

**BBVA Continental**

**Informe de Banca  
Responsable 2017**



# Índice

<b>Carta del Presidente</b>	<b>3</b>
<b>Acerca de BBVA Continental</b>	<b>4</b>
a. Indicadores clave de negocio responsable	5
b. Hitos y reconocimientos en el 2017	8
c. Organigrama y estructura de gobierno	9
d. Compromisos internacionales suscritos	10
<b>Materialidad y diálogo con los grupos de interés</b>	<b>11</b>
a. Herramientas de escucha y diálogo	11
b. Análisis de materialidad	13
<b>Estrategia</b>	<b>18</b>
a. Visión	18
b. Aspiración y propuesta de valor	21
c. Avances en la transformación de BBVA Continental	22
d. Modelo de banca responsable	25
<b>Sistemas de gobierno</b>	<b>26</b>
a. Gobierno corporativo	26
b. Sistema de cumplimiento	29
c. Estándares de conducta	32
d. Modelo de control interno	34
e. Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	36
<b>Grupos de interés</b>	<b>40</b>
a. El cliente	40
b. El equipo	52
c. Sociedad	60
d. Proveedores	72
<b>Criterios y estándares de la información</b>	<b>75</b>
<b>Informe de revisión independiente</b>	<b>77</b>
<b>Indicadores GRI</b>	<b>79</b>

# Carta del Presidente

Las nuevas tecnologías propician la generación de relaciones interpersonales y de negocios inimaginables hasta hace pocos años, influyendo de tal manera en el actual contexto global que es cada vez más evidente que las empresas deben adaptarse para ser sostenibles en este escenario de permanente cambio.

BBVA Continental comprendió esta realidad desde hace ya algunos años y emprendió previsoriamente el camino hacia la digitalización, a través de un proceso integral que ha involucrado a todas las áreas de la organización. Sin embargo, convencidos de que nuestra sostenibilidad depende de nuestra capacidad de cambio, el objetivo no ha sido solo buscar adaptarse a los nuevos tiempos, sino asumir el liderazgo de esta transformación para así poder brindar a los clientes y usuarios las oportunidades para su propio desarrollo.

El Banco lleva adelante este profundo proceso de cambio bajo el riguroso cumplimiento de la normatividad vigente nacional e internacional, plenamente consciente del gran impacto social que supone su actividad comercial. Brindar acceso al crédito es esencial para el desarrollo y el crecimiento, pero es beneficioso solo en la medida que se otorga con un estricto criterio de responsabilidad hacia la capacidad financiera del cliente.

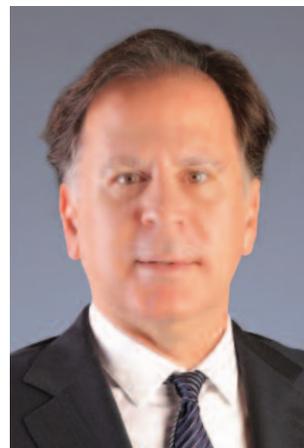
Nuestro rol social trasciende la actividad comercial. Como una empresa que genera más de seis mil empleos directos y, a través de los créditos que otorgamos a empresas e instituciones, decenas de miles de puestos indirectos, entendemos nuestro impacto en la sociedad peruana, tanto en la capital como en todas las regiones del país.

Comprendemos también que las trabas para el desarrollo educativo y cultural frenan el progreso del país, por lo que como institución responsable buscamos aportar significativamente para el cambio de esta situación. En ese propósito, hemos creado y desplegado acciones y programas sostenibles orientados a promover el desarrollo en ambos ámbitos, en alianza con el Estado y el mundo académico.

Miramos el futuro con optimismo y responsabilidad. Creemos firmemente en un porvenir de bienestar en la medida que unamos esfuerzos para alcanzar objetivos nacionales. Nuestro compromiso como BBVA Continental es seguir trabajando para poner al alcance de todos los peruanos oportunidades para su crecimiento, bajo el respeto permanente de nuestros valores en favor de los clientes, de nuestros colaboradores y de la institución.



Alex Fort Brescia  
Presidente del Consejo



---

**Nuestro compromiso como BBVA Continental es seguir trabajando para poner al alcance de todos los peruanos oportunidades para su crecimiento, bajo el respeto permanente de nuestros valores en favor de los clientes, de nuestros colaboradores y de la institución.**

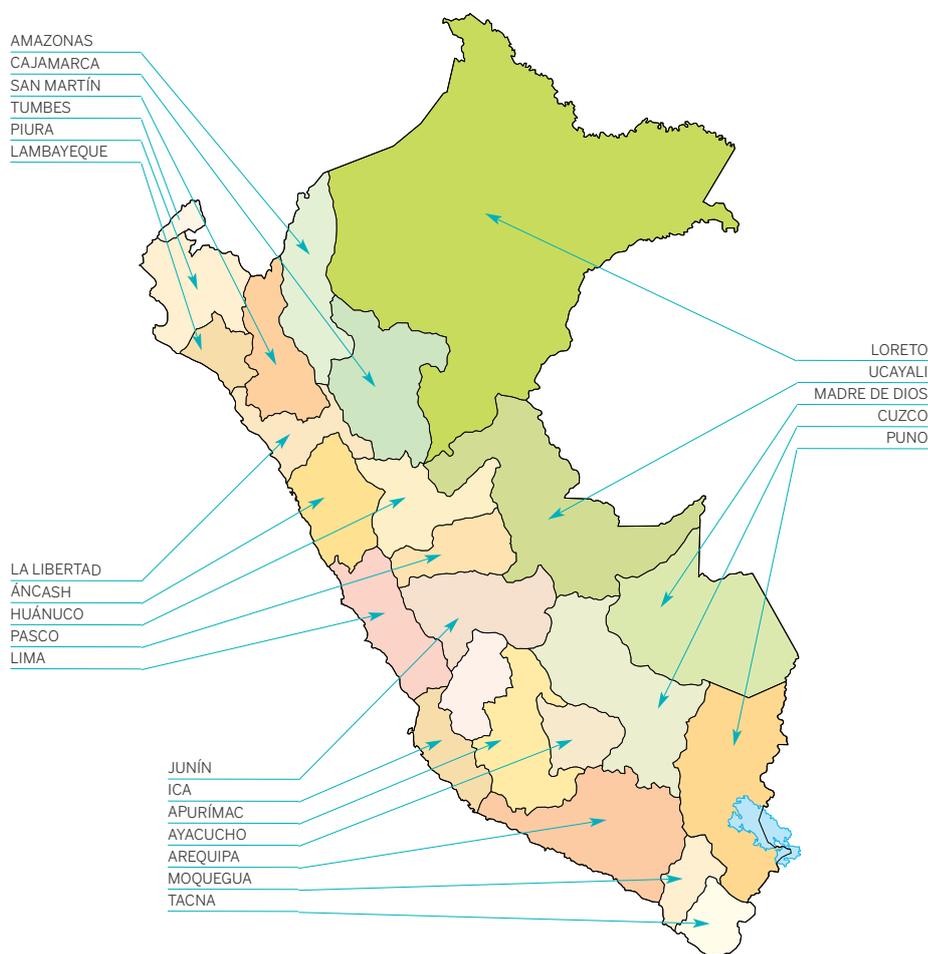
# Acerca de BBVA Continental

## BBVA Continental

es una sólida entidad financiera de gran prestigio en el ámbito

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

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



Activo total

**76,591**

millones de soles

Más de

**5,5**

millones de clientes

**23**

departamentos

**354**

oficinas

**1,947**

cajeros automáticos

**5,666**

empleados

# a. Indicadores clave de negocio responsable

G4-EC1

	2017	2016	2015
<b>Económicos</b>			
Valor económico generado (millones de S/)	4,168	4,122	4,212
Valor económico distribuido (millones de S/)	1,964	1,940	2,023
Valor económico retenido (millones de S/)	2,204	2,182	2,189
<b>Sociales</b>			
<b>Comunidad</b>			
Inversión en programas sociales (S/)	4,447,233.66	5,636,363.00	6,698,768.85
Beneficio atribuido al grupo dedicado a programas sociales (%)	0.32	0.42	0.49
Número de personas beneficiadas por el programa de educación financiera	14,474	21,303	23,012
Beneficiarios indirectos	57,896	85,212	92,048
<b>Capital humano</b>			
Empleados (número)	5,666	5,570	5,392
Diversidad de género de los empleados (mujeres / total de la plantilla, %)	52%	52%	51%
Personas del equipo gestor	87	93	95
Diversidad de género en el equipo gestor (mujeres / total de la plantilla, %)	31%	26%	27%
Edad media de empleados (años)	35	35	35.05
Estabilidad laboral (% con empleo fijo)	80.00%	81.04%	81.3%
Rotación de empleados	18.20%	18.10%	15.8%
Puestos de trabajo netos creados	870	898	867
Antigüedad laboral (años)	9.2	35	35.05
Horas de formación por empleado	53.96	53.39	53
Participantes en iniciativas de voluntariado que son empleados de BBVA Continental	100	199	276
<b>Mediambientales</b>			
Emisiones CO <sub>2</sub> por persona (T)	1.88	1.58	1.46
Consumo de papel por persona (T)	50.52	65.75	0.065
Consumo de agua por persona (m <sup>3</sup> )	25.18	31.94	31.35
Consumo de electricidad por persona (MWh)	6.25	6.457	6.633
Personas trabajando en edificios certificados	35%	43%	1,737
<b>Gobierno corporativo</b>			
<b>Datos (número)</b>			
Consejeros (*)	8	8	4
Consejeros independientes	1	1	1
Reuniones del Consejo	12	12	4
Diversidad de género en el Consejo (mujeres / total de consejeros, %)	36%	38%	30%

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

**Datos relevantes BBVA Continental** En millones de soles y porcentaje

	2017	2016	Var.	Var. %
<b>Estados de situación financiera</b>				
Activo total	76,591	78,620	(2,029)	-2.6%
Cartera de créditos <sup>1</sup>	49,892	49,880	12	0.0%
Obligaciones con el público	47,402	47,947	(545)	-1.1%
Patrimonio neto	7,660	6,989	671	9.6%
<b>Estados de resultados</b>				
Margen financiero bruto	2,870	2,883	-12	-0.4%
Margen financiero neto	2,331	2,261	70	3.1%
Ingresos por servicios financieros netos	765	739	25	3.4%
Resultados por operaciones financieras	587	529	58	10.9%
Margen operacional	3,683	3,530	153	4.3%
Gastos de administración	1,468	1,509	-41	-2.7%
Utilidad antes de impuesto a la renta	1,883	1,769	114	6.4%
Utilidad neta	1,387	1,338	49	3.7%
<b>Calidad de cartera</b>				
Ratio de mora <sup>2</sup>	2.68%	2.41%	27 pbs	—
Ratio de cobertura de cartera atrasada <sup>3</sup>	168.49%	187.46%	-1,897 pbs	—
<b>Liquidez</b>				
Fondos disponibles / Depósitos totales <sup>4</sup>	31.01%	42.08%	-1,107 pbs	—
Cartera de créditos neta / Depósitos totales <sup>4</sup>	101.05%	100.90%	15 pbs	—
<b>Productividad</b>				
Total activo / Número de personal (millones de S/)	13.18	13.78	—	29.2%
<b>Ratios de capital</b>				
Ratio de capital global <sup>5</sup>	14.20%	14.25%	-6 pbs	—
<b>Índices de rentabilidad y eficiencia</b>				
ROE <sup>6</sup>	19.52%	20.75%	-123 pbs	—
ROA <sup>7</sup>	1.83%	1.70%	13 pbs	—
Ratio de eficiencia <sup>8</sup>	37.89%	39.40%	-151 pbs	—
<b>Cuota de mercado</b>				
Colocaciones vigentes	21.06%	22.01%	-95 pbs	—
Depósitos totales	21.06%	22.88%	-182 pbs	—
<b>Otros datos</b>				
Plantilla estructural	5,811	5,707	104	1.8%
<b>Total Red Comercial</b>				
Oficinas Banca Comercial	329	331	-2	-0.6%
Oficinas Banca Empresas	20	20	—	0.0%
Oficinas Banca Corporativa	1	1	—	—
Oficina Banca Institucional	1	1	—	—
Oficinas Banca Premium	3	3	—	0.0%
Cajeros Automáticos	1,968	1,839	129	7.0%

1 Neto de Provisiones

2 Cartera atrasada / colocaciones brutas

3 Provisiones / cartera atrasada

4 Obligaciones con el público y depósitos del sistema financiero

5 Patrimonio efectivo / activos ponderados por riesgo

6 Utilidad neta anualizada / patrimonio promedio

7 Utilidad neta anualizada / activo promedio

8 Gastos de operación / margen financiero total

Incluye sucursales en el exterior

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

**Volúmenes de negocio** En millones de soles

	2017	2016	Var.
Cartera de créditos	49,892	49,880	0.0%
Obligaciones con el público	47,402	47,947	-1.1%

Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores.

**Valor Económico Añadido (EVA): Detalle por grupos de interés** En millones de soles

**G4-EC1**

		Indicador de valor	dic-17	dic-16
Accionistas	Dividendos		723	617
	Cotización		4.15	4.00
Empleados	Gastos de personal y directorio <sup>1</sup>		608	629
	Participación de trabajadores <sup>2</sup>		106	96
Clientes	Cartera de créditos		49,892	49,880
	Obligaciones con el público		47,402	47,947
Proveedores	Gastos por servicios y otros <sup>3</sup>		755	784
Sociedad	Impuesto a la renta		496	431

1 No incluye participación de trabajadores.

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

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

Calculado siguiendo el modelo SPI de GRI. [www.spfinance.com](http://www.spfinance.com).

3 Incluye gastos por servicios recibidos de terceros e Impuestos y contribuciones. Fuente: Notas a los EEEF - SMV.

Calculado siguiendo el modelo SPI de GRI. [www.spfinance.com](http://www.spfinance.com).

Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores - SMV.

**Valor económico generado y distribuido** En millones de soles

**G4-EC1**

	dic-17	dic-16
<b>Valor económico generado (VEG)</b>		
1 Margen financiero bruto	2,870	2,883
2 Comisiones netas 765	739	
3 Resultado por operaciones financieras (ROF)	587	529
4 Otros ingresos y gastos	-53	-29
<b>Total (1 + 2 + 3)</b>	<b>4,168</b>	<b>4,122</b>
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>		
1 Participación de trabajadores <sup>1</sup>	106	96
2 Impuesto a la Renta	496	431
3 Gastos de personal y directorio <sup>2</sup>	608	629
4 Gastos por servicios y otros <sup>3</sup>	755	784
<b>Total (1 + 2 + 3 + 4)</b>	<b>1,964</b>	<b>1,940</b>
<b>Valor económico retenido (VER = VEG - VED)</b>		
1 Utilidad neta	1,387	1,338
2 Provisiones y amortizaciones	817	844
<b>Total (1 + 2)</b>	<b>2,204</b>	<b>2,182</b>

1 Dividendos, participaciones y remuneraciones por pagar. Fuente: Notas a los EEEF - SMV.

2 No incluye participación de trabajadores. Según última normativa de la SBS con vigencia a partir del 01.01.2011, la participación de trabajadores se incluye dentro de los gastos administrativos (rubro gastos de personal).

3 Incluye gastos por servicios recibidos de terceros e Impuestos y contribuciones. Fuente: Notas a los EEEF - SMV.

Calculado siguiendo el modelo SPI de GRI. [www.spfinance.com](http://www.spfinance.com).

Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores - SMV.

# b. Hitos y reconocimientos en el 2017

## Hitos

### • Concurso “100 años de Los Heraldos Negros”

En el marco del compromiso con la promoción y difusión de la lectura, la Fundación BBVA Continental lanzó un singular concurso a través de sus redes sociales y su web Encuentra tu poema. En él, alrededor de 2,000 participantes leyeron el poema Los heraldos negros, del poeta peruano César Vallejo, como una actividad de la Feria Internacional del Libro de Lima realizada entre julio y agosto.

### • Relanzamiento del Museo de Arte Precolombino en Cusco

En su aniversario número 14, el Museo de Arte Precolombino de Cusco presentó una remozada museografía. La muestra incluyó elementos audiovisuales que le permiten al visitante una nueva lectura de la colección que alberga. La oportunidad sirvió también para presentar su web [www.mapcusco.pe](http://www.mapcusco.pe), lo que le permitirá una mayor visibilidad.

