensibilización Ambiental

BBVA Banco Continental promueve y está comprometido con la capacitación de su personal para me-

jorar su competencia en la aplicación de las políticas y procedimientos ambientales que establece para sus líneas de negocio.

Personal de Admisión de Riesgos Empresas ha participado en 2009 del curso “Análisis de riesgos ambientales y sociales (ARAS)”, patrocinado por el Programa Ambiental para Instituciones Financieras de las Naciones Unidas (UNEP FI), en asociación con el Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE).

Asimismo, internamente, en el Banco se lleva a cabo un programa permanente de formación y sensibilización para mejorar las capacidades en materia ambiental de la red comercial y de los analistas de riesgos. Durante el período 2009 este programa alcanzó a 27 gerentes de oficina.

Este programa está enfocado a difundir la política de riesgo medioambiental del Banco y a promover el desarrollo de la Cartera Verde con financiamientos de proyectos que contribuyen a la conservación del medio ambiente a través del menor y mejor uso de la energía y del agua. Un aspecto importante de este programa es que también se enfoca en capacitar al personal de la red comercial para la utilización de las herramientas desarrolladas para la gestión del riesgo socioambiental y que forman parte del Sistema de Gestión Ambiental y Social en materia de riesgo.



Compromiso con la Sociedad

6.420.267

Total de recursos destinados (Soles)

17.824

Niños beneficiados por el programa "Leer es estar Adelante"

3.600

Niños becados por el programa "Leer es estar Adelante"

El desarrollo de la sociedad, en un proyecto de largo plazo, es el compromiso que BBVA Banco Continental ha asumido, y que a través de su Fundación lo viene ejecutando.

Asuntos relevantes

Para BBVA Banco Continental el desarrollo de la sociedad es uno de sus objetivos primordiales, en plena concordancia con el séptimo principio que sustenta los valores corporativos: responsabilidad social para el desarrollo. Partiendo de esta premisa, el Banco conduce sus acciones hacia la comunidad como parte de sus grupos de interés.

En el desarrollo de cada apartado de este informe venimos dando cuenta de la contribución que el Banco hace a la sociedad desde el ámbito empresarial a través de sus diferentes productos y

servicios, así como también de los esfuerzos realizados para llegar a cubrir las necesidades de la población en cuanto a servicios financieros se refiere, los que se detallan en el apartado 4: Inclusión Financiera.

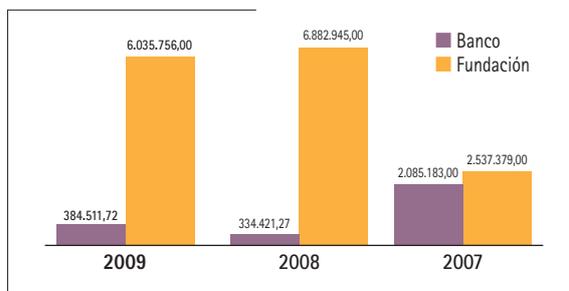
La constante actividad del Banco destinada a cumplir su compromiso con la sociedad se ve reflejada en actividades específicas sin ánimo de lucro y que buscan contribuir directamente al bienestar y a la satisfacción de necesidades básicas.

Durante 2009 el Banco continuó destinando recursos en actividades y programas de apoyo a la comunidad, sumándose un aporte total de S/.

6.420.267,71. A partir de un enfoque de Grupo, el Banco ha continuado con las mejoras en el sistema de evaluación y seguimiento del impacto social de sus actuaciones, logrando reforzar la planificación de su accionar social.

El Plan de Acción Social desarrollado por el Grupo BBVA y aplicado a cada una de las sedes en Latinoamérica viene logrando resultados alentadores en cuanto al fomento de la educación en general y de la educación financiera en particular. El Grupo BBVA considera que son instrumentos valiosos para el desarrollo y progreso de las sociedades.

→ Apoyo a la Comunidad: Recursos destinados por BBVA Banco Continental y su Fundación



→ Apoyo a la Comunidad: Distribución de Recursos por BBVA Banco Continental y su Fundación

En miles de Soles

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|
| Por entidad | | | |
| BBVA Banco Continental | 384.511,72 | 334.421,27 | 2.085.183,00 |
| Fundación BBVA Banco Continental | 6.035.756,00 | 6.882.945,00 | 2.537.379,00 |
| Total | 6.420.267,72 | 7.217.366,27 | 4.622.562,00 |
| Por temática | | | |
| Asistencia Social | 157.227,05 | 78.599,00 | 967.159,00 |
| Educación | 2.089.518,00 | 2.756.881,00 | 2.901.951,00 |
| Cultura | 384.193,66 | 412.449,50 | 415.067,00 |
| Salud | 2.466.250,00 | 2.411.627,00 | - |
| Ciencias Sociales | - | - | 114.455,00 |
| Medio Ambiente | - | 30.997,00 | - |
| Promoción de la Responsabilidad Social | 223.461,00 | 406.657,00 | 30.046,00 |
| Otros campos y gastos de estructura de las fundaciones | 819.849,30 | 860.015,91 | 185.866,00 |
| Desarrollo económico y social | 279.768,70 | 260.139,86 | - |
| Total | 6.420.267,71 | 7.217.366,27 | 4.622.562,00 |

La Fundación BBVA Banco Continental

La Fundación BBVA Banco Continental es una entidad sin ánimo de lucro, creada con el objetivo específico de contribuir al desarrollo integral de la sociedad. Sus ejes de actuación son la educación, el arte, la cultura y la asistencia social. La Fundación, creada en 1973, es una institución regulada por el Consejo Nacional de Supervigilancia de Fundaciones, organismo perteneciente al Ministerio de Justicia. Para más información visitar: www.bbvabancocontinental.com.

Programa "Leer es estar adelante".

En su tercer año de ejecución el programa realizó, en

escuelas de control el proceso de medición de aprendizajes de habilidades de comprensión lectora en los estudiantes beneficiarios, con la finalidad de comprobar el impacto directo y el nivel de atribución del programa en dichos aprendizajes

El aprendizaje de los estudiantes se midió en dos grados: tercero y quinto de primaria. A los estudiantes de ambos grados se les hizo un seguimiento hasta los grados cuarto y sexto respectivamente. Para tal fin, se aplicaron pruebas de entrada en tercero y quinto (al inicio de 2008), las cuales conformaron la línea de base y luego, para describir la evolución del aprendizaje, pruebas de medio término en tercero y quinto (a finales de 2008) y pruebas de salida en

cuarto y sexto grados (a finales de 2009).

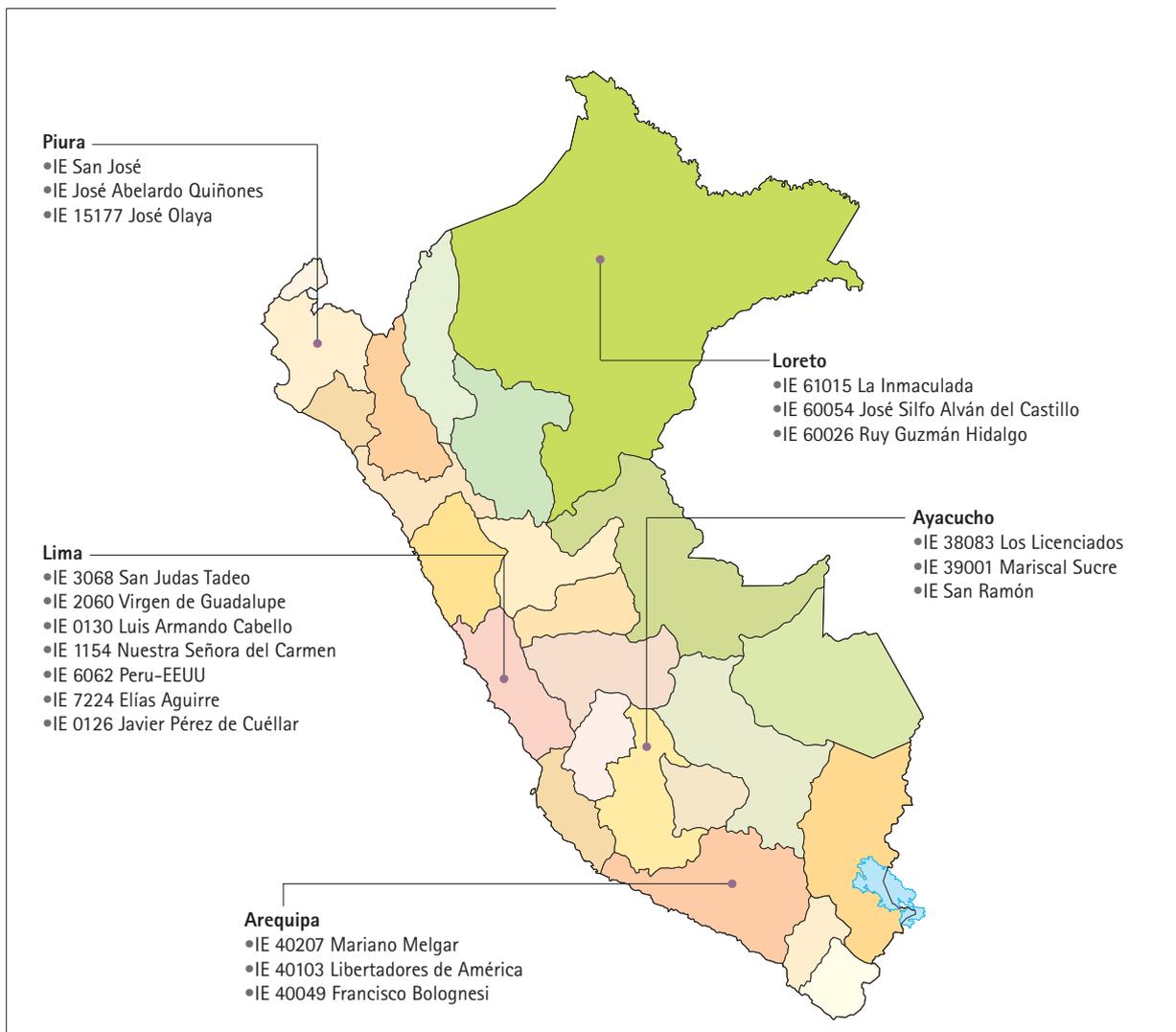
La medición de la línea de base se realizó en tercer y quinto grados de primaria. Los resultados arrojan que en el tercer grado se redujo casi en 50% la cantidad de alumnos por debajo del nivel 1, el más grave de todos. En quinto grado se redujo en 26% la cantidad de alumnos en el nivel más bajo (-1).

La presentación de los resultados se realizó en las ciudades de Piura, Ayacucho y Loreto, teniendo como escenario las instituciones educativas que participan en el programa. Asimismo, se realizó la entrega de los derechos de impresión de los textos del programa "Leer es estar adelante" al Ministerio de Educación, en el marco de una ceremonia en las instalaciones del Teatro Mario Vargas Llosa de la Biblioteca Nacional

del Perú, que contó con la presencia del viceministro de Educación Pedagógica, del presidente del Consejo Nacional de Educación Andrés Cardó Franco, del presidente de Empresarios por la Educación José Miguel Morales Dasso y de Mario Brescia Cafferata en representación del Banco.

Programa "Leer es estar adelante"
Aportaciones: S/. 1.941.882
Foco: Educación
Colectivo beneficiado: Niños del programa "Leer es estar adelante"

→ Programa "Leer es estar Adelante": Colegios seleccionados en cinco departamentos



Otras líneas destacadas.

En las siguientes líneas presentamos las actividades más resaltantes desarrolladas en este rubro.

- **Campaña “Abrigando corazones”:** En una intensa jornada realizada con los colaboradores del Banco y AFP Horizonte, se realizó la campaña “Abrigando corazones”, respondiendo al llamado de Cáritas del Perú con el fin de atender a las poblaciones del sur del país que se vieron afectadas por el friaje. La campaña permitió recaudar dinero en efectivo a través de dos cuentas y acopiar ropa de abrigo, alimentos no perecibles y frazadas, extendiéndose a las empresas aledañas al Banco.

- **Teatro Mario Vargas Llosa:** La Fundación BBVA Banco Continental continuó apoyando las actividades culturales realizadas en el teatro Mario Vargas Llosa de la Biblioteca Nacional del Perú. Las obras presentadas por la Asociación Cultural Plan 9, en las que participaron destacados artistas nacionales, fueron *Mundo de todos*, *El misterio de Irma Vap*, *La pareja desaparece*, *El rey ciervo*, *Esta obra es un desastre*, *Amigos invisibles* y *La Chunga*. En esta última puesta en escena se contó en una de las funciones con la asistencia del escritor Mario Vargas Llosa, autor de la obra, a quien se le rindió un homenaje.

- **Convenio con Asociación Romanza:** Durante el 2009, BBVA Banco Continental firmó un convenio con la Asociación Cultural Romanza y la Asociación Amigos de la Ópera, con el fin de participar en las presentaciones de este género musical.

En el marco del II Festival Internacional de Ópera “Alejandro Granda”, se montó la ópera *Atila* de Giuseppe Verdi, en el Teatro Municipal Alejandro Granda del Callao, que contó con la actuación de prestigiosos artistas del género de nivel internacional, como Ildar Abdrazakov (personificando a Atila), Dimitra Theodossion, Aquiles Machado y Claudio Segura.

Con el auspicio de la Fundación BBVA Banco Continental, el mundialmente conocido tenor peruano Juan Diego Flórez, se presentó ante miles de personas en el Estadio Miguel Grau del Callao, en una noche que combinó lo mejor de la música clásica con la popular.

Los clientes VIP de BBVA Banco Continental y AFP Horizonte gozaron del espectáculo desde una ubicación preferencial, además de un cóctel previo a la función preparado exclusivamente para ellos.

Acompañado de la Orquesta Sinfónica de Lima, el tenor peruano se reencontró con su público rega-

lándole en un comienzo lo mejor de su repertorio clásico: “El mismo rey del moro”, “Las bodas de Luis Alonso”, entre otras inolvidables piezas, pasando luego a interpretar canciones populares peruanas y latinoamericanas. Posteriormente cantó a dúo con los artistas invitados Magaly Solier, Pedro Suárez Vértiz y Gianmarco Zignago.

La Fundación BBVA Banco Continental viene apoyando por segundo año consecutivo las presentaciones de este importante intérprete peruano. Antes lo hizo con la ópera *Rigoletto*, de Giuseppe Verdi, presentada en el Teatro Alejandro Granda del Callao, que fue transmitida a todo el país en directo por TV Perú (Canal 7), gracias al auspicio de la Fundación y de AFP Horizonte en su afán de llevar la cultura y el arte a todos los segmentos y ciudades del país.

- **XVIII Congreso Nacional de la Empresa Privada:** Este congreso, realizado por la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP), ha logrado constituirse como uno de los más importantes espacios de debate sobre temas vinculados al desarrollo económico y social del país. Este año el comité organizador desarrolló el programa en torno a la integración física y social. El Banco participó como auspiciador del evento y en él participó como expositor José Luis Escrivá Belmonte, director del Servicio de Estudios y economista jefe del Grupo BBVA Banco Continental, con el tema “Perspectivas de la economía global y latinoamericana y la importancia de la inversión en educación”.

- **47 Conferencia Anual de Ejecutivos:** Con el lema “Nuestro futuro, nuestra oportunidad” el Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE) realizó la cuadragésimo séptima Conferencia Anual de Ejecutivos (CADE) en la ciudad de Arequipa, donde el Banco tuvo presencia en calidad de auspiciador ofreciendo el cóctel de bienvenida.

Durante el evento se revisó la transformación del empresariado en el Perú y el mundo, los desafíos para el país frente al futuro, el contexto de la crisis internacional y las oportunidades empresariales. Asimismo, la urgencia de la innovación y desarrollo tecnológico, al igual que las prioridades para los próximos años de gestionar el talento de los peruanos.