## Premios y reconocimientos

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

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

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

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

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

# c. Organigrama y estructura de gobierno

BBVA Continental apuesta por crear estructuras más flexibles que le permitan seguir a la vanguardia de la innovación en la era digital. Para ello se encuentra en un proceso interno de transformación de sus áreas:

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

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

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

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

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

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

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

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

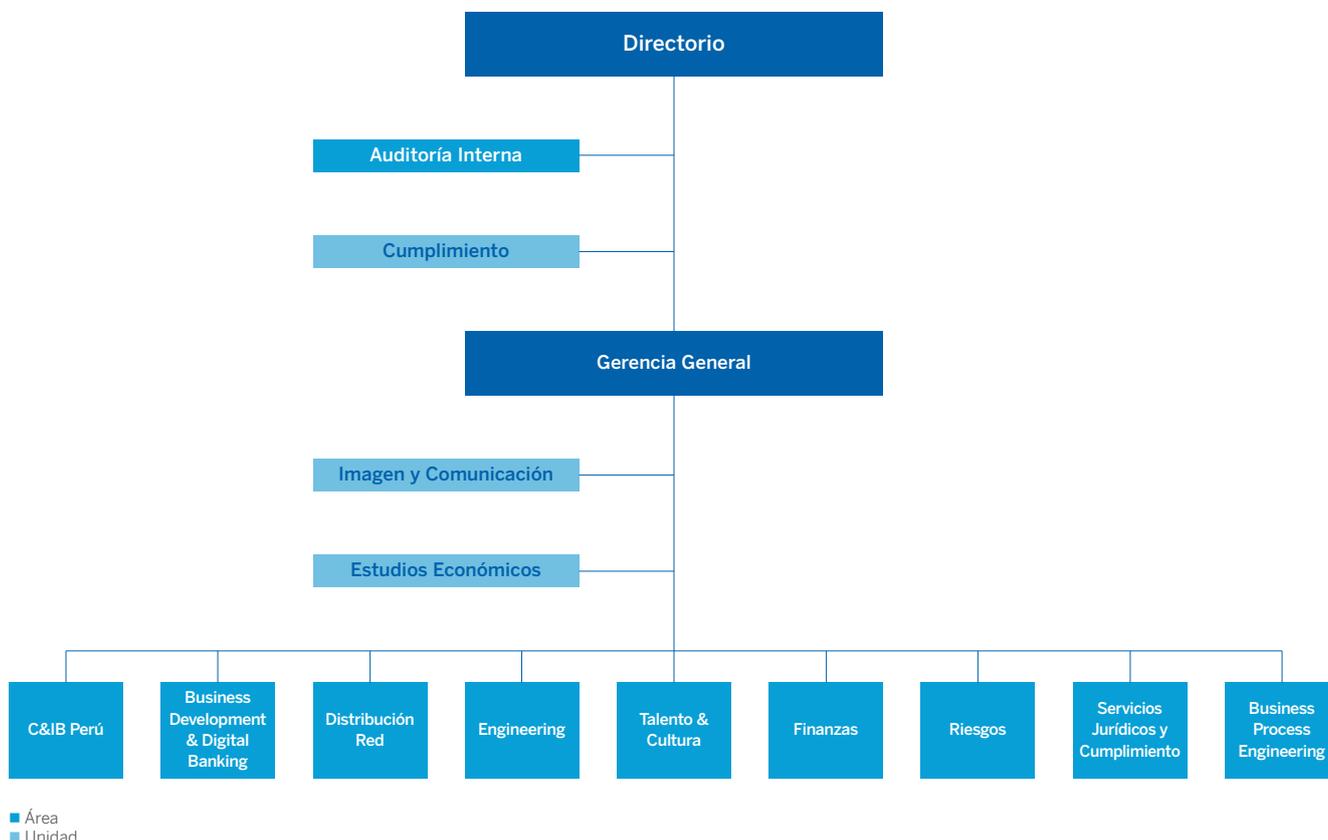
**Servicios Jurídicos y Cumplimiento:** Establece estrategias y acciones que salvaguarden la defensa legal del Grupo BBVA Perú, así como que aseguren el cumplimiento de la normativa aplicable en aspectos de lavado de activos, protección de clientes, datos personales y mercados.

**Business Process Engineering:** Gestiona la mejora de procesos y el portafolio de proyectos del Banco, al tiempo que asegura la generación de valor y un “time to market” competitivo que promueve el incremento en la productividad. Contribuye a implementar medidas de mitigación del riesgo en los proyectos a su cargo.

De otro lado, las siguientes unidades son de soporte:

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

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



## d. Compromisos internacionales suscritos

G4-15, G4-16

BBVA Continental está comprometido con los principales estándares internacionales en materia de RSC (Responsabilidad Social Corporativa), así como con otras iniciativas que el Comité de Negocio Responsable considere adecuadas y convenientes. Es por esta razón que ha suscrito los siguientes compromisos:

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

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

# Materialidad y diálogo con los grupos de interés

## a. Herramientas de escucha y diálogo

G4-24, G4-25, G4-26, G4-37, G4-49, G4-50, G4-53, FS5

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

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

Estas herramientas garantizan dos premisas: de un lado, que los grupos de interés dispongan de canales adecuados para ser atendidos y, de otro, que cuenten con suficientes fuentes de información para conocer sus prioridades y expectativas en su relación con la institución. Como consecuencia de ello, el Banco estará en capacidad de responder.

---

**BBVA Continental decidió elaborar el presente documento bajo la metodología G4 de Global Reporting Initiative (GRI) para asegurar su precisión y rigurosidad.**

## Herramientas de escucha y diálogo

### 1. Sociedad y clientes

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

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

Defensor del cliente

Encuesta de reputación a clientes (Reptrak)

Tracking continuo o seguimiento de publicidad y marca: Millward Brown

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

Análisis de presencia en redes sociales: Quántico

Análisis de presencia en medios de comunicación: Acceso

Participación en actos y foros de responsabilidad y reputación corporativa

Servicios de estudios BBVA Research

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

### 2. Empleados

Servicio de Atención al Empleado (SAE)

Encuesta de compromiso de empleados: Gallup Q12

Encuesta anual de reputación interna entre empleados (Reptrak)

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

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

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

Desayunos de la dirección

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

Canal de Denuncia (línea anónima gratuita)

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

Encuesta de comunicación interna: Ipsos Apoyo

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

Entrevistas de fijación de objetivos, competencias y retroalimentación

Comunidades de Google+

Revista digital

Apúntate

Reunión de presentación de resultados

### 3. Accionistas e inversores

Junta General de Accionistas

Página web de accionistas e inversores

Informe anual, informes trimestrales y hechos relevantes

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

Roadshows y reuniones con inversores y accionistas

Asistencia a conferencias para inversores y accionistas

Relación con analistas y agencias de rating

Servicios de alerta y envíos de información relevante

### 4. Reguladores

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

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

Informes de tendencias regulatorias

### 5. Proveedores

Cuestionarios de homologación

Encuestas de satisfacción

Reuniones periódicas con proveedores

Herramienta on-line de negociación y aprovisionamiento (Adquira)

Buzón de proveedores

# b. Análisis de materialidad

G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-27

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

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

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

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

## 1. Proceso de definición de asuntos materiales

### a) Identificación de asuntos materiales

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

En ambos casos, las fuentes consultadas fueron:

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

### b) Priorización de asuntos materiales

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

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

---

**La matriz de materialidad que maneja el Banco nace de una serie de análisis entre los grupos de interés para saber dónde concentrar los esfuerzos.**

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

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

### **c) Validación**

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

## **2. Matriz de materialidad**

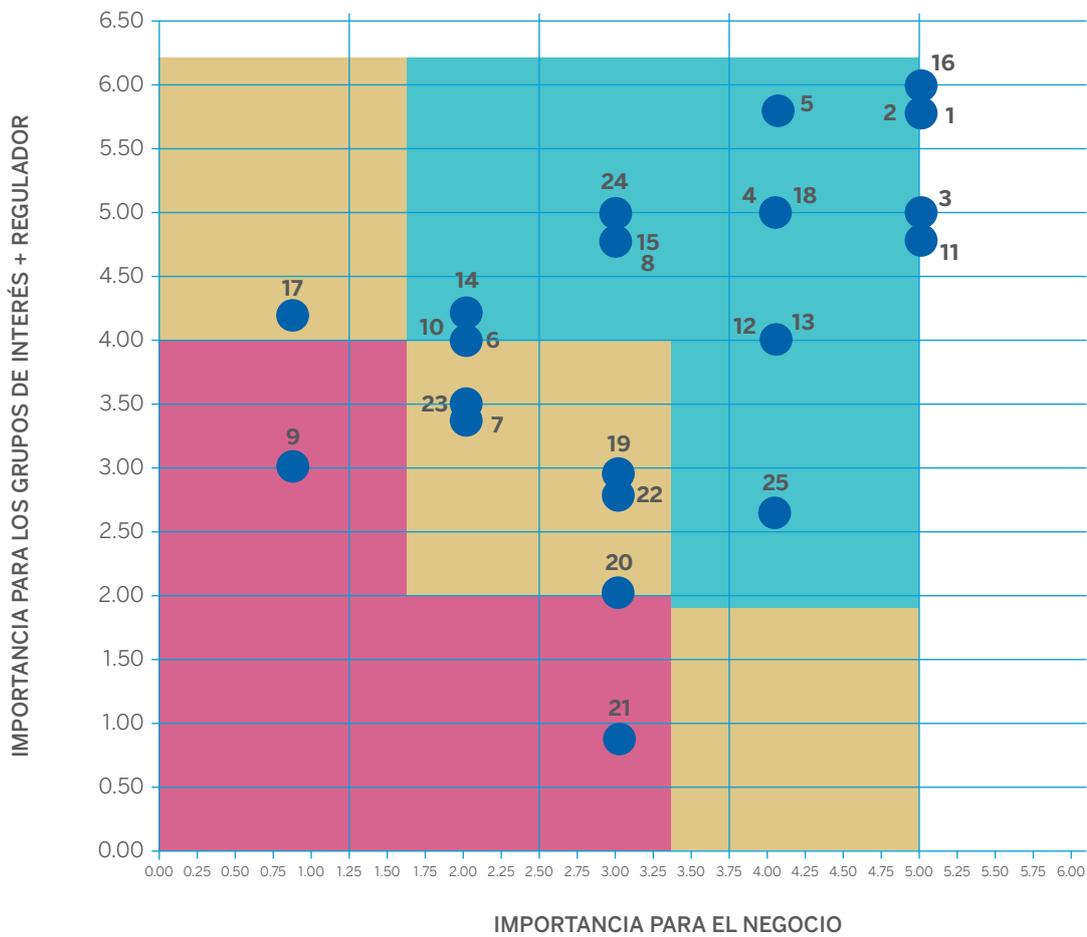
Siguiendo este procedimiento se ha elaborado una matriz de materialidad, cuyo proceso de consolidación se ha realizado haciendo una media ponderada de la relevancia para el negocio de todos los países. El ponderado utilizado fue el margen bruto en cada país.

La matriz de materialidad resultante es la siguiente:

---

**La matriz de materialidad refleja una media ponderada de la relevancia para el negocio de todos los países.**

Matriz de materialidad



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

## Asuntos relevantes

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

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

>

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

# Estrategia

Durante el 2017, el Grupo BBVA realizó avances significativos en su transformación para ofrecer una mejor Experiencia Cliente, basados en su Propósito y sus seis Prioridades Estratégicas. Se ha reforzado la estrategia de la organización con especial foco en la digitalización y la experiencia del cliente como parte del nuevo lema del Banco, "Creando Oportunidades", así como en los valores que deben guiar el comportamiento de toda la entidad.

---

**Poner especial foco en la digitalización y en la experiencia del cliente como parte del lema "Creando Oportunidades" fue parte de la estrategia 2017 de BBVA Continental.**

## a. Visión

BBVA Continental ha definido su Visión como la búsqueda permanente de un mejor futuro para las personas, y en línea con ello está inmerso en un proceso de transformación para adaptarse al nuevo entorno de la industria financiera y mantener su liderazgo. Las variables clave de dicho entorno son las siguientes:

### **Presión regulatoria e impacto en la rentabilidad de los bancos**

La industria financiera se enfrenta en los últimos años a un entorno caracterizado por una continua reforma regulatoria a escala mundial, luego que la crisis del 2007 encontró al sector con un marco normativo insuficiente. De tal forma, las autoridades globales han coordinado una reforma que se ha traducido en cambios normativos en ámbitos tan diversos como la solvencia, la liquidez, la separación de actividades o las actividades de banca de inversión. Sin embargo, la implementación de esas medidas no siempre ha sido homogénea en todos los países, lo que ha dado como resultado un marco poco coordinado en algunos aspectos internacionales. La adaptación a estas nuevas regulaciones y las restricciones sobre la actividad bancaria que ellas suponen han acarreado un costo importante para las entidades financieras, particularmente para las que operan en más de una jurisdicción y, por consiguiente, en marcos normativos distintos.

Dadas estas condiciones, existe la imperiosa necesidad de finalizar cuanto antes la agenda regulatoria global y llevar a cabo un análisis integral y consistente de sus impactos, evitando que las normas tengan una intensidad demasiado elevada, se solapen con otras o generen efectos procíclicos. El mayor riesgo es que si la actividad regulatoria continúa siendo tan intensa, la incertidumbre se prolongue y los bancos se vean en la necesidad de incorporar esta incertidumbre en sus decisiones de crédito.

### **La tecnología**

Los nuevos desarrollos tecnológicos (big data, inteligencia artificial, blockchain, cloud, procesamiento de datos, biometría, etc.) están suponiendo un gran avance en la mejora de la experiencia de los clientes. Las nuevas tecnologías permiten realizar el análisis de

datos y algoritmos de manera automatizada (perfil de riesgo, hábitos y preferencias, necesidades financieras y expectativas, etc.), así como una interacción sencilla y una transición fluida entre canales y proveedores. Del mismo modo, proporcionan un acceso fácil a las mejores soluciones disponibles en el mercado y, automáticamente (by default), a condiciones más beneficiosas. Las innovaciones tecnológicas reducen los costos unitarios gracias a la automatización de procesos y a la escalabilidad.

Este contexto está produciendo una aceleración en la velocidad del cambio del entorno en el que opera BBVA Continental. Por un lado, las tecnologías exponenciales ponen a disposición de los clientes nuevos productos y servicios adaptados a sus nuevas necesidades y, por otro, producen modificaciones significativas en los diferentes sectores y empresas, lo cual está dando lugar a una dilución de las fronteras sectoriales.



## El cambio en las necesidades de los consumidores

El moderno entorno, alimentado por las innovaciones tecnológicas, impulsa en los clientes una demanda por un **nuevo tipo de relación con la banca y por servicios de mayor valor añadido** basados en sus nuevas necesidades. Desde el lado de la oferta, es la misma tecnología la que hace posible a la banca adaptarse para satisfacer estas nuevas apetencias.

En este sentido, la **irrupción del dispositivo móvil** (celular, tablet, laptop, etc.) ha provocado cambios en el modelo de distribución: los consumidores están permanentemente conectados (quieren conectarse y operar en cualquier momento y desde cualquier lugar), se han acostumbrado a las experiencias digitales (esperan ayuda proactiva y personalizada en la gestión de sus finanzas) y utilizan múltiples dispositivos y aplicaciones (buscan la mejor experiencia para cada una de sus necesidades financieras). Es un hecho que el número de usuarios de banca móvil a nivel mundial ha crecido, que continuará creciendo de manera exponencial y que, por consiguiente, los clientes interactúan e interactuarán cada vez más a través de dicho dispositivo.

Además, se están produciendo **cambios sociodemográficos que son necesarios** tener en cuenta: la generación millennial, con un claro perfil digital, se va convirtiendo en un nuevo grupo de consumidores al que se precisa brindar servicios; la digitalización está llegando a la población adulta (mayor número y con mayor poder adquisitivo en mercados desarrollados) y las clases medias en los países emergentes incrementan su potencial digital.

## Nuevos entrantes

Asimismo, **nuevos jugadores** se han incorporado a la industria financiera, especializándose con éxito en determinadas partes de la cadena de valor (pagos, financiamiento, gestión de activos, seguros, etc.). Sus propuestas disruptivas se basan, principalmente, en una mejor experiencia del cliente y una mayor especialización en ciertos productos. Dichos jugadores son tanto compañías fintech, que han comenzado a colaborar con la banca tradicional, como grandes empresas digitales (Google, Amazon,

---

**El número de usuarios de banca móvil que quieren conectarse en todo momento y desde todo lugar, esperan ayuda proactiva y personalizada y buscan la mejor experiencia cliente ha crecido exponencialmente.**

Facebook, Apple, Alibaba, etc.) que desde hace ya un tiempo compiten con los bancos en el nuevo entorno, con propuestas de valor muy atractivas y con un gran potencial.

### La clave: los datos

Los **datos**, siempre que se tenga el consentimiento del cliente para su uso, se han convertido en la pieza fundamental para ayudar a las personas en la toma de sus decisiones financieras. En este sentido, BBVA Continental considera que es crucial crear un círculo de confianza con el cliente, ya que los datos son el elemento esencial para conocerlo mejor. Aplicando inteligencia y análisis a esa información es posible proporcionar servicios personalizados con mayor valor añadido, lo que aumentará la confianza de los clientes, mejorará el acceso a más información, la que nuevamente alimentará la posibilidad de mejores servicios, lo que lleva a colegir que la parte esencial de la construcción de un círculo virtuoso radica en la confianza.

---

**Los datos son el elemento esencial para conocer mejor al cliente, por lo que es crucial crear un círculo de confianza con este para, con su permiso y aplicando inteligencia y análisis, ofrecerle servicios personalizados con mayor valor añadido.**



En conclusión, la industria financiera deberá continuar transformándose para ser más competitiva, pasar de ser proveedora de infraestructura alrededor del dinero a ayudante en la toma de decisiones individuales de financiamiento con su capacidad potenciada para ofrecer soluciones con valor añadido. En definitiva, el sector debe transformarse con el objetivo de tener un impacto positivo en la vida de las personas y de las empresas.

Es en este sentido que BBVA Continental entiende que la transformación va más allá e implica un cambio en la organización que permita ayudar a las personas a tomar decisiones óptimas de financiamiento, lo que conforma el núcleo central y esencial del Propósito del Banco: "Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era".

## b. Aspiración y propuesta de valor

El objetivo principal de la estrategia de transformación del Grupo BBVA, su Aspiración, es afianzar la relación con el cliente, que debe ser el principal beneficiario de este nuevo entorno en el que los servicios financieros se democratizan. Para conseguirlo, el Grupo está redefiniendo su propuesta de valor sobre los pilares fundamentales de experiencia de cliente y la confianza. La intención es ayudar al cliente a tomar las mejores decisiones financieras a través de una oferta de productos y servicios clara, sencilla y transparente, basada en condiciones justas y en los conceptos de prudencia e integridad para ganar su confianza.

La propuesta de valor del Grupo debe ser fácil y conveniente, es decir, una que ofrezca el acceso a los servicios en todo momento, desde cualquier lugar y por el medio que cada cliente elija, facilitándole las opciones de hacerlo autónomamente, a través de canales digitales o mediante la interacción humana, aportando en todo caso ayuda y asesoramiento relevantes. En definitiva, asistirle en la toma de su mejor decisión, apoyarle en la gestión de sus finanzas diarias, proporcionarle productos y servicios de manera proactiva, innovadora y personalizada, así como las mejores recomendaciones de entre todas las opciones financieras posibles para su caso.