- **Noche de Arte:** En su versión número 40, Noche de Arte, evento cultural organizado por la United States Embassy Association (USEA), presentó la exposición de artes plásticas más grande del país en las instalaciones de BBVA Banco Continental. Esta

muestra reúne lo mejor del arte peruano logrando verse pinturas, esculturas y fotografías, confluyendo los artistas más destacados junto a los noveles. Durante cinco días, las principales zonas de ingreso al Banco se vieron ataviadas especialmente para la ocasión, convirtiendo a la sede principal en un escenario cultural.

Los ingresos recaudados como producto de la venta de las obras se destinaron para financiar proyectos de apoyo social.

Programa de Actividades Culturales

Aportaciones: S/. 384.193,66

Foco: Artes plásticas / Conservación del patrimonio histórico / Promoción de la educación / Difusión de la cultura

Número de exposiciones: 27 (Cajamarca y La Libertad)

Número de visitantes: 200.470

Ruta Quetzal BBVA.

La vigésimo quinta edición de Ruta Quetzal BBVA, “Rumbo a la Isla de Robinson Crusoe. La Tierra de Juan Fernández en Chile”, se inició en España, lugar de encuentro para los más de 270 expedicionarios procedentes de 53 países, entre los que se encontraban seis estudiantes peruanos.

Los jóvenes iniciaron el viaje por tierras españolas, visitando primero el convento de las Carmelitas de Ocaña, lugar donde está enterrado Alonso de Ercilla, autor de La Araucana, y luego Madrid, donde fueron recibidos por los príncipes de Asturias en el palacio de El Pardo de la capital española, ciudad en la que además visitaron el Museo del Prado, el Real Jardín Botánico, el Observatorio Nacional y el Palacio Real, entre otros lugares. Siguieron el viaje por las Comunidades de Valencia, Murcia, Andalucía, Castilla y León, La Rioja y Madrid, tras la huella de emprendedores españoles que tuvieron gran importancia en la conformación de Chile.

Luego navegaron por el Mediterráneo hasta recalar en Málaga, ciudad de origen de Bernardo de Gálvez, gobernador de Louisiana en 1776 y fundador de Galveston dos años más tarde. En la capital de la Costa del Sol, los jóvenes de Ruta Quetzal BBVA conocieron el centro histórico y ascendieron a la forta-

leza de Gibralfaro, realizando diversos trabajos relacionados con la construcción del bergantín “Galveston” y actividades de remo en las milenarias embarcaciones de Jábega.

La ruta concluyó a finales de julio en Madrid, con un acto organizado por la Universidad Complutense que dirige el programa académico de este proyecto educativo y cultural.

En diciembre se realizó la segunda parte del programa Ruta Quetzal 2009, viajando a Chile por primera vez, y allí durante casi tres semanas, entre otras actividades, los jóvenes viajeros rememoraron la aventura del marinero escocés Alexander Selkirk, naufrago que inspiró el personaje de Robinson Crusoe al novelista Daniel Defoe, y que vivió en una isla desde 1704, cuando fue abandonado por el galeón “Cinque Ports”, hasta 1709, al ser rescatado por el “Duke” que le llevó de regreso a Inglaterra. Los jóvenes embarcarán en Valparaíso para llegar a la que se conoce ahora como isla de Robinson Crusoe, que forma parte de un archipiélago descubierto por el navegante español Juan Fernández hacia 1574, quien consiguió un gran avance en el derrotero hacia el sur del país andino, reduciendo el tiempo de navegación a Concepción, segunda ciudad de la República de Chile.

Otro de los aspectos más importantes de la Ruta Quetzal BBVA en Chile fue seguir la estela de sus premios Nobel: Gabriela Mistral (Vicuña, 1889 - Nueva York, 1957) y Pablo Neruda (Parral, 1904 - Santiago de Chile, 1973), dos de los más fértiles escritores del siglo pasado.

La estancia en Santiago de Chile, tanto al principio como al final, tuvo como eje celebrar el Año Internacional de la Astronomía, declarado por Naciones Unidas en 2009, conociendo el Observatorio Astronómico Nacional de Chile, inaugurado en 1852, uno de los más grandes en su género dentro del ámbito iberoamericano.

Para obtener mayor información visitar: www.rutaquetzalbbva.com

Ruta Quetzal BBVA

Foco: Educación

Colectivo beneficiado: Jóvenes de 16 y 17 años

Número de trabajos presentados: 18

Número de asistentes: 6

Servicio de Estudios.

En su cuarto año, las conferencias COYUNTURA: Reunión para Ejecutivos estuvieron dirigidas a los principales clientes del Banco, brindándoles información de actualidad y oportuna para la buena orientación de sus negocios.

La Unidad de Imagen y Comunicación, responsable de la organización de estos eventos, presentó a lo largo del año tres reuniones que contaron con la participación de destacados expositores como Augusto Álvarez Rodrich, Pedro Pablo Kuczynski y el ministro de economía Luis Carranza. Los temas tratados fueron “El cambiante escenario político del año 2009”, “Reflexiones sobre la coyuntura política y económica peruana” y “Proyecciones y posibilidades de la economía peruana” respectivamente.

Asimismo se realizaron dos reuniones en paralelo para los miembros del equipo directivo a cargo de Hugo Perea, gerente del Servicio de Estudios Económicos, y de Ya Lan Liu, economista jefe de BBVA en Asia.

Estudios económicos

Aportación: S/. 34.887,95 en 2009

Temáticas: Análisis sectorial / Modelización y análisis cuantitativo / Análisis de sistemas previsionales

Otros proyectos relevantes.

El programa Aprendo BBVA, en su sexto año, recibió a 594 niños, principalmente de instituciones educativas ubicadas en los conos de la ciudad. Siempre con el objetivo de brindar conocimientos de forma

clara y amena acerca del sistema financiero, los escolares asisten a una charla informativa, visitan las instalaciones del Banco y participan de juegos donde se busca reforzar los conceptos aprendidos en el aula.

Aprendo BBVA

Aportación: S/. 6.742

Foco: Educación / Conceptos básicos sobre el sistema financiero

Número de alumnos: 2.000 (2004 al 2009)

Auspicios y donaciones.

Con un fin altruista, tanto el Banco como la Fundación participan auspiciando y promoviendo actividades en favor de los más necesitados, principalmente en los campos de la educación y la cultura. Algunas de las instituciones favorecidas son las siguientes:

- Asociación Aprendo Contigo.
- Asociación Artes Culturales Romanza.
- Asociación de Asistentes Sociales en Empresa.
- Asociación Hogares Nuevo Futuro El Rastrillo.
- Asociación Mensajeros por la Paz.
- Biblioteca Nacional del Perú.
- Centro Peruano de Audición y Lenguaje.
- Fundación Peruana Cardioinfantil.
- Grupo de Teatro La Tarumba.
- Instituto Nacional de Cultura.
- Olimpiadas Especiales.
- Prelatura de Yauyos.
- Sociedad de Beneficencia Israelita Sefardí.
- Universidad del Pacífico.
- USEA – Noche de Arte.



Voluntariado Corporativo

Las personas queremos contribuir de algún modo a tener un mejor mundo. El compromiso de BBVA Banco Continental es facilitar las condiciones para que la unión de los esfuerzos de nuestros empleados deje huella y marque la diferencia.

Programa de Voluntariado

El Voluntariado BBVA Banco Continental, creado en el año 2007, y actualmente integrado por 83 colaboradores, continúa con sus actividades de proyección y atención a la sociedad a través de una alianza estratégica con instituciones de prestigio que trabajan con los sectores más necesitados de la población.

La misión es contribuir a elevar el nivel de vida de personas de escasos recursos, especialmente de niños con discapacidad.

La visión de trabajar por un futuro mejor para las personas es el compromiso de BBVA Banco Continental. Dentro de este lineamiento brinda las condiciones necesarias para el desarrollo de los Módulos de los Voluntarios (teatro y logística), de modo

que el esfuerzo de los colaboradores pueda trascender fronteras.