**El Grupo BBVA redefinió en el 2017 su propuesta de valor procurando ayudar al cliente a tomar la mejor decisión financiera entre una oferta de productos y servicios clara, sencilla, transparente y justa.**

### Nuestra aspiración



# c. Avances en la transformación de BBVA Continental

G4-56

Durante el 2017, BBVA Continental ha seguido avanzado en la consecución de su **Propósito**: poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era, a través de productos y servicios que ayudan a las personas a tomar mejores decisiones financieras y cumplir sus objetivos vitales. En este sentido, se han dado pasos importantes en el desarrollo de las seis **Prioridades Estratégicas** del Grupo, alineadas con el Propósito, para avanzar en dicho proceso de transformación.

Con el desarrollo de las seis Prioridades Estratégicas del Grupo alineadas con su Propósito, el Banco avanzó en el 2017 en su proceso de transformación.

## Prioridades Estratégicas

<b>1</b> La mejor experiencia de cliente	<b>2</b> Impulso de ventas digitales	<b>3</b> Nuevos modelos de negocio
<b>4</b> Optimización de la asignación de capital	<b>5</b> Liderazgo en eficiencia	<b>6</b> El mejor equipo

### 1. La mejor experiencia de cliente

El objetivo principal del BBVA Continental se centra en ofrecer la mejor experiencia de cliente y que esta experiencia se distinga por su sencillez, transparencia y rapidez. Para ello, busca incrementar el empoderamiento de nuestros clientes y ofrecerles un asesoramiento personalizado.

En esta línea, en 2017 se ha logrado mediante la herramienta front-office un avance destacado en la mejora de la experiencia de cliente en el modelo de relación, productos y funcionalidades.

En definitiva, BBVA Continental tiene un modelo de negocio orientado al cliente que ofrece un servicio diferencial con un objetivo ambicioso: ser líder en satisfacción del cliente en todas las geografías en las que opera.

### 2. Las ventas digitales

Para BBVA Continental es fundamental impulsar la **digitalización** para su transformación y para potenciar el negocio en los canales digitales y por ello desarrolla una importante oferta digital de productos y servicios.

### 3. Nuevos modelos de negocio

El desarrollo de los nuevos modelos de negocio es una de las prioridades estratégicas del banco. Durante el 2017, BBVA Continental ha continuado consolidándose como uno de los bancos de referencia en transformación digital y actor clave en el ecosistema de emprendimiento. En este sentido, prosigue con claro enfoque su constante desarrollo y ejecución de nuevos modelos de negocio.

#### 4. Optimización de la asignación de capital

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

Durante el 2017 se han continuado los esfuerzos para sensibilizar a la Organización de la importancia que tiene la correcta asignación del capital, trabajando en el desarrollo de nuevas herramientas para la correcta medición de la rentabilidad de cada actividad. Dichas herramientas están siendo incorporadas en la gestión y en los procesos corporativos, lo que le está permitiendo al Grupo seguir avanzando en consolidar sus indicadores de rentabilidad y solvencia.

#### 5. Liderazgo en eficiencia

En un entorno de menor rentabilidad para la industria financiera, la eficiencia se convierte en una prioridad esencial en el plan de transformación de BBVA Continental: construir un nuevo modelo de organización que sea lo más ágil, sencillo y automatizado posible.

Con tal objetivo, a lo largo del 2017 se han identificado las palancas clave y definido los planes de acción necesarios para hacer que este cambio sea una realidad. De este modo, se está transformando el modelo de distribución, la arquitectura de sistemas, el modelo de operaciones, las estructuras organizativas y los procesos. Todo ello sin perder el foco en ofrecer la mejor experiencia de cliente.

#### 6. El mejor equipo

El activo más importante de BBVA Continental son las personas que lo componen y, por eso, una de las seis Prioridades Estratégicas es "El mejor equipo". Esto supone atraer, seleccionar, formar, desarrollar y retener al mejor talento allí donde esté.

El sector financiero se encuentra en una nueva etapa en la que la necesidad de talento ha variado con respecto a la visión tradicional. Ahora se requieren también nuevos perfiles relacionados con los datos y la experiencia de cliente. El Grupo BBVA ha desarrollado nuevos modelos de gestión de personas y formas de trabajo que han permitido que el Banco siga transformando su modelo operativo, pero que también han favorecido la capacidad de convertirse en una purpose-driven company: una compañía en la que todas las personas estén realmente inspiradas y motivadas por el mismo Propósito: poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era.

---

**Los nuevos modelos de gestión de personas y formas de trabajo desarrollados por el Banco le han permitido transformar su modelo operativo y convertirse en una purpose-driven company.**

## Nuestros Valores

### G4-56

Para definir sus valores, el Grupo BBVA realizó un proceso abierto que contó con la opinión de empleados procedentes de todas las geografías y unidades del Grupo. Estos valores definen su identidad y son los pilares para hacer realidad el Propósito:

#### El cliente es lo primero

Claro está, BBVA Continental siempre ha tenido el foco en el cliente, pero hoy esta variable se ha convertido en la prioridad número uno, para lo cual se ha concebido una visión holística, no solo financiera, del cliente. Esto significa trabajar con empatía, agilidad e integridad, entre otras variables relevantes.

- **Somos empáticos:** Se debe incorporar el punto de vista del cliente desde el primer momento, "poniéndose en sus zapatos" para entender mejor sus necesidades.
- **Somos íntegros:** Todo lo que se hace en el Banco es legal, publicable y moralmente aceptable por la sociedad. Los intereses del cliente están siempre por delante.
- **Solucionamos sus necesidades:** Es preciso ser rápidos, ágiles y ejecutivos en resolver los problemas y las necesidades del cliente, superando las dificultades que su caso presente.

## Pensamos en grande

No se trata sólo de innovar sino también de tener un impacto significativo en la vida de las personas y que este les lleve a mejorar sus oportunidades. El Grupo BBVA trabaja con ambición en la búsqueda de este objetivo, está abierto a cuestionarlo todo y no se conforma con hacer las cosas razonablemente bien, sino que busca la excelencia como estándar.

- **Somos ambiciosos:** Es preciso plantearse retos ambiciosos y aspiracionales para tener un verdadero impacto en la vida de las personas.
- **Rompemos moldes:** Se puede y se debe cuestionar todo lo que se hace para así plantear nuevas formas de hacer las cosas e innovar y testear nuevas ideas que permitan aprender.
- **Sorprendemos al cliente:** Buscar la excelencia en todo lo que se hace para sorprender al cliente crea experiencias únicas y proporciona soluciones que superan sus expectativas.

## Somos un solo equipo

Las personas son lo más importante del Grupo. Todos los empleados son owners y corresponsables de este proyecto, que requiere que todos y cada uno rompa cotos y confíe en los demás como en uno mismo, bajo el lema "Somos BBVA Continental".

- **Estoy comprometido:** El compromiso con su rol y sus objetivos lo empodera y hace plenamente responsable para lograrlos, trabajando con pasión e ilusión.
- **Confío en el otro:** Confiar desde el primer momento en los demás y trabajar con generosidad, colaborando y rompiendo límites entre áreas y barreras jerárquicas,
- **Soy BBVA Continental:** Al sentirse dueño de BBVA Continental se asumen los objetivos del Banco como propios y se hace todo lo que está en las manos para conseguirlos y hacer realidad el Propósito.

**Bajo el lema "Somos BBVA Continental", todos los empleados son owners y corresponsables del proyecto de la entidad.**

### Nuestros Valores



**El cliente** es lo primero



Pensamos **en grande**



Somos **un solo equipo**



Somos empáticos



Somos ambiciosos



Estoy comprometido



Somos íntegros



Rompemos moldes



Confío en el otro



Solucionamos sus necesidades



Sorprendemos al cliente



SoyBBVA

Estos valores se reflejan en el día a día de todos los empleados del Grupo BBVA, influyendo en todas sus decisiones. Para su implementación y activación, se cuenta con el apoyo de toda la organización, incluido el Global Leadership, que lanza iniciativas locales y globales que aseguren la activación homogénea de tales valores en todo el Grupo.

# d. Modelo de banca responsable

G4-35, G4-56

BBVA Continental cuenta con un modelo diferencial de hacer banca, al que denomina banca responsable, basado en la búsqueda de una rentabilidad ajustada a principios, el estricto cumplimiento de la legalidad, las buenas prácticas y la creación de valor a largo plazo para todos los grupos de interés. Ello se refleja en la **Política de Responsabilidad Social Corporativa o de Banca Responsable del Banco** que aprueba el Consejo de Administración, una política cuya misión es gestionar la responsabilidad del impacto del Banco en las personas y la sociedad y que es clave para el Propósito de BBVA.

Todas las áreas de negocio y de apoyo integran esta política en sus modelos operativos. La Unidad de Responsible Business coordina su implementación y trabaja fundamentalmente como segunda línea para definir los estándares y darles apoyo.

El modelo de banca responsable es supervisado por el Consejo de Administración y sus distintas comisiones, así como por el Global Leadership Team del Banco, presidido por el CEO.

Los cuatro **pilares** del modelo de banca responsable de BBVA son los siguientes:

- Relaciones equilibradas con sus clientes, basadas en la transparencia, la claridad y la responsabilidad.
- Finanzas sostenibles para combatir el cambio climático, respetar los derechos humanos y alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.
- Prácticas responsables con empleados, proveedores y otros grupos de interés.
- Inversión en la comunidad, con la premisa de fomentar el cambio social y crear oportunidades para todos.

Durante el 2017, el Grupo trabajó en un nuevo marco ambiental y social que culminó en la definición de una estrategia de cambio climático y desarrollo sostenible que aborda de manera integral la gestión de los riesgos y de las oportunidades derivados de la lucha contra el cambio climático y la consecución de los ODS.

Es importante que los grupos de interés perciban que BBVA Continental hace banca de manera responsable. Por eso, el Banco mide esta percepción con una serie de indicadores de reputación entre clientes, empleados y sociedad en general.

## Indicadores de reputación como indicadores agregados de banca responsable

Reputación entre clientes	Posición frente al peer group	1º
Reputación entre empleados	Variación interanual de la puntuación	↑

Fuente: RepTrak (Reputation Institute),

Fuente: Estudio de reputación Interna, RepTrak (Reputation Institute),

Nota: La flecha ascendente indica evolución positiva.

**La misión de la Política de Responsabilidad Social Corporativa o de Banca Responsable del Banco es gestionar la responsabilidad del impacto del Banco en las personas y la sociedad.**

# Sistemas de gobierno

## a. Gobierno corporativo

G4-34, G4-35, G4-36, G4-37, G4-42, G4-46, G4-48

De acuerdo con las disposiciones legales, BBVA Continental incluye en este informe su reporte sobre el cumplimiento de los principios de buen gobierno corporativo. En él se detalla el grado de implementación de las recomendaciones al respecto. Asimismo, en el apartado correspondiente de la web del Banco se incluye toda la información vigente requerida.

G4-38, G4-42

Uno de los pilares que sustenta el desarrollo de BBVA Continental es el sistema de buen gobierno corporativo, elemento fundamental del modelo de responsabilidad social corporativa (RSC). Según su reglamento interno, la aprobación de la política de RSC de BBVA Continental corresponde al Consejo de Administración del Banco, instancia que recibe anualmente un reporte detallado sobre la implementación y concreción de dicha política.

La práctica de los principios del Buen Gobierno Corporativo permite un manejo transparente y adecuado de los órganos sociales de la organización y de la actuación de sus accionistas, con la mira en que concuerden con los objetivos de los grupos de interés.

Desde el 2008, BBVA Continental forma parte, de manera ininterrumpida, del Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC) de la Bolsa de Valores de Lima (BVL). Este indicador estadístico bursátil refleja el comportamiento de los precios de las acciones más representativas de las empresas emisoras que cumplen con los principios de buen gobierno y poseen un nivel mínimo de liquidez establecido por la BVL.

El Sistema de Buen Gobierno Corporativo de BBVA cuenta con características esenciales como:

- Una adecuada composición de sus órganos sociales.
- Una clara distribución de funciones entre el Consejo de Administración y sus comités, y entre estos y la Alta Dirección.
- Un ordenado proceso de toma de decisiones.
- Un sólido sistema de seguimiento, supervisión y control de la gestión de la Sociedad.

### 1. Marco regulatorio

El sistema normativo de gobierno corporativo en el Perú está estructurado por los principios contenidos en el Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas (CBGC), aprobado por la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y

---

**Practicar los principios del BSC permite un manejo transparente y correcto de los órganos sociales del Banco y sus accionistas, en línea con los objetivos de los grupos de interés.**

publicado el 8 de noviembre del 2013 en el Diario Oficial El Peruano. Su objetivo es generar la cultura de gobierno corporativo, mejorar la percepción de los inversionistas de las sociedades anónimas, promover el desarrollo empresarial y contribuir a la generación de valor en la economía nacional.

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

- a. Derechos de los accionistas
- b. Junta general de accionistas
- c. Directorio y alta gerencia
- d. Riesgos y cumplimiento
- e. Transparencia de la información

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

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

## 2. Régimen de gobierno corporativo del Banco

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

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

Por su parte, el Directorio del Banco, a través del estatuto y de su respectivo reglamento, establece su régimen de control y funcionamiento, así como sus políticas de información, normas de conducta, cobertura de responsabilidades y los derechos y deberes de sus miembros. Entre sus funciones están, entre otras, las de dirigir y controlar cada uno de los rubros y actividades del negocio; establecer objetivos, metas y planes de acción, incluidos los presupuestos anuales y los planes de negocios; supervisar la política de información del Banco; aprobar y promover el cumplimiento de los códigos de conducta; supervisar y efectuar el seguimiento de la auto calificación de las prácticas de buen gobierno corporativo.

Asimismo, faculta al directorio, en procura del mejor desempeño de sus funciones, a constituir los comités que considere necesarios para asistirlo en las materias propias de su competencia. Estos comités son: de Auditoría, de Cumplimiento, de Nombramiento y Remuneraciones, de Riesgos y de Gobierno Corporativo.

El comité de Gobierno Corporativo es el encargado de supervisar el cumplimiento de tales prácticas por parte del Banco, así como de implementar las mejoras necesarias para mantener los estándares de responsabilidad social. El comité fue constituido por

---

**Las normas que rigen el gobierno corporativo de BBVA Continental son constantemente actualizadas para que su aplicación se adapte a las actividades que realiza como sociedad.**

acuerdo de sesión de directorio de fecha 17 de noviembre del 2011, y en su reglamento constan las disposiciones vinculadas a su funcionamiento, estructura y composición.

### 3. Composición del Directorio

El Directorio está conformado por personas con diferentes especialidades y competencias, todas ellas gozan de prestigio, ética, independencia económica, disponibilidad suficiente y una serie de cualidades relevantes para la sociedad, de manera que coexista una pluralidad de enfoques y opiniones. Sus actuales integrantes son los siguientes:

Nombre y apellido	Formación profesional	Fecha		Participación accionaria	
		Inicio	Término	Nº acciones	Part. %
<b>Directores sin incluir a los independientes</b>					
Alex Fort Brescia	Máster en Administración de Empresas. Participa en el Directorio de Holding Continental, empresa parte del grupo económico.	Mayo 1995		No aplica	No aplica
Pedro Brescia Moreyra	Administrador de empresas. Participa en el Directorio de Holding Continental, empresa parte del grupo económico.	Mayo 1995		No aplica	No aplica
Ignacio Javier Lacasta Casado	Economista. Participa en el Directorio de Holding Continental, empresa parte del grupo económico.	Enero 2013		No aplica	No aplica
Eduardo Torres-Llosa Villacorta	Economista. Participa en el Directorio de Holding Continental y en el Directorio de la Fundación BBVA Banco Continental, empresas parte del grupo económico.	Diciembre 2007		No aplica	No aplica
Fortunato Brescia Moreyra	Ingeniero. Participa en el Directorio de Holding Continental, empresa parte del Grupo Económico.	Junio 2013		No aplica	No aplica
Mario Brescia Moreyra	Administrador. Participa en el Directorio de Holding Continental, empresa parte del grupo económico.	Marzo 2013		No aplica	No aplica
José Ignacio Merino Martín	Administrador. Fue director de riesgos del Área de Negocio de BBVA América del Sur.	Marzo 2016		No aplica	No aplica
Javier Marín Estévez	Abogado. Fue director ejecutivo de BBVA (Suiza) S.A. Zurich.	Marzo 2016		No aplica	No aplica
<b>Directores independientes</b>					
Jorge Donaire Meca	Administrador. Participa en el Directorio de BBVA Consumer Finance.	Octubre 2011		No aplica	No aplica

## b. Sistemas de cumplimiento

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

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

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

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

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

- Una estructura organizativa adecuada, con una clara asignación de roles y responsabilidades
- Políticas y procedimientos que marquen claramente las disposiciones y requisitos que deben aplicarse
- Procesos de mitigación y control dirigidos a garantizar el cumplimiento de las políticas y procedimientos
- Una infraestructura tecnológica centrada en el monitoreo para poder conseguir que permita alcanzar los objetivos planteados
- Mecanismos y políticas de comunicación y formación dirigidos a sensibilizar a las personas del Grupo con respecto a los requerimientos aplicables
- Métricas e indicadores de supervisión que coadyuven al seguimiento de la implementación del modelo a nivel global
- Revisión periódica independiente de la implementación del modelo

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

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

---

**BBVA Continental se compromete, basado en sus sistemas de cumplimiento, a conducir todas sus actividades y negocios bajo estrictos principios de comportamiento ético.**

# Asesoramiento en materia de comportamiento ético y legal

Durante el 2017 la Unidad de Cumplimiento ha procurado reforzar el permanente compromiso del Grupo BBVA con la integridad en los negocios, impulsando la comunicación, formación y adhesión a la versión actualizada de su Código de Conducta.