A lo largo del año se ha continuado realizando un trabajo conjunto con la Asociación Aprendo Contigo, cuyo objetivo es acompañar al paciente pediátrico hospitalizado y/o ambulatorio a través de tareas propias de la niñez: estudio y juego, con el propósito de fortalecer el estado emocional del paciente durante el proceso de la enfermedad, por medio de actividades que permitan continuar su desarrollo educativo además del recreacional. Aprendo Contigo cuenta con valor oficial (Resolución Ministerial 1031-2003), lo cual facilita la reincorporación del niño a su escuela una vez que regresa a su lugar de origen, recuperando así su entorno social y familiar.

El programa funciona en el Instituto de Enferme-

dades Neoplásicas (INEN), en La Posadita del Buen Pastor (albergue para niños portadores del VIH), en el Hogar Clínica San Juan de Dios y en el Instituto Nacional de Salud del Niño (ex Hospital del Niño).

Cabe resaltar que para la preparación previa a cada presentación el equipo de voluntarios del Banco recibe una capacitación a cargo de un especialista en actuación, quien además los asesora en temas de creación literaria, montaje y la logística propia de cada presentación.

Cada semana, el equipo de voluntarios que integran el módulo de teatro entrega su tiempo a perfec-

cionar su arte en intensos pero a la vez apasionantes ensayos, en el taller de actuación que se imparte en la sede central del Banco, transformándolos en actores capaces de competir con los veteranos en las lides artísticas y luego llevar los “cuentacuentos” o apoyar a la logística en las instituciones de salud.

Por medio de la revista interna Nosotros se realizan las convocatorias a formar parte del voluntariado, práctica que está a cargo de la Unidad de Imagen y Comunicación.

En el 2009 los voluntarios realizaron diversas actividades, las que destacamos en el siguiente cuadro.

→ Actividades del Programa de Voluntariado

| Institución beneficiada | Actividad | Nº de voluntarios | Nº de beneficiados |
|---|--|-------------------|---|
| Hospital Cayetano Heredia-Pediatría | Presentación de "cuentacuentos" | 20 | 70 |
| La Posadita del Buen Pastor | Pintado de aulas de Aprendo Contigo ¹ | 43 | 25 |
| INEN | Teatro Mario Vargas Llosa | 45 | 2.000 |
| La Posadita del Buen Pastor | Presentación de "cuentacuentos" | | |
| Hogar Clínica San Juan de Dios | | | |
| Hospital del Niño | | | |
| Hogar Clínica San Juan de Dios | Función especial en Teatro Mario Vargas Llosa | 20 | 20 |
| Hogar Clínica San Juan de Dios | Función especial en Teatro Mario Vargas Llosa | 10 | 15 |
| La Posadita del Buen Pastor | Función especial en Teatro Mario Vargas Llosa | 10 | 21 |
| Hogar Reina de la Paz | Función especial en Teatro Mario Vargas Llosa | 16 | 26 |
| Hogar Clínica San Juan de Dios | Donación de juegos de mesa ² | 10 | Todos los pacientes hospitalizados y ambulatorios |
| Cuna de Hospital Edgardo Rebagliati-EsSalud | Presentación de "cuentacuentos" | 23 | 230 |
| La Posadita del Buen Pastor | Presentación de "cuentacuentos" | 40 | 25 |
| Noche de Arte | Apoyo de voluntarios ³ | 30 | - |
| USEA-Residencia norteamericana | | 26 | 400 |
| Hogar Clínica San Juan de Dios | Presentación de "cuentacuentos" | 40 | 100 |
| EsSalud-Niños con leucemia | Presentación de "cuentacuentos" | 25 | 250 |
| INEN | Teatro Mario Vargas Llosa | 83 | 450 |
| La Posadita del Buen Pastor | Presentación de "cuentacuentos" | | |
| Hogar Clínica San Juan de Dios | | | |
| Hospital del Niño | | | |
| Hogar Clínica San Juan de Dios | Teatro Mario Vargas Llosa | 4 | 30 |
| La Posadita del Buen Pastor | Presentación de "cuentacuentos" | | |

¹ En esta actividad participaron los voluntarios y sus familiares.

² Donación realizada por iniciativa propia del equipo de voluntarios.

³ Participación del equipo de voluntarios en el evento de recaudación de fondos a través de la venta de obras de arte para beneficio a diferentes instituciones.



Pacto Mundial y Objetivos del Milenio

"Hace tiempo, unas personas muy sabias se pusieron a imaginar un mundo mejor para todos y para cumplir su sueño le pusieron una fecha y un nombre de mayores: 2015, los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Son ocho deseos que entre todos podemos hacer realidad" (Proyecto "2015: Un mundo mejor para Joana").

Pacto Mundial

El séptimo principio de BBVA Banco Continental se basa en la responsabilidad social para el desarrollo. Es por eso que desde su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en el 2004 ha trabajado de manera constante en el cumplimiento de esta iniciativa multi-sectorial orientada a promover la responsabilidad empresarial; es decir, el compromiso social de las empresas a través de diez principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción. Las entidades que se suman de forma voluntaria a esta alianza se comprometen a incorporar estos principios en su estrategia empresarial.

En Perú, BBVA Banco Continental continúa sien-

do la única empresa del sistema financiero peruano que no solo asume este compromiso a través de la presentación de sus informes de progreso, sino también participando activamente en la difusión y promoción de las ventajas que conlleva su adhesión. El Banco es miembro activo y permanente de la representación del Pacto Mundial en Perú.

Para más información sobre el Informe de Progreso Completo del 2009, consultar en www.pacto-mundial.org.

Objetivos de Desarrollo del Milenio

Los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), promovidos por las Naciones Unidas, sur-

→ BBVA Banco Continental y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

| Categorías | Principio | Indicadores GRI |
|----------------------------|--|---|
| Derechos humanos | Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia. | LA4, LA 7- 8, LA 13, HR 1-2, HR 4-7, S05, PR1 |
| | Principio 2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos. | HR 1-2, HR 4-7, S05 |
| Trabajo | Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. | LA 4-5, HR 1-2, HR5, S05 |
| | Principio 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. | HR 1-2, HR7, S05 |
| | Principio 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil. | HR 1-2, HR6, S05 |
| | Principio 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. | EC7, LA2, LA 13, HR 1-2, HR4, S05 |
| Medio ambiente | Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. | EN26, EN30, S05, FS1, FS2 |
| | Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. | EN 1-4, EN8, EN 16, EN 22, EN26, EN28, S05, PR3, FS1, FS2 |
| | Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente. | EN2, EN26, S05 |
| Lucha contra la corrupción | Principio 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno. | SO 2-5 |

Fuentes de las correspondencias entre los principios del Pacto Mundial y los indicadores GRI: borrador del informe *Making the Connection* de GRI y Pacto Mundial. (www.globalreporting.org)

gen de un acuerdo internacional que establece el 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras significativas en la reducción de la pobreza y en las desigualdades que afectan a millones de personas en el mundo. BBVA Banco Continental no es ajeno a esta

iniciativa y en el 2009 ha continuado trabajando con acciones encaminadas al logro de dichos objetivos.

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

→ Los Objetivos del Milenio en BBVA Banco Continental

| Objetivos del Milenio | Iniciativas principales de BBVA Banco Continental ¹ |
|--|---|
| 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre. | Productos con criterios de Responsabilidad Corporativa. |
| 2. Lograr la enseñanza primaria universal. | Plan de Acción Social de BBVA para América Latina Programa "Leer es estar adelante". |
| 3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer | Acuerdo de igualdad y conciliación vida familiar y laboral. |
| 4. Reducir la mortalidad infantil. | Seguro médico según ley. |
| 5. Mejorar la salud materna. | Seguro médico según ley. |
| 6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades. | Seguro médico según ley. |
| 7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente. | Gestión del impacto ambiental indirecto a través de los Principios de Ecuador (Grupo BBVA). Plan Global de Ecoeficiencia. Desarrollo de productos y servicios con criterios medioambientales. |
| 8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo. | Participaciones diversas en foros sobre RC. Iniciativas del Foro de Reputación Corporativa (FRC) para la difusión de los ODM. |

1. Se destacan las iniciativas más importantes de cada objetivo.

Informe de Revisión Independiente

Informe de Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009 del BBVA Banco Continental S.A.