Aprobado en el 2015, el código recoge las últimas exigencias normativas – recomendaciones de organismos internacionales (BIS, EBA, entre otros) y las mejores prácticas y requerimientos de los organismos supervisores–. También toma en cuenta las expectativas sociales existentes sobre lo que debe ser una estricta cultura empresarial basada en la ética.

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

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

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

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

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

Durante el 2017 la Unidad de Cumplimiento continuó brindando soporte y asesoría a los empleados y a la alta dirección de BBVA Continental en materia de aplicación del código de conducta. La asesoría se impartió en asuntos relacionados con la repartición de regalos o beneficios personales, el desarrollo de actividades profesionales, el tratamiento y gestión de potenciales conflictos de intereses y la gestión del patrimonio personal.

BBVA Continental ha instituido el Comité de Gestión de Integridad Corporativa como el estamento de más alto nivel a cargo de vigilar la debida aplicación de todas las políticas y lineamientos incluidos en el código de conducta. En las sesiones del comité, la Unidad de Cumplimiento presenta la evolución de todos los ámbitos consignados en el código.

---

**La Unidad de Cumplimiento, al impulsar la comunicación, formación y adhesión a la versión actualizada de su Código de Conducta, procura reforzar el permanente compromiso del Grupo BBVA con la integridad en los negocios.**

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

## G4-SO4

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

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

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

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

En este sentido, durante el 2017 BBVA Continental persistió en potenciar el modelo de gestión del riesgo de lavado de activos y financiamiento del terrorismo con la implementación de mejoras en los sistemas de categorización o asignación de riesgo a los clientes, todas ellas desde la óptica de la PLA/FT y en función de una serie de parámetros definidos legalmente y/o identificados por el sector como relevantes para cuantificar los riesgos de lavado. Asimismo, se ha perfeccionado los sistemas de monitoreo ya existentes en el Banco.

De otro lado, durante el 2017 BBVA Continental continuó con la formación de sus trabajadores, filiales y vinculados en materia de PLA/FT. Se realizaron actividades de formación, tanto presencial, para los nuevos ingresantes, como a distancia (online), diseñada específicamente para el personal dedicado a labores comerciales. En total, se contó capacitación con la participación de 3,463 colaboradores inscritos en el curso comercial y 5,354 en el curso general.

## Transparencia y atención al usuario

Desde el 2015, BBVA Continental ha incorporado en su modelo de cumplimiento los temas de transparencia y servicio al cliente (Customer Compliance), con el objetivo de optimizar sus relaciones con este. Tal hecho llevó a que el Oficial de Atención al Usuario (OAU) desarrolle las siguientes actividades durante el 2017:

- Evaluación de los riesgos para los clientes asociados a los productos, servicios y actividades de BBVA Continental, promoviendo o implementando medidas para su mitigación. La puesta en práctica del modelo de cumplimiento en los comités de nuevos productos garantiza que esta dimensión de la comercialización sea tomada en cuenta desde el inicio y evaluada en todo momento.
- Coordinación de los planes de acción para adaptarse a los nuevos requisitos y criterios emitidos en materia de protección al usuario, principalmente por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).
- Colaboración estrecha y continua con las unidades de desarrollo de productos y negocios, con énfasis en las iniciativas de banca digital, para incorporar en sus proyectos la visión de protección al usuario.
- Actualización permanente del marco normativo interno para la correcta comercialización de productos y servicios de BBVA Continental.
- Participación en los proyectos de mejora y actualización de los procesos comerciales

---

**Evitar que los productos y servicios del Banco se utilicen con fines delictivos es un requisito indispensable para preservar la integridad corporativa y mantener la confianza de las personas, instituciones y la sociedad en general.**

y de los sistemas informáticos de BBVA Continental, en procura de garantizar su alineamiento con las mejores prácticas de protección de los intereses del cliente.

- Acciones de comunicación y formación dirigidas a las redes comerciales en materia de transparencia y protección al consumidor. Como quiera que cada empleado que atienda a un usuario debe estar debidamente informado y permanentemente actualizado, se desarrolló el programa anual de capacitación, extensivo a todos los colaboradores que brindan soporte a los procesos internos. Asimismo, se realiza una actualización periódica del material de consulta de las oficinas a través de una aplicación centralizada (Wikiguía) y un conjunto de r
- Revisiones específicas de la información a disposición del público y de la fuerza de venta, lo cual incluye el control en la aplicación de comisiones y gastos y su publicación en el “Muro de Transparencia” que se difunde en las pantallas de televisión instaladas en la red de oficinas.
- Revisión de los contenidos de las campañas promocionales y de las acciones comerciales de productos/servicios, en cumplimiento del principio de publicidad transparente, clara y responsable (TCR) y del Código de Autorregulación Publicitaria suscrito por la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC).
- Reforzamiento de las métricas e indicadores de seguimiento de riesgos de cumplimiento, para fomentar un enfoque preventivo.
- Evaluación de las medidas vigentes en BBVA Continental a la luz de los reclamos de los clientes, de las revisiones de auditoría interna y externa y de los exámenes y requerimientos de los reguladores.

Otro paso importante se dio en agosto 2017, cuando el entonces Oficial de Atención al Usuario (hoy Oficial de Conducta de Mercado) pasó a integrarse comenzó a formar la Unidad de Calidad, aunque mantiene un reporte funcional hacia la Unidad de Cumplimiento.

## c. Estándares de conducta

G4-37, G4-56, G4-57, G4-58, G4-EN29, G4-HR2, G4-HR3, G4-SO8, G4-PR9, FS15

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

**El Código de Ética en los Mercados de Valores recoge las pautas mínimas de actuación que toda persona que forme parte del Grupo debe observar en su relación con el mercado bursátil.**

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

- El reglamento interno de conducta en el ámbito de los mercados de valores.
- El estatuto de la función de cumplimiento.
- El código ético para la selección del personal.
- Los principios aplicables a los participantes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA.
- Los principios básicos de gestión de riesgos y manual de políticas de gestión del riesgo.
- La norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiamiento y garantías.

Otros compromisos básicos adquiridos por el Grupo son:

- La política de responsabilidad social corporativa, que establece los principios y las directrices que BBVA Continental debe cumplir por el por la importancia que tienen respecto a su impacto en la sociedad. Esta política es aprobada por su Consejo de Administración.
- La norma de actuación en materia de defensa de BBVA, vigente desde febrero del

2012 que en todos los países del Grupo. La norma está basada en listas de exclusión de compañías y países, las mismas que son actualizadas trimestralmente por consultores expertos. De acuerdo con esta regulación, BBVA no financia, invierte ni presta servicio financiero alguno a compañías relacionadas con la fabricación, desarrollo, mantenimiento o comercio de armas controvertidas, entendiendo por tales las minas antipersonales, las bombas de racimo y las armas biológicas y químicas. BBVA tampoco participa en operaciones relacionadas con armamento que tengan como origen o destino países con alto riesgo de vulnerar los derechos humanos.

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

## Canales de denuncias

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

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

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

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

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

## Derechos humanos

Desde el 2007, BBVA tiene un Compromiso en materia de derechos humanos que define los fundamentos de comportamiento mínimos que, en este campo, aplican a todas las entidades que configuran el Grupo BBVA y a todos sus colaboradores y equipo gestor. Asimismo, estos fundamentos guían las relaciones de BBVA Continental con sus clientes, proveedores y con las comunidades en las que desarrolla sus negocios y actividades.

Este compromiso ha sido actualizado periódicamente desde su aprobación tomando como referencia los **Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos**, que enuncian las acciones que tanto los Estados como las empresas deben llevar a cabo para cumplir con sus obligaciones para proteger y respetar los derechos humanos y habilitar los mecanismos que sean necesarios para reparar cualquier impacto adverso que pueda generarse.

Conscientes del papel clave que juegan las empresas en el respeto a los derechos humanos, se ha iniciado un proceso integral de trámite obligado y carácter transversal

---

**Entre los fines del Código de Conducta de BBVA Continental está reforzar la obligación de sus integrantes de no tolerar comportamientos contrarios a la ética o al margen de la legalidad.**

(aplicable a todas las áreas funcionales y de negocio del Banco y a todas las geografías donde BBVA está presente).

Con este proceso se busca identificar los asuntos más relevantes de la actividad de BBVA Continental con respecto a los derechos humanos. Ello permite contar con un compromiso de derechos humanos actualizado y un plan de acción y seguimiento que ayude a cumplirlo.

## Cumplimientos legales

### G4-PR9

En el 2017 no se registró ninguna multa elevada que afecte negativamente al monto total facturado por el Banco durante el período en revisión.

Hubo 239 casos con sanciones pecuniarias por un importe de 432.47 UIT.

### G4-SO8

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

### G4-HR3

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

### G4-EN29

## d. Modelo de control interno

### G4-14, G4-SO3, G4-FS9

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

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

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

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

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

---

**El modelo de control interno cuenta con tres líneas de defensa: las gerencias y los encargados de la gestión de riesgo, los especialistas de control y el Área de Auditoría Interna del Banco.**

# Auditoría Interna

A nivel corporativo, el Área de Auditoría Interna (AI) depende de la presidencia del Grupo y, a nivel local, del directorio del Banco.

AI elabora su plan anual utilizando la metodología de Risk Assessment, que se aplica a todos los procesos del Banco. A través de esta evaluación se identifican, evalúan y priorizan los riesgos que enfrenta o podría enfrentar la organización, así como los mecanismos de control para gestionarlos. Sobre esa base se definen las revisiones que se incluirán en el plan, tomando en consideración las solicitudes de la gerencia y del organismo regulador, el desempeño del negocio, los focos corporativos y los resultados de auditorías anteriores.

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

**La metodología Risk Assessment que se aplica a todos los procesos del Banco identifica, evalúa y prioriza los riesgos que enfrenta o podría enfrentar la entidad.**

## Principales actividades de auditoría interna en el 2017 por tipología de riesgo

	Plan 2017	Plan 2016
Riesgo operacional	33	63
Riesgo de cumplimiento	5	7
Riesgo de crédito	4	5
Riesgo tecnológico	3	3
Riesgo legal	1	2
Riesgo estructural	2	1
Riesgo de mercado	0	1
Riesgo de modelo de negocio	1	0
Riesgo de empresa extendida	2	2
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>84</b>

Nota: Se informan únicamente los trabajos del BBVA Continental.

Los principales focos de riesgo en los que Auditoría Interna centró su plan de trabajo en el 2017 fueron:

- **Riesgo de crédito:** Concentración crediticia, modelo de delegaciones y calidad de cartera
- **Riesgo operacional:** Revisiones temáticas en oficinas, documentación de expedientes en oficinas y contratación sencilla
- **Riesgo tecnológico:** IT monitoring, gestión de la seguridad y gestión de la continuidad.
- **Riesgo de cumplimiento:** Transparencia en la información, prevención de lavado de dinero y Volcker Rule
- **Empresa extendida:** Servicio de Everis en Banca Minorista
- **Riesgo legal:** Legal Risk Control Framework
- **Riesgo estructural:** Requerimientos locales de liquidez y marco de precio transferencial
- **Riesgo de modelo de negocio:** Proceso de cálculos de KPI.

## Corporate Assurance

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

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

El objetivo del esquema es promover la actuación coordinada de las tres líneas de defensa, de forma tal que se incremente la efectividad y eficiencia del funcionamiento del modelo de control interno. Además, provee las herramientas de gestión necesarias para la priorización y el escalamiento de los asuntos relacionados al control interno.

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

## e. Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

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

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

Los riesgos extrafinancieros pueden afectar el perfil crediticio de los prestatarios o de los proyectos que se financian, lo que a su vez dañaría la calidad del riesgo asumido y, en consecuencia, incidir en el reembolso de los créditos.

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

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

## Gestión de los riesgos sociales y ambientales

G4-15, G4-16, G4-EN27

### Principios de Ecuador

Las infraestructuras de energía, transporte y servicios sociales que impulsan el desarrollo económico y crean empleo en un país pueden impactar en el medio ambiente y en la sociedad. El compromiso de BBVA Continental es gestionar el financiamiento de estos proyectos de manera tal que sea posible reducir e incluso evitar los impactos negativos y potenciar así su valor económico, social y ambiental.

---

**Las actividades del Banco impactan en el medio ambiente y la sociedad, impactos que a su vez derivan en riesgos directos, indirectos y de reputación.**

En línea con este compromiso, todas las decisiones de financiamiento de proyectos tienen como base el criterio de rentabilidad ajustada a principios. Situar a las personas en el centro del negocio implica atender las expectativas de los colectivos interesados en los proyectos y la demanda social de luchar contra el cambio climático y respetar los derechos humanos.

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

Para BBVA Continental, los PE son el punto de partida para aplicar las mejores prácticas de financiación responsable y el marco de diálogo con los clientes y los grupos interesados en los proyectos que financia. Es por ello que estos principios se han convertido en el estándar de referencia para la financiación responsable para el Banco. BBVA Continental asume el compromiso de apoyar su desarrollo y difusión desde el Comité de Dirección de los PE y los grupos de trabajo en los que participa.

El equipo de Riesgo Reputacional de Corporate & Investment Banking asume las responsabilidades de análisis de los proyectos, representación del Banco ante los grupos de interés, rendición de cuentas ante la alta dirección y diseño e implementación del sistema de gestión. Además, propone la adopción de mejores prácticas y participa en la formación y comunicación de los aspectos relacionados con los PE.

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

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

## Evaluación del riesgo social y ambiental

En el 2016, BBVA Continental implementó un nuevo sistema de gestión del riesgo social y ambiental alineado al reglamento 1928-2015 emitido por la SBS, que toma como referencia los Principios de Ecuador y, en consecuencia, las normas de desempeño de la CFI, requerimientos que en buena parte el Banco seguía, como se ha visto, desde hacía 12 años por propia iniciativa. El reglamento establece requerimientos mínimos para la gestión del riesgo social y ambiental, al promover la implementación de buenas prácticas y una toma prudente de riesgos en los bancos.

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

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

---

**El sistema de gestión de riesgo social y ambiental del Banco promueve la implementación de buenas prácticas y una toma prudente de riesgos.**

# Gestión del riesgo reputacional

FS1, FS4

BBVA continental cuenta con una metodología para la identificación, evaluación y gestión del riesgo en la reputación, lo cual le permite definir y revisar regularmente un mapa que prioriza los riesgos a los que el Banco se enfrenta en ese punto, así como un conjunto de planes de acción para mitigarlos.

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

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

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

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

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

En esa línea, durante el 2017 se consolidó el governance implementado a través del fortalecimiento de la metodología y el desarrollo de una herramienta informática para su gestión.

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

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

---

**El Grupo BBVA obtiene una visión consolidada del riesgo a la reputación integrando el impacto en las percepciones de los grupos de interés y la fortaleza de la entidad ante tal riesgo en cada país.**

## Concesión responsable de crédito

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

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

Asimismo, se toman en cuenta los siguientes principios:

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

---

**Las unidades de admisión del Banco evalúan la calidad de riesgo de los clientes y de los grupos económicos mediante procedimientos de seguimiento y control.**

# Grupos de interés

## a. El cliente

### 1. Experiencia del cliente

G4-PR5, FS5

BBVA Continental mantiene firme su decisión estratégica de consolidar su convicción que “el cliente es lo primero”, no solo como un importante valor corporativo, sino como el eje de actuación de su estrategia de servicio.

La meta de BBVA Continental es que el cliente, después de consumir sus productos o servicios, pueda sentirse plenamente satisfecho y, como producto de una experiencia que considera sobresaliente, dispuesto a recomendar el Banco a sus familiares y amigos. Para lograrlo, el Banco debe cumplir ciertas premisas a los ojos del cliente, como serle confiable e innovador y permitirle acceder a oportunidades que antes no tenía a su alcance.

El reto es ofrecerle al cliente experiencias memorables y duraderas que hagan de BBVA Continental el banco más confiable del sistema para él en el presente y en el largo plazo. Y es aún mayor toda vez que el Banco busca consolidar una vivencia de alta calidad en todos sus canales y, a puertas de la gestión omnicanal, ha incorporado en su visión la necesidad de priorizar la digitalización de los procesos de relacionamiento con el cliente, así como desarrollar la capacidad de brindar la mejor experiencia en cada uno de ellos.

Estos objetivos se hacen tangibles en el diseño, desarrollo, comercialización y posventa de todos los productos y servicios que el Banco ofrece a la sociedad. Asimismo, el constante fortalecimiento del modelo de aseguramiento de la calidad fue en el 2017 una constante en el día a día y el inicio de una dinámica de trabajo multidisciplinaria e innovadora.

Con todo ello en práctica, es el cliente quien elige la forma de interacción que mejor se acomoda a su perfil y quien está en capacidad de reconocer la información relevante de los productos y servicios que ha escogido gracias a las herramientas puestas a su servicio.

En suma, el reto de BBVA Continental ubica al cliente en el centro de la propuesta de valor, de modo que perciba los beneficios de nuestra estrategia de manera clara y oportuna.

---

**El reto es ofrecerle al cliente experiencias memorables y duraderas que hagan de BBVA Continental el banco más confiable del sistema para él en el presente y en el largo plazo.**

## IReNe y feedback

Escuchar la voz del cliente, brindar soluciones de vanguardia y cimentar relaciones de largo plazo son las prioridades de BBVA Continental. En ese sentido, con una perspectiva de mediano y largo plazo, busca anticiparse al mercado a partir de un modelo de gestión Customer Centric como ventaja competitiva.