A los Grupos de Interés del BBVA Banco Continental S.A.

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 Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), en cuanto al perfil de la Organización e indicadores principales relacionados a las dimensiones Económica, Ambiental y Social.
- La información, incluida en el IARC, sobre la ejecución de los proyectos sociales en el 2009 a cargo del BBVA Banco Continental S.A. (en adelante el Banco) y la Fundación BBVA Banco Continental (en adelante la Fundación).

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

Estándares y procesos de verificación

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

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Gerencia, así como a las diversas unidades del Banco que han participado en la elaboración del 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 para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IARC 2009.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2009 de las Juntas de Accionistas y Directorio, relacionadas a la Responsabilidad Corporativa del Banco.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de los Grupos de Interés a lo largo del ejercicio.
- Análisis de la aplicación de los principios de materialidad, integridad y capacidad de respuesta en la información incluida en el IARC, de acuerdo al entendimiento del Banco sobre los requerimientos de los Grupos de Interés, en relación a los aspectos materiales descritos en los apartados "Criterios del Informe" y "Participación de los Grupos de Interés".
- Revisión relativa a que el contenido del IARC no contradice ninguna información relevante suministrada por el Banco en su Memoria Anual.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en la Guía G3 de GRI, y comprobación que los indicadores centrales incluidos en el IARC corresponden con los recomendados por dicho estándar, indicándose aquellos no aplicables o no disponibles.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Validación, mediante pruebas selectivas, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores principales GRI incluida en el IARC 2009 y su adecuada compilación, a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Banco, así como en los resultados de los proyectos sociales ejecutados por el Banco y la Fundación.

Conclusiones

En la tabla de indicadores GRI se detallan aquellos que han sido revisados y el alcance de la verificación. Como resultado de nuestro trabajo:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IARC 2009 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3) en los aspectos indicados en el alcance.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información sobre los proyectos sociales ejecutados por el Banco y la Fundación BBVA Banco Continental en el 2009 contenga errores significativos.

Recomendaciones

Adicionalmente, sin alterar nuestras conclusiones, hemos presentado a la Unidad de Imagen y Comunicación del Banco nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para fortalecer los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de la Responsabilidad Corporativa. Entre las más importantes destaca:

- Ampliar de forma consistente la base de conocimiento del personal del Banco, vinculado a la función de Responsabilidad Corporativa, en temas relacionados a la gestión y reporte medio ambiental, financiero y de control interno.

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

- La preparación del IARC 2009, es responsabilidad de la Unidad de Imagen y Comunicación del Banco. Para ello, coordina con las áreas responsables y canaliza la información necesaria para su emisión. Posteriormente se encarga de su difusión según el Código de Conducta del Grupo BBVA.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés del BBVA Banco Continental S.A. de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC). Asimismo, en aplicación de los procedimientos internos del BBVA Banco Continental S.A., nuestra propuesta de servicios ha sido aprobada por el Comité de Auditoría.
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el IARC 2009 del BBVA Banco Continental S.A.

Lima, 9 de Abril de 2010
Deloitte & Touche S.R.L.



Gerardo Herrera Perdomo
Socio
Enterprise Risk Services

Criterios del Informe

Perfil, Alcance, Relevancia, Materialidad y Cobertura

Desde hace cinco años BBVA Banco Continental elabora un informe de responsabilidad corporativa en el que recoge la información de las actividades anuales que se realizan en esta materia. Los temas presentados en cada uno de los apartados muestran datos cuantitativos y cualitativos de los tres últimos años (2007 a 2009). Cuando la data de los años anteriores es modificada, se debe a una mejora en los métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas. La información presentada a lo largo de este documento incluye a todas las oficinas del Banco a nivel nacional, exceptuando las subsidiarias.

En el informe de este año destacamos:

- La revisión de los aspectos relevantes desde la perspectiva del actual contexto económico y financiero.
- La reformulación de los campos de mejora y principales líneas de trabajo para 2009, por medio de su integración en la Tabla de Progresos 2009 y Objetivos 2010 que figura al final del presente documento. Este año la distribución del documento se hará en formato digital, reduciendo el consumo de papel a únicamente 100 ejemplares, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

En la determinación de la relevancia y materialidad de los contenidos que se incluyen, se ha concedido especial atención a los grupos de interés más significativos, con una continuidad en los procesos de consulta según las recomendaciones establecidas en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (versión 3 2006) de Global Reporting Initiative (GRI).

El presente informe se completa con la *Memoria Anual 2009*, así como con la información publicada en la página www.bbva.com.

Referencias Básicas y Estándares Internacionales

GRI ha calificado a BBVA Banco Continental en 2009 como A+.

Cabe destacar que la información financiera se elabora de acuerdo con las normas internacionales y nacionales que rigen la actividad del Banco. Se han respetado los principios y requisitos de Global Reporting Initiative (GRI G3), reportando tanto los indicadores centrales como los financieros. Asimismo en esta memoria se ha informado acerca del desempeño de los principios:

- **Inclusión:** Participación de nuestros grupos de interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la sostenibilidad.
- **Relevancia:** Determinación de los temas relevantes para BBVA y sus grupos de interés, alineados con los procesos de toma de decisiones y la estrategia de la organización.

- **Capacidad de respuesta:** Reflejo de cómo BBVA Banco Continental responde a los temas relevantes planteados por sus grupos de interés.

Igualmente, BBVA Banco Continental ha pretendido demostrar su compromiso con los ODM de la ONU e incluye el Informe de Progreso 2009 de cumplimiento con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, siguiendo la guía de GRI y Global Compact “Making the Connections”.

Rigor y Verificación

BBVA Banco Continental cuenta con áreas de sistematización y gestión de información para proporcionar una sólida fuente de contenidos. Estas áreas son revisadas, verificadas y auditadas (interna y externamente). La Unidad de Imagen y Comunicación, responsable de la ejecución y control de las actividades de RC, gestiona la recopilación de información con el fin de facilitar el reporte y la compilación de los datos, además de ejecutar íntegramente los programas de acción social del Banco.

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. | 1 y 2 |
| 1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades. | 9, 14 |
| 2. Perfil de la organización | Páginas |
| 2.1 Nombre de la organización. | Portada |
| 2.2 Principales marcas, productos y/o servicios. | Portada |
| 2.3 Estructura operativa de la organización. | Portada |
| 2.4 Localización de la sede principal de la organización. | Portada |
| 2.5 Número de países en los que opera la organización. | Portada |
| 2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | Portada |
| 2.7 Mercados servidos. | Portada |
| 2.8 Dimensiones de la organización informante. | Portada, 65 |
| 2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización. | Portada |
| 2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo. | 65 |
| 3. Parámetros de la memoria | Páginas |
| PERFIL DE LA MEMORIA | |
| 3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria. | Portada, 62 |
| 3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere). | Portada, 62 |
| 3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.). | Portada, 62 |
| 3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido. | Contraportada |
| ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA | |
| 3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria. | 13-14, 62 |
| 3.6 Cobertura de la memoria. | Portada, 62 |
| 3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria. | Portada, 62 |
| 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 significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones. | Portada |
| 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. | Portada, 11, 31-37, 44, 58, 52, 62 |
| 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. | 62 |
| 3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria. | 62 |
| ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI | |
| 3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria. | Portada, 63-64 |
| VERIFICACIÓN | |
| 3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se 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 la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación. | 61 |
| 4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés | Páginas |
| 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. | Portada, 6, MA |
| 4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen). | MA |
| 4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. | IGC-MA |
| 4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. | 6, 41, IGC-MA |
| 4.5 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). | 35-36 |
| 4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno. | 4, IGC-MA |
| 4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos. | 4, IGC-MA |
| 4.8 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. | 3-4, 9-10 |
| 4.9 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. | 4, 13-14 |
| 4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social. | IGC-MA |
| COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS | |
| 4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. | 9, 49-50 |
| 4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe. | 10, 50, 52-56, 59-60 |
| 4.13 Principales asociaciones a las que pertenece (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya. | 10, 52-56 |
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | |
| 4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido. | 13 |
| 4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. | 12-13 |