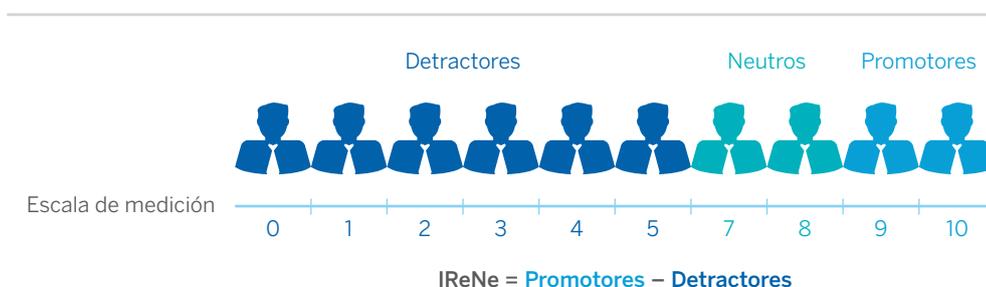
Por ello, a lo largo del 2017 el Banco desplegó una estrategia centrada en recuperar el liderazgo en calidad de servicio en todos sus canales, para lo cual mantuvo tres ejes de actuación de manera sostenida:

- Escuchar la voz del cliente de manera permanente en cada uno de los canales y por cada uno de los productos que comercializa, integrando la información obtenida con la proporcionada por la gestión de reclamos y las redes sociales.
- Implementar planes de acción enfocados en mejorar de manera permanente la performance del Banco, tomando como punto de partida la información proporcionada por los clientes y monitoreando los indicadores relevantes y ambiciosos,
- Trabajar en equipos multidisciplinarios para plantear oportunidades de mejora integrales, de modo que el impacto sea mayor al cubrir varios frentes de gestión.

Siendo las opiniones de los clientes un eje fundamental en el proceso de mejora de la propuesta de valor del Banco, en el 2017 se continuó con la aplicación del Índice de Recomendación Neta (IReNe) en todos los canales y principales productos que comercializa.

Esta metodología facilita entender, por medio de una serie de encuestas, el estatus competitivo de BBVA Continental y su posición con respecto a la competencia en cuanto a recomendación. A lo largo del año se recogió la opinión de los usuarios del sistema financiero y se les solicitó evaluar a los principales cuatro bancos del país en cuanto a calidad de canales, productos y servicios.

Un logro importante fue aumentar en el 2017 la muestra mensual de clientes hasta contar con casi 5,000 respuestas por mes desde junio en adelante.



## Iniciativas de calidad en el 2017

Entre los avances realizados en el período concluido destacan:

**Consolidación del programa Experiencia Única**, al lograr la estandarización de un modelo de gestión y atención en todas y cada una de las oficinas a nivel nacional. En el segundo semestre del año se puso en marcha un proceso de certificación del modelo implementado.

**Consolidación del sistema corporativo IReNe 2.0**, para lo cual se incorporó la opinión de los clientes de la Banca Minorista y Banca Empresa y la que dejan en el Call Center y en la Banca por Internet. Esta herramienta es también consistente con la transformación digital impulsada por el Banco.

**Consolidación del enfoque de mejora continua en todos los canales y productos**, con el propósito de analizar las fuentes de detracción del cliente y elaborar planes de optimización que le permitan al Banco cambiar la percepción de su servicio.

Con una perspectiva de mediano y largo plazo, BBVA Continental busca anticiparse al mercado con un modelo de gestión Customer Centric como ventaja competitiva.

**Implementación de un equipo de soporte** que garantice la consistencia de la información obtenida en todos los canales y su adecuada difusión tanto en el ámbito interno de la organización como entre los clientes en general. En el 2017 se desarrolló un buscador inteligente como herramienta de apoyo a los canales, que incluyó todos los datos relevantes para la atención de los clientes en un solo lugar y de manera simultánea. La labor permitió que la Red de Oficinas a nivel nacional utilizara esta herramienta de forma permanente desde el segundo semestre del año.

**Creación e implementación de una estrategia de redes sociales con el apoyo de un equipo de Community Managers** para la gestión de experiencias en este tipo de plataformas, toda vez que estos canales han adquirido mayor relevancia y han demandado una gestión especializada.

Finalmente, pertenecer a un grupo multinacional permitió que el Banco se enriquezca de la experiencia de otros países y comparta las mejores prácticas en beneficio de los clientes. Un claro ejemplo fue el lanzamiento, a mediados del 2017, de Wallet, la billetera electrónica del BBVA con la que se puede comprar y retirar dinero sin usar la tarjeta física, además de recibir promociones y mantener la información centralizada en los dispositivos móviles de los usuarios. Gracias a la sinergia con otros países se pudo acortar el tiempo de implementación de este innovador servicio y ponerlo a disposición del cliente BBVA Continental, lo que lo hizo el líder del mercado local en este rubro.

## 2. Comunicación TCR

G4-PR3, G4-PR6

El proyecto de comunicación transparente, clara y responsable (TCR) de BBVA Continental busca ayudar al cliente a tomar decisiones informadas a lo largo de su relación con el Banco. El objetivo es aumentar la confianza, el nivel de recomendación y la fidelización de los clientes, para lo cual se les ofrece información relevante en un lenguaje fácil de entender y cuidando siempre sus intereses de corto, mediano y largo plazo.

La iniciativa TCR 2017 es una pieza clave tanto para cumplir la visión Customer Centric como para mejorar la Experiencia Cliente.

De otro lado, se inició una serie de acciones en las que se continúa trabajando:

### Fichas de producto TCR

Describen los productos con un lenguaje sencillo que explica sus ventajas, requisitos, costos y riesgos asociados. Toda la información, que incluye un glosario de términos para los tecnicismos que sean inevitables, se encuentra en el portal Entorno Colaborativo / El Portal, desde donde los ejecutivos de las oficinas descargan las fichas y se las entregan al cliente antes de la contratación.

El Portal, que se renovó en el 2017 y cuenta con 21 fichas TCR, incluye ahora un espacio dentro del Argumentario de Ventas para las fichas TCR digitales de los productos comercialmente más importantes.

### TCR digital

Ya que la mayoría de soluciones y contenidos digitales de BBVA se produce bajo la metodología Agile, en el 2017 se dispuso una serie de procedimientos que garantiza que los grupos que trabajan con ella elaboren material TCR:

- Elaboración para los canales digitales de una checklist de los 15 principios TCR más relevantes, con la explicación de cada uno y ejemplos de buenas y malas prácticas.
- Implementación de talleres de formación TCR y Human-Centered Design para Program Managers, Product Owners y otros miembros de los equipos Scrum que trabajan tanto en soluciones como en contenidos para el cliente.
- Creación de guías corporativas para introducir la iniciativa TCR en el día a día de los equipos Scrum.
- Aprovechamiento de la nueva plataforma Banca Móvil y la nueva Banca por Internet para apoyar directamente a algunos equipos de trabajo.

**El proyecto TCR busca incrementar la confianza, el nivel de recomendación y la fidelización del cliente, al ofrecerle información relevante en un lenguaje fácil de entender.**

- Adaptación en la web pública del contenido explicativo de los productos bajo conceptos TCR.

## Cartas de reclamo TCR

Ser un banco transparente, claro y responsable no significa serlo solo en el momento de la contratación. Es necesario integrar los principios TCR en todas las interacciones con el cliente, desde la publicidad hasta la gestión de un reclamo.

Así, al responder una carta de reclamo debe tenerse en cuenta que muy posiblemente sea una situación sensible para el cliente, por lo que el lenguaje, la estructura y el tono de lo que se diga juegan un papel importante.

El objetivo es que aunque el cliente reciba una respuesta contraria a la que espera, siga confiando en BBVA Continental.

En esta línea, actualmente el Banco cuenta con 16 cartas de reclamo que han sido mejoradas.

## Protocolos de ventas TCR para telemarketing

BBVA Continental se preocupa por mantenerse a la vanguardia de la Experiencia Cliente y por enfocarse en lo que realmente importa: que el cliente conozca los pros y los costos de los productos, comprenda sin tener que recurrir a un diccionario los términos en los que el Banco le habla y entienda los contenidos en letra pequeña.

En el entendido de que una comunicación clara, transparente y responsable es la base para construir relaciones sociales más fuertes y duraderas, donde el pilar que prevalece es la confianza, concluido el 2017 se cuenta con 10 protocolos de venta mejorados de los productos PLD, Tarjetas y Seguros.

## Contratos TCR

La mayoría de los usuarios bancarios considera que, en general, los contratos que plantean las entidades del sector son poco claros y confusos.

Por ello, BBVA Continental trabajó en el 2017 para facilitar la comunicación con el cliente y contribuir con su cultura financiera, por lo que continuó con la simplificación de los contratos y su estructuración de forma más intuitiva y en un lenguaje fácil de entender. La meta es contar con documentos comprensibles y en formatos interactivos, además de proporcionar al cliente notas y ejemplos explicativos.

## Publicidad TCR

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

El código, que entró en vigor el 1 de enero del 2015, es de obligatorio cumplimiento por todos los equipos de comunicación y marketing del Grupo. Para facilitar su entendimiento y cumplimiento a nivel global se han realizado diversos talleres, fundamentalmente con los equipos de marketing, servicios jurídicos, responsables de producto y agencias publicitarias. Además, se ha habilitado una dirección de correo electrónico en cada geografía, a la que cualquier empleado puede enviar consultas, dudas o recomendaciones de mejora.

---

**En el 2017 se mejoraron 10 protocolos de venta de los productos PLD, Tarjetas y Seguros bajo los principios del proyecto TCR.**

### 3. Gestión de quejas y reclamaciones

El servicio de Atención al Cliente es uno de los pilares fundamentales de BBVA y se basa en atender a cada cliente y usuario de acuerdo con sus necesidades y características propias. Por ello, durante el 2017 se trabajó en la transformación del modelo productivo (TMP), una de cuyas líneas de acción, "Reclamos", tiene como objetivo mejorar la experiencia del cliente en la solución de sus consultas y quejas en los diversos canales. La meta no es solo reducir su volumen sino también su tiempo de resolución, para lo cual las diferentes áreas del Banco se enfocan en trabajar en las causas-raíz.

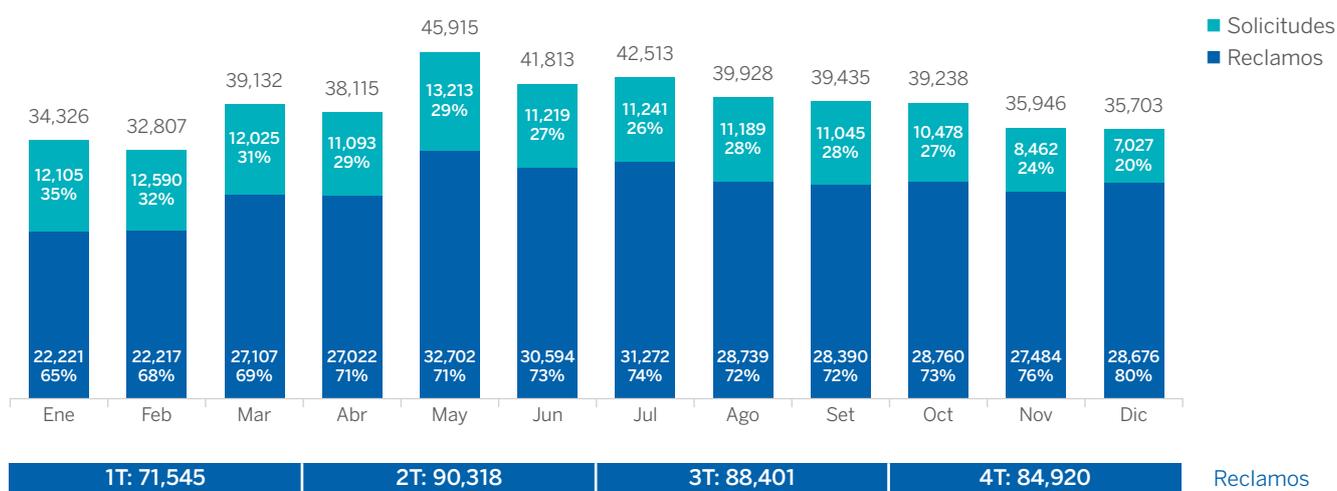
Asimismo, en el 2017 se trabajó en el ingreso y tracking de reclamos a través de la web y la Banca por Internet como un nuevo canal que facilite al cliente el contacto con el Banco. Para conseguirlo, se apuntó a que dichas herramientas sean más amigables y permitan que el cliente registre su caso, obtenga su código en línea –el circuito está conectado directamente con la herramienta de registro del Banco– y pueda realizar el seguimiento de este sin tener que ir a una oficina o comunicarse por teléfono.

Otro de los procedimientos trabajados fue la desactivación progresiva del back express, que era una etapa de completado de información del caso del cliente en la Herramienta de Atención de Reclamos – HAREC, mediante el proceso de escucha de cada audio del registro efectuado en la primera línea – Front. Este progreso ha contribuido a optimizar los tiempos de atención en las siguientes etapas:

- Reducción del tiempo de resolución de reclamos. Del segundo al tercer trimestre del 2017 se disminuyó de 13 a 11 días en promedio el tiempo de atención reportado a la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).
- Estandarización del proceso de llamadas al resumir diálogos, registros y búsqueda de datos en los diferentes sistemas.
- Estandarización de los procesos de capacitación e incorporación de nuevos asesores.
- Dimensionamiento de los asesores de acuerdo al TMO (tiempo medio operativo) y picos de llamadas.
- Mejora del índice de satisfacción del cliente. La desactivación del back express ha permitido reducir los tiempos de atención de algunos tipos de reclamos (no en los casos de tarjetas y fraudes). Ahora, cuando un asesor recibe la llamada de un cliente en un primer contacto, registra el reclamo o requerimiento y, según sea el caso, lo deriva directamente a las bandejas de trabajo de los analistas.

**En el 2017 se trabajó en el ingreso y tracking de reclamos a través de la Banca por Internet, de forma que sea un nuevo canal que facilite al cliente el contacto con el Banco.**

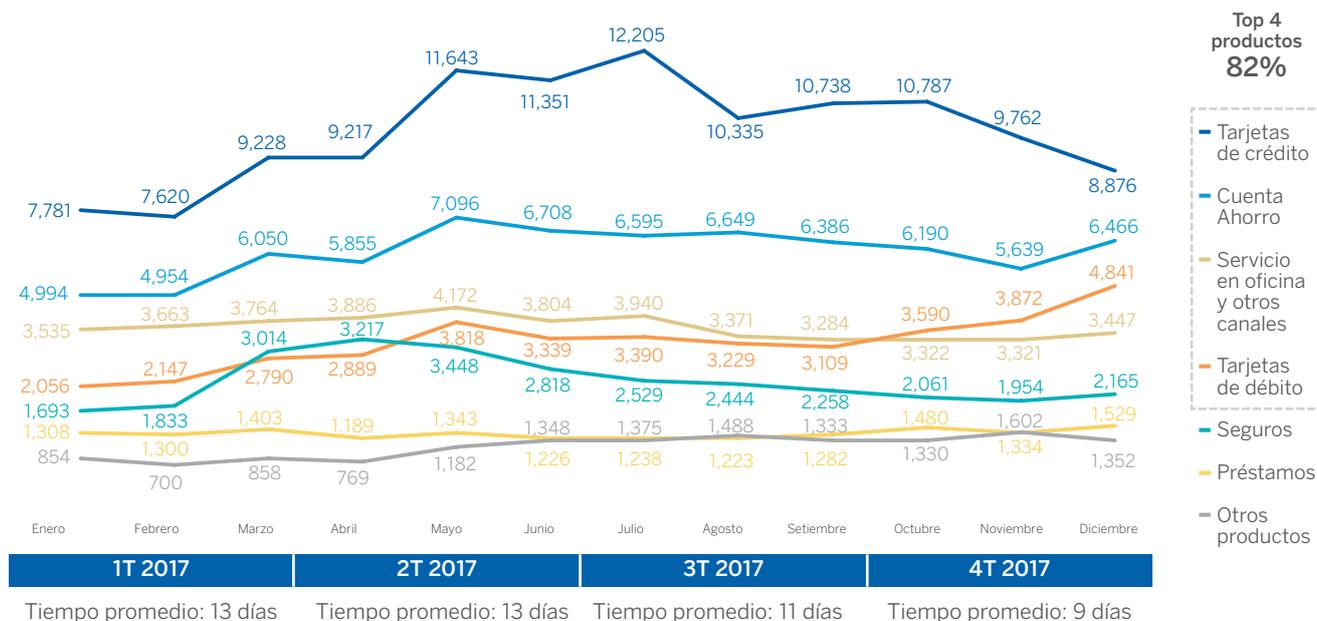
**Evolutivo de reclamos y solicitudes 2017**



**Promedio mensual:**  
 Reclamos 27,932  
 Solicitudes 10,982

**Definición**  
 Reclamo vs Solicitud

## Reclamos por producto



## 4. Protección del cliente

G4-PR1, G4-PR8

BBVA Continental tiene definido un conjunto de medidas de seguridad y monitoreo para prevenir la ocurrencia de incidentes de ciberseguridad y fraude. La clave está en detectar oportunamente toda posible amenaza y adoptar acciones rápidas que mitiguen cualquier daño a la organización.

En el 2017, como Grupo, en BBVA Continental se empezó a implementar un plan de prevención, preparación, respuesta y recuperación de ciberseguridad para fortalecer las medidas de control ante ataques de esa índole. La gestión del fraude se enfocó en la mejora de procesos y la incorporación de nuevas tecnologías que optimicen los niveles de detección y prevención y reduzcan el riesgo de potenciales pérdidas.

Como proyecto principal destaca el despliegue de agentes específicos de ciberseguridad en todas las estaciones del Banco, lo que permite aislar cualquier equipo que muestre actividad sospechosa.

Además, durante el 2017 se realizaron revisiones a las empresas extendidas para validar el cumplimiento de las medidas de seguridad exigidas por BBVA.

De otro lado, el programa Gestión de Continuidad del Negocio, también ejecutado en el 2017, busca salvaguardar los intereses de los clientes y demás grupos de interés ante la eventualidad de una interrupción grave en las operaciones, así como preparar al personal para una respuesta adecuada. El Banco cuenta con un Plan de Gestión de Crisis y planes de respuesta específicos, que son revisados y optimizados anualmente con la participación de la alta dirección, gerencias, personal y proveedores. Al cierre del año BBVA Continental logró la certificación ISO 22301:2012, en mérito al alineamiento de sus procesos de gestión de continuidad del negocio con los más altos estándares internacionales.

Finalmente, en coordinación con la Asociación de Bancos (Asbanc) y la SBS, en agosto se realizó una prueba sectorial bajo el escenario de un terremoto de magnitud 8,5 grados Richter en Lima.

**El plan de protección al cliente implementado en el 2017 incluyó el despliegue de agentes de ciberseguridad en todas las estaciones del Banco, de forma de aislar todo equipo que muestre actividad sospechosa.**

Durante el 2017 se presentaron 691 reclamaciones suprabancarias y 50 reclamaciones bajo el motivo SBS "Difusión de información de operaciones sin autorización del usuario".

## 5. Soluciones centradas en personas

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

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

### Inclusión financiera

FS13, FS14

Desde febrero del 2016 BBVA Continental, en alianza con la Asbanc, lanzó BIM (Billetera Móvil), una nueva propuesta de pagos móviles basada en un modelo interoperable entre todos los bancos del sistema. Un modelo único a nivel mundial.

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

Al cierre del 2017 el sistema contó con 25 entidades financieras participantes, 480 mil usuarios registrados y más de dos millones de transacciones realizadas, lo cual representa un crecimiento a nivel transaccional de 1,900% en comparación con el 2016. El potencial demostrado por el segmento hace que BBVA Continental continúe empeñado en fomentar en el 2018 nuevas funcionalidades en él, que le permitan mantener su liderazgo –42% de participación al cierre del período anterior– en el mercado de transacciones con Dinero Electrónico.

Para potenciar y promocionar el uso del canal BIM, el Banco implementó la opción de recarga en Banca por Internet, Banca Móvil y Agentes Express, así como la de retiro en ATM.

**Para diciembre del 2017, el sistema Billetera Móvil contaba con 25 entidades financieras participantes, 480 mil usuarios registrados y más de dos millones de transacciones realizadas, un incremento transaccional de 1,900% en comparación con el 2016.**

Datos de clientes del segmento de inclusión financiera

	2017	2016	2015
Número de clientes	909,251	880,477	597,647

### Acceso al ahorro con mayores beneficios

FS14

En el 2017 el Banco orientó su oferta de productos y acciones comerciales de acuerdo con las necesidades identificadas en cada cluster (grupo de clientes específicos).

En cuanto a los procesos, incrementó sus canales de apertura de cuenta de ahorros. Si ya desde el 2016 los clientes y no clientes de BBVA podían abrir una cuenta desde nuestra web pública, a partir del 2017, el cliente puede abrir sus cuentas desde la zona privada (Banca por Internet) de manera más rápida y sencilla, mejorando aún más su experiencia al respecto.

Los servicios para las cuentas de ahorro también recibieron un empuje creativo. En diciembre se lanzó BBVA Manager, una herramienta digital que le permite al cliente un mejor control de sus finanzas gracias a sus dos módulos clave: Mi Día a Día, con el que puede ver el detalle de sus ingresos y gastos, así como sus consumos con tarjeta de crédito y débito agrupados de manera automática por categorías; y Mis Metas, que le permite crear los planes de ahorro que desee, ya sea para comprar un auto, una laptop,

viajar, etc., con solo ingresar el importe que desea ahorrar mes a mes o indicar el importe total que requiere y en cuánto tiempo planea alcanzar esa meta.

Las campañas de Cuenta Ganadora se caracterizaron en el 2017 por el canje de entradas a los partidos de fútbol que permitieron la clasificación del Perú al Mundial Rusia 2018. Para el último de la serie sudamericana, Perú-Colombia, se permitió a los clientes tanto de Lima como de provincias el acceso a entradas sin necesidad de hacer colas o viajar a la capital para conseguirlas. La campaña Perú-Nueva Zelanda fue, además, la primera 100% virtual, ligada a la estrategia de digitalización del BBVA Continental. Los clientes y no clientes debían abrir sus cuentas desde la web o Banca por Internet y realizar el depósito del importe solicitado para participar en el sorteo de entradas para el decisivo partido. El 2017 se cerró con el anuncio del patrocinio a la Federación Peruana de Fútbol.

Por su parte, Cuenta Fácil presentó la campaña Premiamos tu Ahorro, en la que el Banco ofreció un bono inicial para que el cliente continúe abonando las cuotas mensuales que elija, generando así hábitos positivos de previsión.

Para quienes tenían mayores excedentes y buscaban mejores condiciones, los sorteos de súper tasa en depósitos a plazo resultaron bastante atractivos en el primer semestre del año. La cuenta CTS ofreció campañas periódicas para la captación de nuevos clientes y traslado de CTS de otras entidades, con tasas preferentes y premios diferenciados, además de trabajar en la fidelización de clientes. Asimismo, quienes recibían su sueldo con el Banco y tenían su CTS en BBVA Continental pudieron aprovechar de descuentos más atractivos mediante el programa de beneficios Mi Mundo.

Los resultados de estas y otras estrategias le permitieron al Banco crecer en saldos medios en el 2017 con respecto al 2016, en productos como Cuenta Fácil (11%), Cuenta Sueldo (9%), Cuenta Independencia (205%), los que a su vez generaron un incremento de 7.5% en el segmento ahorro de personas naturales. Además, la Cuenta CTS creció en 2.74%, y el Depósito a Plazo en 4.42%.

## Cajeros corresponsales

FS14

Al cierre del 2017 se contaba con más de siete mil cajeros corresponsales a nivel nacional, el 45% de ellos ubicados en provincias.

La expansión de este canal tiene como objetivo llegar a localidades y segmentos no atendidos por los canales tradicionales y fomentar así la inclusión financiera. La estrategia busca también captar nuevos puntos de atención en ubicaciones cercanas a las personas y ofrecer transacciones de valor agregado. En el 2017 se lanzaron las opciones de Adelanto de Sueldo y de compra de pasajes en Cruz del Sur, lo que permitió acceder a 2,000 puntos de venta y facilitaron al cliente la experiencia con este canal, haciendo que su uso sea recurrente.

**El Banco contaba, para fines del 2017, con más de siete mil cajeros corresponsales a nivel nacional, el 45% de ellos ubicados en provincias.**

Año	Número de puntos	Número de transacciones
2017	6,831	28,830,000
2016	10,358	29,806,296
2015	8,993	32,991,033

## Apoyo a Pymes

FS6

Durante el 2017 el Banco siguió impulsando la Banca de Negocios como plataforma para la atención de los pequeños empresarios con una oferta de productos y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de financiamiento más importantes de este segmento. El foco estuvo en mejorar la oferta de valor para el financiamiento de los activos corrientes, con plazos de hasta 18 meses. En el último trimestre se impulsó la formalización de estos productos a través de líneas de crédito.

Asimismo, se creó un nuevo canal online para las Pymes donde cualquiera, cliente o no, puede solicitar cualquier producto de la Banca Negocios. La herramienta realiza una precalificación del interesado para luego pasar su solicitud a un ejecutivo Banca

Negocios, quien se contacta rápidamente con el solicitante y cierra la venta del producto solicitado.

Además, se lanzó el Pack Emprendedor, enfocado en capitalizar la cultura emprendedora del peruano. Orientada particularmente a los jóvenes, se les asesoró en el proceso inicial de consolidación de su negocio. El pack incluye la Cuenta Independencia de ahorros, libre y flexible, que no cobra mantenimiento y permite realizar retiros y depósitos ilimitados. Igualmente, se puso el POS móvil a disposición del cliente para facilitar sus procesos de cobro. Adicionalmente, el Banco firmó convenios con instituciones como CIDE PUCP y Emprende UP, que asesoran a emprendedores en su modelo de negocio y brindan cursos de gestión empresarial.

## Apoyo a particulares con necesidades especiales

### FS14

De inicios a mediados del 2017 diversas zonas del país fueron afectadas por el fenómeno de El Niño Costero. A raíz del impacto que tuvo este evento natural se creó un grupo de trabajo especial y multidisciplinario –que incluía producto, operaciones, riesgos y Call Center– encargado de elaborar un protocolo de atención para la reprogramación de cuotas de préstamos personales a los clientes residentes en las zonas afectadas, según sus necesidades. El proceso se realizó tanto en las oficinas del Banco en las localidades perjudicadas como mediante el Call Center.

De otro lado, desde febrero el Banco entró al negocio de Préstamos por Convenios, con descuento por planilla y de libre disponibilidad. Este tipo de préstamo le permite al Banco llegar a clientes de todos los sectores, pues tiene reglas más flexibles y plazos algo mayores que los de libre disponibilidad tradicionales. El pago se realiza a través de la empresa donde trabaja el cliente, que se lo descuenta de la boleta y lo abona en el Banco. Al cierre del 2017 se contaba con 14 convenios activos con empresas y un saldo de S/75 MM, y se proyecta llegar a 130 convenios en el 2018, con un saldo de S/350 MM.

### Vivienda y acceso al crédito hipotecario

S/2,626 MM

29.26%

Financiación de consumo

Cuota de mercado en el financiamiento de préstamos hipotecarios

BBVA Continental lideró el desarrollo del mercado inmobiliario en el 2017 al registrar un aumento neto de saldos de préstamos hipotecarios de S/ 720.7 MM, con lo que alcanzó los S/ 11,637 MM (6.19% más que el año anterior), es decir, una cuota de mercado de 29.26% para el cierre del año.

La apuesta del Banco es generar la mayor cartera de proyectos inmobiliarios –que suman más de 2,800 unidades a la venta en los distintos segmentos socioeconómicos, por un monto total aproximado de S/ 1,350 MM– y atender la demanda de los clientes, que esperan recibir un producto de calidad que cubra sus necesidades y expectativas. Gracias al esfuerzo realizado, BBVA Continental se ubicó como líder en la generación de Proyectos inmobiliarios disponibles al corte del tercer trimestre del 2017.

Asimismo, se lanzó la Calculadora Hipotecaria online, con la que el cliente puede descubrir en tres pasos si califica para un préstamo, obtener el monto de la cuota que pagaría, acceder a una oferta inmobiliaria segmentada en función de sus necesidades y continuar con la contratación del producto, siendo guiado en cada paso.

Se espera que en el 2018 el sector hipotecario recupere su dinamismo. Según el informe publicado por BBVA Research “Situación Perú, cuarto trimestre”, se evidencia una clara mejora del contexto internacional, se disipan los impactos negativos del fenómeno climatológico de El Niño Costero y las políticas fiscal y monetaria adquieren un tono más contracíclico. Con ello, la construcción está ganando tracción, mientras que el desempeño de los servicios y el comercio mejora. En consecuencia, se prevé que la economía peruana crecerá cerca de 4% en el 2018 y que, como resultado de esta situación macroeconómica,

**A raíz del impacto que tuvo el fenómeno de El Niño Costero, el Banco creó un grupo de trabajo especial y multidisciplinario que elaboró un protocolo de atención para la reprogramación de cuotas de préstamos personales a los clientes damnificados.**

las ventas de departamentos se incrementarán en no menos del 6%, debido en gran medida a las aportaciones de cuota inicial provenientes de los afiliados a las AFP para la adquisición de su primera vivienda y porque aún existe una demanda insatisfecha en la clase media, con una brecha que año a año se va ampliando. Durante el 2017 BBVA Continental mostró un crecimiento del 6.91% respecto a los saldos de su cartera hipotecaria y gracias al Big Data, el marketing digital y las estrategias no solo del Banco sino de las inmobiliarias a nivel digital y RR. SS., se proyecta un repunte del sector para el nuevo año.

## **Omnicanalidad**

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

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

Al cierre del 2017 el Banco contaba con una red de 354 oficinas (Banca Minorista, Banca Mayorista y Banca Patrimonial) y 1,947 cajeros automáticos (cajeros dispensadores y cajeros multifunción).

Sus principales canales directos son:

### **Banca por Internet**

La página web de BBVA Continental ([www.bbvacontinental.pe](http://www.bbvacontinental.pe)) recibió en el 2017 aproximadamente 40 millones de visitas y registró más de 370 millones de transacciones en Banca por Internet.

El Banco cuenta con 5.5 millones de clientes activos, de los cuales alrededor de 1,6 millones son usuarios de la banca on line.

### **Banca Móvil**

La permanente evolución de la app Banca Móvil (85% en dispositivos Android, 15% en iPhone) ha permitido la realización de 990 millones de transacciones desde ese tipo de dispositivos.

Durante el 2017 se potenció la venta de nuevos productos en los canales digitales, por lo que al cierre del período tanto clientes como no clientes podían solicitar vía online apertura de cuentas, tarjetas de crédito, préstamos personales, préstamos hipotecarios, seguros vehiculares y SOAT.

Además, los clientes pueden desembolsar préstamos y adelantos de sueldo, suscribir fondos mutuos, contratar tarjetas, incrementar sus líneas de tarjetas de crédito, solicitar tarjetas adicionales y contratar seguros de protección de tarjetas desde Banca por Internet o Banca Móvil. También pueden abrir cuentas desde Banca por Internet sin necesidad de acercarse a una oficina o llamar por teléfono.

### **Agente Corresponsal**

Al cierre del 2017 había 2,000 Agentes Express, 58 Agentes Express Plus y 5,234 Agentes Kasnet, que en conjunto generan un total de 29 millones de transacciones.

### **Saldo Express**

En el 2017 este canal presentó alrededor de 7 millones de transacciones a través de 433 módulos operativos, lo que contribuyó a la migración de operaciones críticas y alivió la atención en ventanilla.

---

**Al cierre del 2017 el Banco contaba con una red de 354 oficinas (Banca Minorista, Banca Mayorista y Banca Patrimonial) y 1,947 cajeros automáticos (cajeros dispensadores y cajeros multifunción).**

## Cajero Dispensador

Con una red propia de 1,616 cajeros automáticos, el canal registró 120 millones de transacciones.

## Cajero Depósito

El Banco posee 331 cajeros depósito (multifunción), en los que se realizaron 10.8 millones de transacciones al cierre del 2017.

### Datos básicos de omnicanalidad

	2017	2016	2015
Cientes digitales (en miles)	470	321	550
Cientes móviles (en miles)	311	173	335

### Transacciones por canal

Canal	2017	2016	2015
Oficinas	3%	5%	7%
Cajeros automáticos	11%	16%	21%
Banca por Internet	27%	20%	18%
Banca Móvil – SMS	42%	37%	24%
Continental Net Cash	6%	9%	12%
Banca por teléfono	2%	2%	3%
Agente Express	2%	3%	5%
Débito Automático	1%	1%	1%
Módulo de saldos y operaciones	1%	1%	1%
POS (débito)	5%	7%	8%
	100%	100%	100%

### Canales de atención

Oficinas a nivel nacional	2017	2016	2015
Red Minorista	329	331	343
Banca Patrimonial	3	3	3
Red Banca Mayorista	22	22	24
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>356</b>	<b>370</b>

Cajeros automáticos y cajeros depósito	2017	2016	2015
Lima	1,343	1,210	1,197
Provincias	604	629	655
<b>Total</b>	<b>1,947</b>	<b>1,839</b>	<b>1,852</b>

Agentes Express + Agentes Express Plus + Agentes Kasnet + Agentes Western Union + FullCarga	2017	2016	2015
Lima	3,407	5,209	4,584
Provincias	3,885	5,149	4,370
<b>Total</b>	<b>7,292</b>	<b>10,358</b>	<b>8,954</b>
Variación	-30%	16%	60%

## Responsabilidad social / Instituciones públicas y privadas no lucrativas

### G4-EC8

Durante el 2017, Banca Institucional estuvo también presente, cooperando y apoyando iniciativas que van más allá de lo estrictamente comercial, en actividades de responsabilidad social necesarias para un país más inclusivo y solidario y que promueven actividades sanas y formativas, como el deporte o la educación.

#### **Apoyo al Centro Peruano de Audición, Lenguaje y Aprendizaje (CPAL)**

CPAL es la primera institución capaz de ofrecer en el Perú una atención integral para la prevención, diagnóstico y tratamiento en las áreas de audición, lenguaje, habla, voz y aprendizaje en niños, adolescentes y adultos, bajo un enfoque clínico-interdisciplinario. Su objetivo es brindar las mejores soluciones a las personas que presenten dificultades en alguna de estas áreas.

Para ampliar su capacidad de atención, BBVA le otorgó un financiamiento por S/ 16.9 MM, destinado a la construcción de su segundo local. Este préstamo cuenta con condiciones financieras especiales, lo que le permite a CPAL la tranquilidad para enfocarse en su tarea de integrar niños, adolescentes y adultos con necesidades especiales.

#### **Patrocinio a la Federación Peruana de Fútbol (FPF)**

BBVA Continental se ha convertido en patrocinador oficial de la FPF, con particular atención en el desarrollo de las divisiones menores y del talento de los jóvenes futbolistas del país. Con su apoyo, que se extenderá hasta el 31 de diciembre del 2022, el Banco se convierte en Patrocinador Plata de las selecciones nacionales de fútbol, Patrocinador Oro del torneo de menores Reto Regional Sub 14 y Sub 16 y Patrocinador del Plan Estratégico de Menores de la FPF.

Con la finalidad de promover la cantera del fútbol peruano, BBVA Continental aportará al presupuesto anual del Plan de Menores de la FPF. A cambio, el torneo Reto Regional, en el que compiten las selecciones Sub 14 y Sub 16, llevará su nombre durante los años que dure el convenio.

Asimismo, el Banco emitirá en el 2018 una tarjeta de débito de marca compartida (BBVA Continental y FPF) con la cual sus clientes disfrutarán de una serie de beneficios, como el acceso a preventa de entradas para los partidos de la selección mayor y activaciones especiales como Gold-Pass, que le permitirá al cliente compartir un full day con la selección y ver el entrenamiento en La Videna, con derecho a merchandising, catering, tomar fotos y una entrada a un partido del equipo nacional, y Charter-Pass, que incluirá un cupo en un Charter para viajar con la selección, entre otros. Además, el acuerdo permitirá la creación de un espacio digital exclusivo para que los usuarios adquieran merchandising de la FPF.