| | |
|--|----|
| 4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés. | 13 |
| 4.17 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 |

| ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES | | |
|--|--------------|-------------------------|
| Dimensión Económica | Páginas | Alcance de verificación |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| Desempeño económico | | |
| EC1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos. | 10-11 | ✓ |
| EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático. | 49-50 | ✓ |
| EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. | 37-40 | ✓ |
| EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. | No material* | |
| Presencia en el mercado | | |
| EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas | 33 | |
| EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | 43-44 | (1) |
| EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | 33 | ✓ |
| 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. | 28-29 | ✓ |
| Dimensión Ambiental (a) | | |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| Materiales | | |
| EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen. | 46, 48 | ✓ |
| EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados. | 49 | ✓ |
| Energía | | |
| EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. | 48 | ✓ |
| EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. | 48 | ✓ |
| EN5. Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia. | 47-49 | |
| EN6. Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. | 29, 50 | |
| EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas. | 48-49 | |
| Agua | | |
| EN8. Captación total de agua por fuentes. | 48 | ✓ |
| 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 las áreas protegidas. | No material* | |
| Emisiones, vertidos y residuos | | |
| EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso. | 48 | ✓ |
| EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. | No material* | |
| EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. | 47-49 | |
| EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso. | No material* | |
| EN20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso. | No material* | |
| EN21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. | No material* | |
| EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento. | 48 | ✓ |
| 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. | 29, 49 | ✓ |
| EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos. | No material* | |
| Cumplimiento normativo | | |
| EN28. Costes de las multas significativas y número de sanciones monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental. | 10 | ✓ |
| Transporte | | |
| EN 29. Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte personal. | 48 | |
| Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (b) | | |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN | | |
| Empleo | | |
| LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región. | 30-32 | ✓ |

| | | |
|---|-------------|-----|
| LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región. | 33-34 | ✓ |
| LA3. Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal. | 33 | |
| Relaciones empresa / trabajadores | | |
| LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo. | 41 | ✓ |
| LA5. Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. | 33 | ✓ |
| Salud y seguridad en el trabajo | | |
| LA6. Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo. | 41 | |
| LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. | 40-41 | (2) |
| 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. | 40 | ✓ |
| LA9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. | 41-42 | |
| Formación y Educación | | |
| LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado. | 35-36 | ✓ |
| LA11. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales. | 35 | |
| LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional. | 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. | 34 | ✓ |
| Dimensión Social: Derechos Humanos (c) | | |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN | | |
| 4-11, 39, 40-42, 44, 59-60 | | |
| 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. | 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. | 44 | ✓ |
| No discriminación | | |
| HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. | 33, 39 | ✓ |
| Libertad de Asociación y convenios colectivos | | |
| HRS. Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. | 41 | ✓ |
| 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. | 9-10, 52-53 | ✓ |
| 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. | 9-10, 59 | ✓ |
| Dimensión Social: Sociedad (d) | | |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| 4-11, 14, 24-26, 51-52 | | |
| Comunidad | | |
| S01. 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. | 7-8 | ✓ |
| Corrupción | | |
| S02. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. | 25, 35 | ✓ |
| S03. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización. | 26, 35 | ✓ |
| S04. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción. | 25, 41 | ✓ |
| Política pública | | |
| S05. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying. | 10 | ✓ |
| Cumplimiento normativo | | |
| S08. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. | 10 | ✓ |
| Dimensión Social: Responsabilidad de producto (e) | | |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| 4-11, 51, 52-53 | | |
| 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 categorías de productos y servicios significativos sujetos. | 18 | ✓ |
| 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. | 19 | ✓ |

| | | |
|--|----|---|
| PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. | 16 | |
| 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. | 19 | ✓ |
| Cumplimiento normativo | | |
| PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. | 10 | ✓ |

| INDICADORES DEL SECTOR FINANCIERO | | |
|--|--------------|-------------------------|
| Impacto de productos y servicios | Páginas | Alcance de verificación |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| 4-11, 13-19, 22-25, 28-29, 49-50 | | |
| FS1: Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio. | 24, 50 | ✓ |
| FS2: Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales. | 24-25 | ✓ |
| FS3: Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes. | 29 | ✓ |
| FS4: Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio. | 23-24 | ✓ |
| FS5: Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente. | 13-14 | ✓ |
| Cartera de producto | | |
| FS6: Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, pyme, microempresa) y sector. | Portada | (3) |
| FS7: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos. | 28-29 | ✓ |
| FS8: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos. | 28-29, 49-50 | ✓ |
| Auditoría | | |
| FS9: Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos. | 69 | (4) |
| Gestión activa de la propiedad | | |
| FS10: Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales. | 24-25, 29 | ✓ |
| FS11: Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental. | 24, 69 | (5) |
| FS12: Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto. | 27 | NA |
| Dimensión Social: Sociedad | | |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| 4-11, 22 | | |
| Comunidad | | |
| FS13: Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos. | 21-22 | ✓ |
| FS14: Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros. | 22 | ✓ |
| Dimensión Social: Responsabilidad de producto | | |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| 4-11, 19, 56 | | |
| Salud y seguridad del cliente | | |
| FS15: Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa. | 19 | ✓ |
| Comunicaciones de marketing | | |
| FS16: Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario. | 56 | ✓ |

| LEYENDA | |
|---|---|
| IGC-MA Informe de Gobierno Corporativo Memoria Anual 2009 | EN21: Indicador no material. No se emplea agua en ningún proceso industrial. El agua es utilizada para ser consumida en temas de higiene y riego de áreas verdes. |
| MA Memoria Anual 2009 | EN23: Indicador no material. No existen emisiones y derrames accidentales de ningún tipo por ser una entidad financiera y no empresa industrial. |
| Justificación de la no inclusión de los siguientes indicadores principales de GRI en el Informe Anual de RC 2009 | EN27: Indicador no material. No se cuenta con un proceso de reutilización de estos materiales. |
| EC4: Indicador no material. BBVA Banco Continental no recibe asistencia del gobierno. | Notas sobre alcance y verificación |
| EN17: Indicador no material. BBVA Banco Continental no presenta terrenos en zonas ajenas a áreas protegidas, pues pertenece al sector financiero. | NA No Aplica |
| EN18: Indicador no material. La gestión que BBVA Banco Continental realiza no impacta sobre la biodiversidad en espacios naturales. | ✓ BBVA Banco Continental |
| EN19: Indicador no material. No se emiten sustancias tóxicas por ser una entidad financiera y no una empresa industrial. | (1) Se menciona el % más no el monto. |
| EN20: Indicador no material. No se emiten sustancias tóxicas por ser una entidad financiera y no una empresa industrial. | (2) Sólo se reporta Tasa de Ausentismo. El dato incluye enfermedad y/o inasistencia. |
| | (3) Sólo se reporta el desglose de cartera por línea de negocio. |
| | (4) Se ha definido la evaluación de este punto como parte de los Objetivos 2010. |
| | (5) Actualmente el valor es cero debido a que no se manejan cifras teniendo contemplado en el 2010 contar con una herramienta completamente habilitada para contabilizar la cantidad de empresas evaluadas. |