#### **Inversión responsable**

### FS7

#### **Fondo mutuo Leer es estar Adelante, FMIV**

El FMIV es un fondo de responsabilidad social en el que se obliga al inversionista a donar 1/10 de su cuota semestral a la Fundación BBVA y contribuir así al programa Leer es estar Adelante, que busca elevar los niveles de comprensión lectora en los niños que cursan del tercero al sexto grado en escuelas públicas.

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

El fondo invierte principalmente en instrumentos de alta calidad crediticia (AAA hasta AA- en el largo plazo, o CP-1 en el corto plazo) y arriesga hasta el nivel A- o CP-2.

---

**En el año en que Perú se clasificó al Mundial Rusia 2018, el Banco se convirtió en Patrocinador Plata de las selecciones nacionales de fútbol y Patrocinador Oro del torneo de menores Reto Regional Sub 14 y Sub 16, cuyos torneos pasarán a llamarse BBVA Continental.**

Adicionalmente, las inversiones que se realicen en el extranjero deberán contar con una clasificación de riesgo no menor de BBB- (BBB menos), con excepción de instrumentos que se negocian en el extranjero de empresas constituidas en el Perú, en cuyo caso podrá invertir en valores de clasificación de riesgo igual o mejor a BB- (BB menos).

Año	% Patrimonio	Patrimonio LEER US\$	Partícipes
2015	0.59%	19,019,021.15	179
2016	0.41%	14,610,504.90	142
2017	0.34%	14,061,617.29	132

### Acceso para colectivos con discapacidad

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

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

## b. El equipo

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

Una de las seis prioridades estratégicas de BBVA es "ser el mejor equipo". Esto supone atraer, desarrollar, motivar y retener a los mejores empleados, a los que se les proporciona la más óptima experiencia de trabajo. Para ello se impulsa una nueva cultura, con novedosas formas de trabajo y estructuras más horizontales, y se implementa un nuevo modelo de compensación variable alineado con los objetivos estratégicos.

El equipo actual está integrado por 5,666 personas, distribuidas en 23 regiones. Por género, el 52% lo conforman mujeres, la edad media es de 35 años y su antigüedad dentro de la organización es, en promedio, de nueve años.

En el 2017, acorde con la reorganización de la estructura del Grupo, Talento & Cultura definió su rol como un área que debe apoyar al Banco en la consecución de sus objetivos estratégicos y crear una ventaja competitiva, por lo que debe busca emplear a profesionales de primer nivel, inspirados por el Propósito BBVA y que trabajen como un solo equipo.

Transparencia y consistencia son los dos pilares fundamentales en los que se basa la actuación de Talento & Cultura, por lo que ha definido tres principios básicos que guían esta:

- Cercanía al negocio: actuar como socios (business partners) del resto de las áreas.
- Foco en la ejecución: entregar nuevas soluciones, con compromisos de plazos concretos, basadas en datos y enfocadas en hacer las cosas sencillas.
- One Team: trabajar como un solo equipo, de manera transversal entre geografías y sin "cotos" funcionales.

**En el 2017 se impulsó una nueva cultura para "ser el mejor equipo", con novedosas formas de trabajo y estructuras más horizontales, a la vez que se implementó un nuevo modelo de compensación variable alineado con los objetivos estratégicos del Banco.**

#### Datos básicos del equipo BBVA Continental

	2017	2016	2015
Número de empleados	5,666	5,570	5,392
Antigüedad media (años)	9.2	9.5	9.67
Edad media (años)	35	35	35.05
Diversidad (% mujeres)	52	52	50.8
Rotación (%)	18.2	18.1	15.8

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

	2015				2015				2015			
	Edad media	<25	25-45	>45	Edad media	<25	25-45	>45	Edad media	<25	25-45	>45
Edad media	35	15.8	67	17.2	35	16.34	65.89	17.77	35.05	16.5	65.6	17.9

### Antigüedad media de los empleados, por género (años)

	2017	2016	2015
Antigüedad media	9.2	9.5	9.67
Hombres	10.2	10.5	10.8
Mujeres	8.3	8.5	8.5

### Empleados por categorías profesionales y áreas geográficas

	2017		2016		2015	
	Número de empleados	% plantilla del área geográfica	Número de empleados	% plantilla del área geográfica	Número de empleados	% plantilla del área geográfica
Equipo gestor <sup>(*)</sup>	87	1.5	93	1.7	95	1.8
Mandos medios	1,194	21.1	1,181	21.2	1,157	21.4
Especialistas	1,441	25.4	1,322	23.7	1,186	22
Fuerza Ventas	1,304	23.0	1,345	24.1	1,370	25.4
Puestos Base	1,640	28.9	1,629	29.2	1,584	29.4

(\*) Comité de Dirección y gerentes de unidad.

## 1. Selección, formación y desarrollo

### Selección

G4-LA1, G4-LA9, G4-11

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

La capacidad institucional de atracción del talento queda de manifiesto en los 24,109 currículos recibidos durante el 2017 y en las 1,061 altas por incorporación al Banco. El 42% de la plantilla está conformado por jóvenes menores de 30 años.

El Banco utiliza diversas fuentes de reclutamiento:

- Portal de Empleo BBVA.
- Ferias laborales (en formato presencial y virtual).
- Charlas en diversos centros de estudio.
- Eventos de Networking en comunidades especializadas (Agile, UX, Architecture, entre otras).
- Presencia en redes sociales.

Como parte de las herramientas de evaluación, se dispone de una plataforma online corporativa que permite la gestión y aplicación de pruebas. En el 2017 se alcanzó un total de 5,070 profesionales evaluados y 1,061 ingresos.

**La capacidad de BBVA Continental para atraer al talento se reflejó en el 2017 en los 24,109 currículos recibidos y en las 1,061 incorporaciones.**

## Formación y desarrollo

### G4-LA11

Durante el 2017, la formación en BBVA se caracterizó por responder directamente a las necesidades del negocio y por brindar conocimientos de vanguardia que responden a la transformación digital que se viene aplicando.

Durante el año, la inversión en desarrollo de personas ascendió a S/ 5,715,000, con una media de 53 horas por profesional. El 70% de la capacitación se realizó a través de los canales online y el 30%, de manera presencial. En general, el nivel de satisfacción de los colaboradores arrojó un puntaje de 4.52 sobre 5.00.

#### Datos básicos de formación en BBVA

	2017	2016	2015
Inversión en formación (en miles de soles)	5,715,000	6,207,000	4,896,000
Inversión en formación por empleado (en miles de soles)	990	1,114	740
Horas de formación por empleado	53.96	53.39	53.40
Satisfacción de la formación (sobre 5)	4.52	4.29	4.51
Empleados con formación (%)	95.73	92.64	98.56

La oferta, en línea con los proyectos estratégicos, toma un rol clave en este momento de transformación del Banco. En tal sentido, a lo largo del año se desarrollaron competencias para instaurar una Cultura Agile que impacte directamente en el éxito de los nuevos equipos Scrums, unidades de trabajo multidisciplinarias y ágiles que, con total autonomía y empoderamiento, llegan a resultados sobresalientes en solo dos o tres semanas.

La era digital implica una gestión del conocimiento mucho más rápida, flexible y con gran efectividad en cuanto a sus contenidos. Así, en el 2017 se puso al alcance de todos los colaboradores acciones como:

**Formación para la transformación digital y “Semana de la Transformación Digital”:** La transformación digital fue el contenido de una serie de charlas y talleres que, mediante cursos internos y externos de Agile, UX, Fintech, Blockchain, Big Data, Kanban e Innovation Games, permitieron sensibilizar a unos y reforzar a otros en los temas que ayudan a apalancar la gran estrategia del Banco. Por su parte, la primera edición de la “Semana de la Transformación Digital” fue una gran oportunidad para que los colaboradores conozcan libremente las tendencias que se están implementando en el Grupo.

**Design Thinking:** Desde el Holding se estableció la prioridad de este tema para cambiar la forma en que se trabaja y se solucionan los problemas. Contó con talleres express y avanzados que incluían la formación de “embajadores” encargados de difundir y explicar la metodología. Se contó con el apoyo de expertos locales de consultoras destacadas y de universidades, así como del equipo de Diseño Corporativo.

**Formación en Red de Oficinas:** Con la finalidad de que el colaborador que asume una nueva posición pueda desempeñarse con éxito en sus funciones, se desarrollaron programas de introducción, tanto para la línea comercial como para la operativa, buscando formar a los participantes en temas de productos, herramientas y procesos que los preparase en su promoción. En el 2017, en línea con la estrategia del negocio, se desplegó para los líderes y ejecutivos comerciales de la Red de Oficinas la Formación en Captación de Pasivos, con el objetivo de que desarrollen habilidades para aumentar la captación de recursos. Por otro lado, continuó la dinámica de formación que dirigen los gerentes de oficina a través de la generación de Comunidades Colaborativas en Red, mediante las cuales se promueve compartir el conocimiento y las buenas prácticas entre los equipos. Finalmente, el Modelo Formativo amplió su alcance en los procesos de inducción para el perfil comercial, por lo que también los colaboradores seniors integran el componente formativo en el puesto de trabajo.

**En el 2017 las actividades de capacitación y desarrollo profesional supusieron para el Banco una inversión de S/ 5,715,000, con una media de 53 horas por colaborador -el 70% de ellas se realizaron por los canales online y el 30%, de manera presencial- quien calificó con 4.52 sobre 5.00 su nivel de satisfacción.**

Durante el 2017 se continuó con la Certificación de Riesgos Crediticios, la cual busca potenciar el conocimiento y empoderamiento de los gerentes de oficina para la correcta gestión del riesgo, así como lograr mayor eficiencia en el análisis y toma de decisiones crediticias.

Con la finalidad de consolidar al gerente de oficina como líder formador, se prosiguió con los "Sábados de Formación", espacios donde, una vez al mes, este comparte con su equipo un tema comercial y de riesgos, sobre la base de un material desarrollado por el equipo de formación. Este proceso permite asegurar el conocimiento oportuno de los nuevos productos y de las campañas, así como reforzar y actualizar el conocimiento en diversos temas de riesgos.

Un pilar fundamental de las actividades formativas lo constituyen los facilitadores internos, con quienes en el 2017 se trabajó un modelo de certificación que incluyó módulos formativos orientados a brindarles herramientas prácticas que les permitan perfeccionar el diseño y despliegue de sus sesiones de clase.

El área de Corporate & Investment Banking (CIB) se enfocó principalmente en impulsar el conocimiento en innovación y transformación, para lo cual ejecutó el Programa de Innovación y Transformación Digital CIB, por el cual, mediante casos de estudio concretos, se aplican los conceptos de Digital Mindset, Digital Tools, Customer Experience con Design Thinking y metodologías ágiles. También se evaluaron las nuevas tendencias que están cambiando la forma en que las organizaciones generan y entregan valor, aplican principios Agile y de Design Thinking para manejar el cambio de cultura dentro de un proceso de transformación digital, y desarrollan el framework de transformación digital que considere las etapas de investigación, diseño, aplicación y medición.

Del mismo modo, se desarrollaron charlas masivas, con tendencia al formato digital, para todos los perfiles del área.

Para el área de Banca Empresa e Instituciones, la formación estuvo enfocada en el colectivo de gerentes y ejecutivos en finanzas y gestión del riesgo con un enfoque casuístico. Asimismo, se diseñaron, para cada puesto y nivel, programas integrales que desarrollaron a nivel teórico y práctico temas como riesgos, negocio, prevención de fraude y habilidades.

Con el objetivo de mejorar la experiencia de los participantes y optimizar la ejecución en las diferentes etapas de las actividades formativas, se trabajó en el desarrollo de una plataforma tecnológica que permitirá que los colaboradores gestionen sus actividades de formación presencial (confirmar asistencia, rendir evaluaciones y responder encuestas) mediante la utilización de una aplicación móvil.

Otro aspecto importante para el desarrollo profesional es la realización de un proceso anual de catalogación, que evalúa el desempeño de cada colaborador durante ese período mediante la asignación de escalas que describen su desenvolvimiento.

#### G4-LA11

Previamente, se estableció que cada jefe debe comunicar de forma transparente el resultado obtenido, lo que propicia la confianza de los equipos y contribuye al compromiso del jefe de trabajar en la mejora continua del desempeño de los colaboradores a su cargo, bajo la premisa de ofrecer una línea de carrera adecuada.

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

---

**En el año que ha concluido, el área de Corporate & Investment Banking (CIB) ejecutó el Programa de Innovación y Transformación Digital CIB, que permite aplicar los conceptos de Digital Mindset, Digital Tools, Customer Experience con Design Thinking y metodologías ágiles.**

## Dimisiones voluntarias de la plantilla (turn-over<sup>(\*)</sup>) y distribución por género (%)

Tasa de rotación sobre total de plantilla	2017		Tasa de rotación sobre total de plantilla	2016		Tasa de rotación sobre total de plantilla	2015	
	Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres
18.2%	17.7%	18.6%	18.1%	17.3%	18.9%	15.8%	15.7	15.9

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

## Altas de empleados<sup>(\*)</sup>

	2017	2016	2015
Altas de empleados	1,061	1,065	843

(\*) Se incluyen las altas por consolidaciones.

## Bajas de empleados

Jubilaciones y prejubilaciones	2017	2016	2015
Bajas incentivadas	135	87	69
Bajas voluntarias (dimisiones)	405	331	300
Otras	425	469	503

## 2. Diversidad y conciliación

La diversidad en el personal es clave para la creación e implementación de propuestas de valor en los proyectos del Banco. Asimismo, la integración es uno de los pilares en el ambiente laboral. Por ello, se propicia la participación e incorporación de hombres y mujeres competentes desarrollada de forma equitativa en los puestos de trabajo asignados y a través de las oportunidades que brinda la empresa. De esta forma, la presencia de la mujer se convierte en esencial para BBVA Continental, con una participación del 52% en la plantilla y del 31% en el Comité de Dirección y las gerencias de unidad.

En el 2017 se prosiguió con el desarrollo de las diez iniciativas corporativas concebidas en el Plan Global de Diversidad lanzado en el 2010 y ampliado en el 2014, centrado en tres vectores:

- Maternidad
- Desarrollo profesional
- Sensibilización

Como parte del fomento de la diversidad y conciliación, el Banco brinda oportunidades de incorporación laboral a personas con discapacidad, en permanente comunicación con los organismos que fomentan la igualdad de oportunidades, como el Consejo Nacional para la Integración de las Personas con Discapacidad (Conadis) y el Ministerio de Trabajo. De manera interna, coordina con ellas los requerimientos de mobiliario de trabajo a través del médico ocupacional y del equipo de asistentes sociales.

**El Banco prosiguió en el 2017 con el desarrollo de las diez iniciativas corporativas concebidas en el Plan Global de Diversidad, centrado en tres vectores: maternidad, desarrollo profesional y sensibilización.**

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

	2017		2016		2015	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Equipo gestor <sup>(*)</sup>	69%	31%	74%	26%	73%	27%
Mandos medios	55%	45%	54%	46%	56%	44%
Especialistas	55%	45%	51%	49%	51%	49%
Fuerza de ventas	42%	58%	44%	56%	45%	55%
Puestos base	42%	58%	44%	56%	46%	54%

(\*) Comité de Dirección y gerentes de unidad.

## Empleados por tipo de contrato y género (%)

	2017			2016			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Fijos o indefinidos a tiempo completo	40.4	39.6	80.0	40.61	40.41	81.02	41.28	40	81.29
Fijos o indefinidos a tiempo parcial	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	0.02	0.02	n.a.	0.02	0.02
Temporales	8.0	12	20	7.88	11.08	18.96	7.9	10.79	18.69

n.a.: No aplica.

## Diversidad en el Comité de Dirección y entre gerentes de unidad

G4-EC6

Nación	Total
Italia	1
España	5
México	1
Perú	79
Ecuador	1
<b>Total</b>	<b>87</b>

•El 1.5% de la plantilla corresponde a altos directivos (Comité de Dirección y gerentes de unidad).

•Se entiende por altos directivos a los gerentes de primera y segunda línea.

## 3. Compensación y remuneración

G4-52, G4-LA13

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

Este modelo atiende a los siguientes principios:

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

**Recompensar el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional, asegurar la transparencia en la política retributiva y garantizar que no existan diferencias retributivas por género son tres de los principios que rigen la compensación y remuneración en el Banco.**

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

G4-LA13

La retribución se compone de dos partes claramente diferenciadas:

- **Compensación fija**, que se establece al considerar el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional del colaborador, con lo que se fija una referencia salarial para cada función.
- **Compensación variable**, que recompensa la creación de valor en cada una de las unidades que integran el Grupo, remunerando las aportaciones individuales, las de los equipos y la agregación de todas estas aportaciones. Está orientada a recompensar el logro de resultados individuales, grupales y organizativos, medidos con diversos indicadores.

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

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

## 4. Condiciones laborales

G4-11, G4-LA5, G4-HR4

BBVA Continental persiste en el desarrollo de condiciones adecuadas de trabajo, para lo que fomenta la formación, integración y calidad de vida del colaborador y de su familia. En ese sentido, a lo largo del 2017 se gestionaron diversas actividades para los colaboradores y sus familiares enfocadas en retribuir y valorar el aporte del colaborador al Banco.

En la gestión del área de Bienestar se desarrollaron programas y actividades a partir de las siguientes premisas:

- Mejorar el bienestar del colaborador y de su familia
- Prevenir la salud y calidad de vida del colaborador
- Potenciar los beneficios y facilidades existentes para el colaborador
- Difundir el importante portafolio de beneficios que el Banco ofrece a sus colaboradores

Asimismo, se cuenta con el portal de beneficios “Disfruta BBVA”, un espacio digital que brinda información de los programas de descuentos y beneficios corporativos exclusivos para los colaboradores y sus familiares. Para proporcionar un fácil acceso a estos beneficios y mejorar la calidad de vida del personal, se ha desarrollado la aplicación móvil de este portal, que desde su puesta en marcha presenta una media mensual de 3,000 visitas.