→ Indicadores Clave de Responsabilidad Corporativa

| | 2009 | 2008 | 2007 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Económicos | | | |
| Beneficio por acción (soles) | 0,63 | 0,49 | 0,4 |
| Capitalización bursátil (MM) | 13.315 | 5.713 | 8.017 |
| Valor Económico Añadido [VEA] (en Soles) | 2.549.343 | 2.079.388 | 1.665.399 |
| Sociales | | | |
| Número medio de días en resolver una reclamación | 9 | 11 | 12 |
| Mujeres en puestos directivos (%) | 18 | 27 | 32 |
| Diversidad hombres/mujeres (%) | 53/47 | 53/47 | 54/46 |
| Rotación no deseada de la planilla (%) | 10,3 | 4,8 | 5,48 |
| Horas formación por empleado | 69,7 | 67 | 66,49 |
| Índice de satisfacción de proveedores ¹ (escala: 1 a 5) | – | – | – |
| Índice de satisfacción de clientes ² (encuesta externa multimarca) | 73,8 | 77 | 5,56 |
| Índice de satisfacción de empleados (%) | – | 69 | – |
| Recursos destinados a compromiso con la sociedad (en Soles) | 6.420.268 | 7.217.366 | 4.622.562 |
| Número de beneficiarios del programa de educación Niños Adelante ³ | 17.824 | 13.824 | 3.600 |
| Medioambientales | | | |
| Electricidad consumida por empleado (GJ) ⁴ | 0,97 | 0,75 | 21,4 |
| Total CO ₂ emitido (t) ⁴ | 5.313 | 13.661 | 3.465,00 |
| Consumo de papel por empleado (kg) ⁴ | 79,21 | 72,78 | 80,25 |
| Consumo de agua por empleado (m ³) | 32,86 | 29,71 | 39,84 |
| Avance en la implementación de los Principios de Ecuador | sí | sí | sí |
| Gestión y Gobierno de la Responsabilidad Corporativa | | | |
| Número de miembros del Comité de RRC ⁵ | 8 | 8 | – |
| Indicadores Generales | | | |
| Presencia en FTSE4Good (sí/no) | no | no | no |
| Índice de reputación ante la opinión pública en Perú ³ | | 82 | 72 |

Alcance: BBVA Banco Continental
 1. No se realizó en 2009.
 2. Escala: 0 a 100.
 3. Programa iniciado en 2007.
 4. La *Guía Corporativa de Indicadores Ambientales* (publicada el 24 de noviembre de 2008) define específicamente los conceptos de los indicadores y expone nuevos valores para los factores de emisión de CO₂ para todo el Grupo, por lo cual los cálculos de los resultados obtenidos en el año 2008 presentan alguna diferencia con relación a los años anteriores.
 5. Instaurado a partir de 2008.

→ Premios y Reconocimientos 2009

| | |
|--|---|
| BBVA Banco Continental: Mejor Banco del Perú, por sexto año consecutivo | Revista <i>Global Finance</i> |
| BBVA Banco Continental: Mejor Banco del Año | Revista <i>Latin Finance</i> |
| BBVA Banco Continental es el banco peruano mejor ubicado en el ranking de los 25 Mejores Bancos de América Latina | Revista <i>América Economía</i> |
| BBVA Banco Continental entre los 50 Mejores Bancos de América Latina | Revista <i>Poder</i> |
| BBVA Banco Continental continúa siendo el único banco del sistema financiero peruano incluido en el Índice de Empresas que Cumplen con los Principios de Buen Gobierno Corporativo | Bolsa de Valores de Lima |
| BBVA Banco Continental obtuvo el premio Creatividad Empresarial por la plataforma E-mpresario.com | Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas |
| BBVA Banco Continental se ubicó dentro del ranking de las "Empresas más grandes con mejor clima laboral" | Great Place To Work Institute Perú |

Progresos 2009 y Objetivos 2010

→ Líneas de Trabajo

| | |
|--|---|
| Política 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 |
| | Adhesión a compromisos internacionales |
| | Desarrollo de informes de RC |
| Participación de Grupos de Interés | Continuar midiendo las prioridades y percepciones de los empleados, los clientes y la opinión pública y analizar la posibilidad de hacer lo mismo ante líderes de opinión |
| | Realizar avances para integrar la información recabada de los grupos de interés en la gestión |
| | Mejorar el proceso de consulta a los grupos de interés centrado en el Informe de RC y en la gestión de RC |
| | Avanzar en la calidad de atención del accionista |
| | Mejorar los canales de comunicación con inversores y accionistas |
| | Mejorar los canales de comunicación con empleados |
| | Mejorar los canales de comunicación con clientes |
| | Facilitar la colaboración de los accionistas y clientes en las líneas de compromiso social del Banco |
| Orientación al Cliente | Mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes |
| | Incremento de 50 Agentes Corresponsales a nivel nacional |
| Inclusión Financiera | Proyectos dirigidos a facilitar el acceso al crédito a segmentos no bancarizados |
| | Facilitar la inclusión financiera a colectivos desfavorecidos o con necesidades especiales |
| Finanzas Responsables | Avanzar en la aplicación de los Principios de Ecuador |
| | Avanzar en la consideración de factores ambientales en el riesgo crediticio |
| | Mejorar el modelo para prevenir el blanqueo de capitales y la financiación de actividades terroristas |
| Oferta de Otros Productos y Servicios Responsables | Desarrollar la Inversión Socialmente Responsable |
| | Desarrollar productos y servicios con criterios ambientales |
| | Desarrollar productos para colectivos con necesidades especiales |
| Gestión Responsable de Recursos Humanos | Mejorar la encuesta de clima del Banco |
| | Impulsar iniciativas para la conciliación de la vida familiar y laboral |
| | Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados |
| Compras Responsables | Avanzar en la formación interna de RC |
| | Actualizar el cuestionario de homologación basado en los principios del Pacto Mundial y de la norma SA 8000 |
| | Difundir el Pacto Mundial entre los proveedores |
| Gestión Ambiental y Cambio Climático | Fomentar proyectos sociales con proveedores |
| | Reducir los impactos ambientales directos del Banco |
| Compromiso con la Sociedad | Puesta en marcha del Plan de Marco de Acción Social para América Latina |
| | Impulsar la promoción y gestión cultural |
| | Mejorar la valoración de los impactos de las políticas de compromiso con la comunidad |
| | Definir el Plan de Acción Social en Perú |
| Voluntariado Corporativo | Desarrollar programas de voluntariado corporativo |

→ Objetivos 2009

- Mantener reportes regulares y mejorar la precisión de los contenidos
- Fortalecer la institucionalización del Comité de RRC
- Aplicación integral del Plan Estratégico de RRC
- Identificación y evaluación de otros convenios complementarios
- Mantener la certificación A+ y evaluar el cumplimiento de otro estandar internacional
- Continuar con las mejoras
- Fortalecer el proceso de consulta de líderes de opinión
- Mantener los reportes cuatrimestrales
- Mantener los estudios de percepción
- Mantener y reforzar las herramientas creadas para mejorar la calidad de atención al accionista
- Continuar con las mejoras
- Fortalecer la difusión de la información de los distintos ámbitos de la RC al interior del Banco
- Fortalecer la difusión de la información sobre RC
- Mantener la participación del 1% del BDI
- Definición de la participación de los accionistas y clientes en los proyectos de acción social
- Mejorar las herramientas, aplicativos y controles tanto del SAR como del CAR
- Mejora en la posición relativa del Banco en términos de calidad de atención al cliente
- Incremento en los niveles de satisfacción y recomendación de nuestros clientes
- Incrementar el porcentaje de clientes que nos considera su Banco principal
- Incremento de 50 Agentes Corresponsales a nivel nacional
- Implementación de 100 módulos telefónicos y 100 módulos de saldos y operaciones en la red de oficinas
- Bancarización de empresas vía captación de proveedores de empresas grandes y medianas
- Consolidación de nuestra participación en programas de vivienda (Financiamiento de Proyectos Inmobiliarios y Préstamos a clientes finales bajo Programa Mivivienda y Mihogar) que favorecen a sectores de menores ingresos
- Desarrollo e implementación de herramienta ambiental para lograr una categorización por cliente y actividad
- Implementar la valorización del riesgo ambiental dentro del proceso de evaluación integral de riesgo de crédito y ampliar su aplicación en la cartera del Banco
- Continuar con las mejoras
- Ampliar la cartera de clientes
- Creación de nuevos productos para la Cartera Verde
- Continuar diseñando productos y servicios para colectivos especiales
- Desarrollar nuevas iniciativas del Plan Calidad de Vida
- Proseguir con los avances
- Aplicación del Plan de Formación de RC
- Revisar cada 6 meses con empresa certificadora, las preguntas relacionadas al Pacto Mundial y SA 8000 con la finalidad de actualizar o ratificar el cuestionario actual
- Continuar con la difusión del Pacto Mundial a los proveedores más importantes
- Continuar desarrollando este tipo de proyectos
- Aplicación del Plan de Ecoeficiencia en las sedes de Lima y provincias
- Entrega de los textos escolares a los estudiantes del 4º y 6º grado
- Realización de tres mediciones para obtener el grado de avance y resultados del impacto del programa
- Mantener la programación del teatro
- Mejorar los niveles internos y externos
- Continuidad del programa "Leer es estar adelante"
- Mejorar el número de participación de los voluntarios

→ Progresos 2009

- Mejora en los canales de comunicación para la difusión de la información en materia de RC
 - Mayor compromiso de las diferentes áreas del Banco en temas de RRC
 - Desarrollo gradual y con buenos resultados del Plan Estratégico de RRC
 - No se han presentado oportunidades al respecto
 - Tercera Certificación GRI manteniendo A+
 - Tercer informe verificado por Deloitte con revisión de 16 indicadores financieros adicionales
-
- El Comité de RRC continúa entregando un reporte cuatrimestral al Comité de Dirección
 - Mejora en las herramientas de escucha a los accionistas
 - Envío directo de información de sus transacciones
 - Información personalizada sobre el pago de acciones a los accionistas
 - Continuidad en la publicación de información oportuna para accionistas e inversores en el portal web
 - Renovación de intranet informativa (espacio y T-Comunico)
 - Mayor difusión de la información de RC y en especial del Plan de Acción Social
 - Continuidad con la participación del 1% de los beneficios después de impuestos (BDI) para los programas de acción social
 - Creación del plan estratégico de alianzas para la ampliación de los programas sociales del Banco
 - Creación del área de Auditoría Informática
 - Lanzamiento de la campaña "Con mucho gusto"
 - En el año 2009 se ha deriorado la calidad de servicio percibida por la clientela de la mayoría de las entidades financieras peruanas. BBVA Banco Continental no se ha visto afectado por esta circunstancia, reflejando valores idénticos a los de mercado y similares a los de un año antes
 - Realización de campañas con un componente de identificación nacional (gastronomía)
 - Se presentó una disminución debido a la cancelación del acuerdo con las Boticas Arcángel, sumándose a ello otros comercios que mantenían baja productividad en el canal
 - Continuidad en las mejoras
 - Se continuó con las mejoras
 - Incremento de 10,28% de clientes en este segmento
 - Incremento de participación en el segmento Pymes y PNN
 - Continuidad en el desarrollo de esta herramienta
 - Se ha realizado la categorización ambiental de las operaciones de la Cartera Verde. Aplica por proyecto
 - Desarrollo de herramientas por el área de Auditoría Informática
 - Se continuó con la financiación del producto Mi auto GNV
 - Lanzamiento del proyecto "Iluminación eficiente" desarrollado con Philips
 - Continuar con las mejoras
 - Realización de la encuesta de clima laboral a través de Great Place to Work
 - Continúan aplicándose las iniciativas en Gestión del Tiempo, Igualdad de Oportunidades, entre otros
 - Incremento en el número de talleres y campañas dirigidas a los empleados
 - Incremento en la capacitación vía *e-learning*
 - Lanzamiento de la escuela de idiomas
 - Se continúa con las mejoras
 - Se continuó con la homologación de los proveedores a quienes se les difunde los 10 Principios del Pacto Mundial
 - Compra de 24.310 tarjetas de salud de Navidad (beneficiados: Aprendo Contigo y Mensajeros de la Paz)
 - Intensificación de la campaña de sensibilización medioambiental
 - Entrega de los textos escolares a los estudiantes del 4º y 6º grado
 - Entrega de los derechos de reimpresión de textos al Ministerio de Educación
 - Presentación de resultados en cada una de las regiones donde se desarrolla el programa
 - Continuidad con el patrocinio de montajes teatrales en el teatro "Mario Vargas Llosa"
 - Auspicio y convenio con Asociación Cultural Romanza para la promoción de la ópera
 - Promoción de las actividades de RC para mejorar el nivel de conocimiento de las mismas
 - Desarrollo del plan estratégico para generar alianzas con la empresa privada y organismos del Estado y multilaterales para ampliar la cobertura del programa
 - Incremento en el número de actividades en las que participan los Voluntarios

→ Objetivos para 2010

- Continuar con las mejoras
- Desarrollar actividades en las que se logre mayor participación de las Unidades que conforman el Comité de RRC
- Involucramiento de las diferentes Unidades del Banco a partir del Plan Estratégico de RRC
- Continuar en la identificación y evaluación de otros convenios complementarios
- Mantener la calificación A+
- Mantener la verificación del informe con ampliación de indicadores
- Seguir ampliando el perímetro de consulta
- Proseguir con los avances
- Distribuir la información relativa al IARC cuando se publique a través de *mailing* a inversores y accionistas
- Aplicación de herramienta para automatización de la emisión de certificados por la retención de impuestos
- Sistema de atención personalizada por el área de Valores
- Continuar impulsando el uso de otros canales no presenciales
- Desarrollar acciones de comunicación para informar sobre la política de RC del Grupo
- Desarrollar nuevas herramientas para mejorar la comunicación con este grupo de interés
- Continuar impulsando proyectos sociales con implicación por parte de accionistas y/o clientes
- Creación de herramienta que permite verificar en línea y en tiempo real la ficha RENIEC del cliente
- Potenciar las herramientas para mejorar la calidad de atención
- Continuar desarrollando actividades que incrementen los niveles de satisfacción y recomendación de nuestros clientes
- Disminuir el porcentaje de reclamaciones
- Continuar el desarrollo de la estrategia publicitaria en esta línea
- Continuar con el incremento de los Agentes Corresponsales principalmente en las zonas donde la presencia del Banco aún es baja
- Continuidad en la implementación de módulos telefónicos y módulos de saldos y operaciones en la red de oficinas
- Continuidad en la participación de los programas de vivienda desarrollados por el Gobierno y con el crecimiento de participación en el mercado
- Incrementar la cuota de participación en el mercado
- Implementación de la herramienta ambiental para la categorización por cliente y actividad a partir de los Principios de Ecuador
- Continuar con las mejoras
- Auditoría Interna se encuentra evaluando la aplicación de la verificación de los criterios sociales y ambientales en la actividad crediticia
- Implementación de herramientas que garanticen la confianza del cliente
- Incrementar el número de colocaciones en esta línea
- Ampliación de la cartera
- Estudio de nuevos productos para colectivos especiales
- Continuidad en el desarrollo y aplicación de esta herramienta
- Desarrollo de nuevas campañas en esta línea
- Fomentar la participación de los empleados
- Asegurar la mayor participación de los empleados a través de esta vía
- Incrementar el número de empleados en la enseñanza o refuerzo de un segundo idioma
- Desarrollo de un Plan local de Formación en RC que involucre al total de personal del Banco
- Ampliación del número de proveedores homologables
- Estudio de desarrollo de alianzas con otras instituciones benéficas
- Continuidad con el Plan de Ecoeficiencia mejorando la estrategia
- Continuar con el programa tanto en la edición de los textos como con la capacitación de los maestros
- Desarrollo de alianzas con empresas privadas y organismos gubernamentales
- Continuar con las mediciones
- Continuar patrocinando las actividades en el teatro
- Crear nuevas alianzas con otras instituciones culturales
- Lanzamiento del Plan de Acción social con el foco de la educación financiera
- Llegar a atender a 250.000 niños a nivel nacional
- Renovar la estrategia de actividades del equipo de Voluntarios

adelante.

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

Unidad de Imagen y Comunicación
República de Panamá 3055, San Isidro, Lima-Perú
comunicacion@grupobbva.com.pe
Teléfono: (511) 211 1264

www.bbvabancocontinental.com



Diagramación: Carlos Sotomayor
Preprensa: Cecosami Pre-prensa e Impresión Digital S.A.
Los Plateros 142, Ate, Lima-Perú
Teléfono: (511) 435 7938
Impresión: Cecosami Pre-prensa e Impresión Digital S.A.
Calle 3, Lt.11, Mz E, Urb. Santa Raquel, Ate, Lima-Perú
Teléfonos: (511) 340 2096 / 435 7938