Conforme a las disposiciones de ley, el Banco mantiene un constante diálogo con los representantes del Centro Federado de BBVA y apuesta por la negociación colectiva para alcanzar el consenso entre ambas partes. Todos los empleados están cubiertos por los convenios colectivos. La junta directiva de la representación sindical es elegida por sus asociados para un período de dos años.

G4-11

---

**El Banco desarrolló, a lo largo del 2017, una serie de actividades para retribuir y valorar el aporte del colaborador, enfocadas en la formación, integración y calidad de vida de este y de su familia.**

## Datos básicos de salud laboral

G4-LA5

	2017	2016	2015
Número de gestiones técnico-preventivas	33	286	300
Acciones preventivas para mejorar las condiciones laborales	132	899	502
Citaciones a exámenes de salud	1,404	83	6
Empleados representados en comités de salud y seguridad (porcentaje)	100%	100%	100%
Tasa de ausentismo	1.1%	1.27%	1.25%

## Encuesta Gallup Q12

En octubre del 2017 se realizó, por segundo año consecutivo, la encuesta Gallup Q12, que en esta oportunidad alcanzó el 91% de participación de los colaboradores, con lo que superó el índice del año anterior.

El sondeo busca medir y analizar el nivel de compromiso de los colaboradores, así como fomentar la mejora continua de este a través de planes de acción en todos los niveles de organización del Grupo BBVA. Su enfoque está puesto en contar con colaboradores cada vez más integrados y motivados en su rol de trabajo, bajo la gestión de liderazgo de sus respectivos jefes de equipo.

De otro lado, si bien la medición del compromiso se refleja en los informes de la encuesta, este se nutre principalmente de las reuniones de equipo que se realizan tras la publicación de los resultados. En tales encuentros, los miembros de equipo comparten sus principales necesidades como grupo, basadas en los pilares del compromiso reflejados en las preguntas Q12 de la encuesta, y sobre esa base diseñan planes de acción para fortalecer el compromiso de los colaboradores.

Debido a su gran impacto en la gestión del clima laboral, el área de Talento & Cultura promovió en el 2017 la activa participación de los líderes y sus equipos en la Gallup Q12, lo que logró duplicar las iniciativas propuestas como planes de acción para afianzar las relaciones personales y laborales en el día a día.

## 5. Voluntariado y social engagement

G4-S01

El Grupo BBVA cuenta con el respaldo de una política de voluntariado corporativo que le permite desarrollar proyectos de responsabilidad social en todos los países donde tiene presencia. Participar de estas instancias hace que el colaborador se sienta más integrado al plan de acción social del Banco.

El programa brinda al colaborador la oportunidad de conocer y comprender otras realidades del país, lo cual le permite desarrollar nuevas habilidades y capacidades para lidiar en contextos distintos, además de sensibilizarlo y comprometerlo con el plan de desarrollo de mejores servicios y productos para el país desde su lugar de trabajo. Adicionalmente, se debe resaltar el refuerzo de la autoestima y el orgullo de pertenencia a la empresa, lo que promueve la permanencia del talento en la organización.

Como empresa socialmente responsable, BBVA Continental incentiva y apoya el voluntariado en todos los aspectos. De esta manera, facilita los recursos necesarios a los colaboradores para la realización de acciones sociales. La base de trabajo en el 2017 continuó con la participación de los niños del programa Leer es estar Adelante, menores en situación vulnerable e instituciones vinculadas. Gracias a la labor de unos 50 voluntarios se alcanzó a beneficiar a unas 3,000 personas.

**Con el Programa de Voluntariado, el colaborador desarrolla nuevas habilidades y capacidades para liderar en realidades distintas, además de sensibilizarse con el desarrollo del país.**

Las actividades más destacadas en el año analizado fueron:

- Apoyo a la colecta de la Liga contra el Cáncer
- Visita al acuario Nautilus con los niños del programa Leer es estar Adelante
- Celebración de la Navidad con los niños del INABIF
- Celebración de la Navidad con los niños de Michiquillay, en Cajamarca
- Participación con niños de Manchay en clases de yudo
- Venta solidaria con participación de entidades a cargo de poblaciones vulnerables

Al cierre del 2017, Voluntarios BBVA contaba con 100 integrantes inscritos.

# Sociedad

## 1. Impacto social

G4-EC1

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

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

Más de

**5,5 MM**

de clientes en 23  
departamentos del país

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

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

**7,752**

accionistas particulares que recibieron S/ 683'564,782.11 por concepto de remuneraciones en efectivo.

- Apoya a las Pymes.

**8,233**

mil Pymes apoyadas o financiadas por BBVA Continental

**5,666**

empleados que recibieron S/ 421,293 MM en sueldos y salarios

**3,230**

proveedores que facturaron S/ 967 MM

**1,065 MM**

de soles en impuestos devengados y recaudados por la actividad de BBVA Continental

**6,320 MM**

de soles de financiación concedidos a Pymes, microempresas y autónomos

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

**498**

personas han participado en programas de educación financiera

**90%**

de fichas de productos con criterios TCR

**1<sup>er</sup> banco**

en índice de recomendación (IRENE)\*

**1<sup>er</sup> lugar**

en NetTCRscore\*

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

**909,251**

personas favorecidas por la inclusión financiera

**1.9 MM**

de personas beneficiadas por la Fundación Microfinanzas BBVA

**1,178 MM**

de euros en microcréditos concedidos por la Fundación Microfinanzas BBVA

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

**781,000**

clientes gestionan sus finanzas a través de medios digitales

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

**4,447,233.66**

de soles destinados a programas sociales, el 0.32% del beneficio atribuido

**14,474**

beneficiarios del programa becas de integración

**3,992,256**

de soles destinados a programas de la Fundación BBVA Continental

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

**15%**

de reducción del consumo de agua

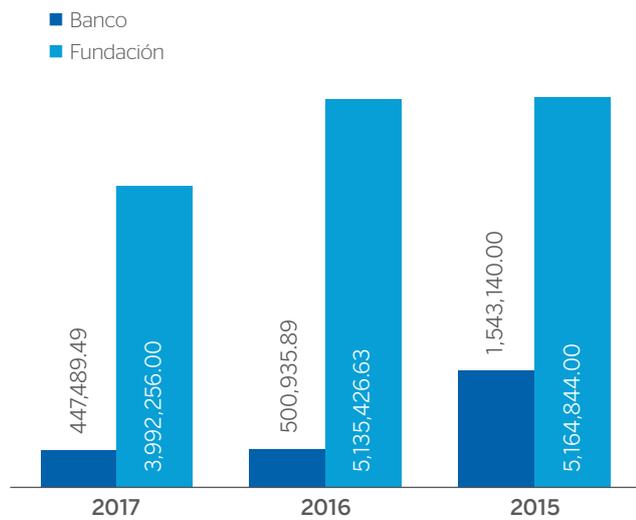
**35%**

de la planilla trabaja en edificios con certificación ambiental

\*De acuerdo con el estudio realizado por IZO, BBVA Continental tiene el nivel de recomendación más alto del mercado y se encuentra por encima del segundo puesto por 1.8%, que considera un margen de error de 2% del estudio de Índice de Recomendación Neta (IRENE). Asimismo, se incrementó en 10% en comparación al año anterior.

## 2. Inversión en programas sociales

### Apoyo a la comunidad



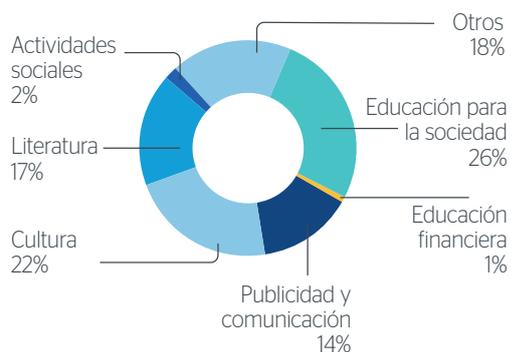
Fuente: BBVA Banco Continental.

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

	2017	2016	2015
<b>Por entidad</b>			
BBVA Continental	447,489.49	500,935.89	1,543,140.00
Fundación BBVA Continental	3,992,256.00	5,135,426.63	5,164,844.00
<b>Total</b>	<b>4,483,389.00</b>	<b>5,636,362.52</b>	<b>6,707,984.00</b>

En el 2017, la Fundación BBVA Continental realizó un aporte económico de S/ 3,992,256.00. De esta manera, mantuvo su apuesta por la educación con un porcentaje de 27% de la inversión.

### Inversión en programas sociales por prioridades estratégicas



## Construcción del nuevo hospital en Santiago de Chuco a través de Obras por Impuestos

G4-EC7

El nuevo hospital César Vallejo, en la provincia de Santiago de Chuco, región La Libertad, terminó de ser construido en diciembre del 2017 en el marco de la Ley N° 29230, llamada Ley de Obras por Impuestos. La inauguración oficial está prevista para el primer trimestre del 2018. BBVA Continental y Minera Barrick Misquichilca Perú formaron el consorcio que ha contribuido a la edificación y equipamiento del nosocomio, que será el más moderno de la región.

El nosocomio permitirá fortalecer la capacidad para la atención integral de salud en Santiago de Chuco, toda vez que se trata de un establecimiento de categoría II-1 que estará al servicio no solo de la población local sino que además será estratégico para las poblaciones aledañas de la sierra liberteña.

La construcción ha demandado una inversión superior a los S/ 36,121,882.81, monto que ha sido asumido en partes iguales por BBVA Continental y Minera Barrick Misquichilca.

**En diciembre del 2017 concluyó la construcción del nuevo hospital César Vallejo, en la provincia de Santiago de Chuco, región La Libertad, en el marco de la Ley N° 29230, Ley de Obras por Impuestos, por convenio entre BBVA Continental y Minera Backus Misquichilca.**

## 3. Educación financiera

Una de las líneas estratégicas del Plan de Negocio Responsable es la educación financiera, cuya ejecución está a cargo de la Fundación BBVA Continental. El propósito del plan es favorecer el desarrollo de habilidades que permitan a las personas tomar decisiones informadas para mejorar su bienestar en este tipo de temas y ser más conscientes de los riesgos y las oportunidades que existen.

Gracias al desarrollo de los talleres "Tu dinero, tu amigo", en los que participan colaboradores de empresas e instituciones, clientes y no clientes del Banco, se brinda información sobre los principales productos del sistema financiero: tarjetas de crédito, cuentas de ahorro y crédito hipotecario.

Los talleres, que tienen una duración de una hora y se dictan en cada una de las empresas que lo solicitan, permiten un acercamiento con el público al crearse un espacio de conversación y consulta entre los concurrentes y el disertante.

A lo largo del 2017 se realizaron 14 talleres, coordinados a través del área de Mundo Sueldo y con la participación de 498 personas integrantes de 10 empresas.

### Principales indicadores de educación financiera

	2017	2016
Número de beneficiarios por el programa global de educación financiera	498	1464
Adultos	498	1464
Número de talleres de educación financiera	14	55

## 4. Emprendimiento

### Fundación Microfinanzas BBVA

G4-EC8

En el marco de su compromiso con la inclusión financiera, en el 2007 se creó la Fundación Microfinanzas BBVA<sup>(\*)</sup>, una entidad sin ánimo de lucro cuya misión es promover por medio de finanzas productivas el desarrollo económico y social, sostenible e inclusivo, de las personas vulnerables. El modelo ofrece a emprendedores desfavorecidos una atención personalizada, al acercar a sus hogares o empresas una completa gama de productos y servicios bancarios, sumada a la asesoría y capacitación necesaria para la administración y gestión de sus pequeños negocios.

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

Desde su constitución, la Fundación ha desembolsado un volumen agregado de más de US\$ 10,000 millones a emprendedores de bajos recursos en América Latina para sus actividades productivas (2007-2017) y se ha convertido en una de las mayores iniciativas filantrópicas privadas en la región.

Durante el 2017, la Fundación, con más de ocho mil empleados, continuó trabajando para profundizar su labor en las zonas más necesitadas, atendiendo a casi dos millones de clientes. Más de la mitad de los emprendedores que atiende son mujeres, lo que contribuye de manera directa a reducir la desigualdad de género.

La misión y metodología de la Fundación han sido reconocidas en varias ocasiones por Naciones Unidas debido a su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de erradicación de la pobreza, igualdad de género, apoyo al crecimiento económico inclusivo y sostenible, entre otros. La Fundación Microfinanzas BBVA tiene estatus consultivo en el Consejo Económico y Social de Naciones Unidas (Ecosoc) y es miembro del Grupo Asesor del Sector Privado del Fondo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDG Fund) de Naciones Unidas. Este año la Fundación ha participado activamente en la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer (CSW61) en la sede de Naciones Unidas en Nueva York.

En el Perú, la Fundación Microfinanzas opera a través de Financiera Confianza, presente en todo el territorio peruano, y es la institución microfinanciera con mayor alcance rural. Con el objetivo de mejorar la calidad de vida de personas de bajos ingresos que tienen dificultades de acceso a la banca formal, ofrece productos y servicios financieros y no financieros adaptados a sus necesidades, así como educación financiera. Al cierre del tercer trimestre del 2017 atendía a 493,164 personas. Financiera Confianza también brinda educación financiera especializada a emprendedoras con su crédito grupal Palabra de Mujer.

En el 2018, la Fundación continuará en su empeño por profundizar, en su escala y alcance, una propuesta de valor ampliada que asegure el desarrollo y progreso de sus emprendedores, utilizando la innovación tecnológica y mejorando la eficiencia y los procesos.

---

**Durante el 2017, la Fundación Microfinanzas BBVA atendió a casi dos millones de emprendedores de las zonas más necesitadas; más de la mitad de ellos, mujeres, lo que contribuyó a reducir la desigualdad de género.**

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

## 5. Conocimiento, ciencia y cultura

### Educación para la sociedad

Los pilares en los que se sostiene la Fundación son el desarrollo y la promoción de programas educativos y culturales, dos compromisos que mantiene desde hace 44 años. En el campo de la educación, la Fundación ha logrado atender a más de 15,000 personas, tanto niños como adultos.

FS16

	2017		2016		2015	
	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos
Educación infantil y primaria	14,474	57,896	21,303	85,212	23,012	92,048
Formación para adultos <sup>(*)</sup>	591	n. a.	1,702	n. a.	168	n. a.
<b>Total</b>	<b>15,065</b>	<b>57,896</b>	<b>23,005</b>	<b>85,212</b>	<b>23,180</b>	<b>92,048</b>

(\*) En el 2017 este rubro estuvo conformado por los becarios de pregrado de la PUCP (16), los asistentes a los talleres de educación financiera (467) y el Patronato de la Universidad del Pacífico (108).

Las siguientes acciones destacan en el rubro de educación:

#### Programa Leer es estar Adelante

El programa Leer es estar adelante inició en el 2017 una etapa de retiro de las escuelas donde se viene implementando el programa desde hace 10 años. Para ello, adicional a la dotación de los textos escolares que se realiza a inicios de año y a las capacitaciones y acompañamientos que se brindan a los docentes, se entregaron dotaciones de diccionarios para apoyar el trabajo en aula y textos de la colección Adelante para reserva de las bibliotecas.

Con el aporte del Fondo Social Terminales Portuarios de Paita, se atendió a 5,146 alumnos y 156 docentes en 13 instituciones educativas de la región Piura, gracias a un convenio con un horizonte de tres años.

#### Presencia en la comunidad académica

El programa ha sido considerado como experiencia exitosa en América Latina y en el 2017 fue incorporado en la publicación Formación docente en el área de lenguaje: experiencias en América Latina, trabajo realizado por las investigadoras Silvia Romero y Soledad Concha, de la Universidad Diego Portales y de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí de México.

Asimismo, las investigadoras a cargo del programa publican constantemente en el repositorio del Instituto de Estudios Peruanos (IEP) artículos relacionados con él, sobre la base de los datos recopilados durante su trabajo de campo.

**Con el aporte del Fondo Social Terminales Portuarios de Paita, la Fundación atendió a 5,146 alumnos y 156 docentes en 13 instituciones educativas de la región Piura, gracias a un convenio con un horizonte de tres años.**

#### Principales indicadores del programa

	Inversión 2017	Número de becarios	Beneficiarios indirectos <sup>(1)</sup>	Número de voluntarios <sup>(2)</sup>	Número de aliados <sup>(3)</sup>
Perú	S/ 431,583.50	14,474	57,896	100	10

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

(2) Corresponde a los Voluntarios BBVA Continental.

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

De otro lado, en virtud de un convenio con la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), la atención a jóvenes estudiantes se cubre con becas de pregrado. Los 16 beneficiarios reciben becas integrales y cursan estudios en las carreras de Gestión y Alta Dirección, Ingeniería Industrial, Comunicación para el Desarrollo, Artes Escénicas, Diseño Gráfico y Economía.

El aporte de la Fundación en el campo de la educación también se ve reflejado en la atención a docentes de universidades públicas, a quienes se les brinda capacitación con los cursos que el Patronato de la Universidad del Pacífico dicta en la ciudad de Lima. Durante el 2017, el programa contó con 108 participantes.

- VII Curso de Didáctica e Investigación para profesores universitarios de Economía
- Estudio de Impacto del II Curso de Didáctica y Herramientas Financieras, Contables y Tributarias (segunda fase)
- IV Programa de Becas de Maestría en Gestión de la Inversión Social – Exbecarios PIE
- VI Conferencia Académica del PIE
- VI Concurso de Innovaciones Educativas
- Publicación de papers PIE Conferencias Académicas

### Fundación BBVA Banco Continental

La Fundación mantiene una presencia permanente en el desarrollo y promoción de actividades artísticas y culturales, en sus diferentes manifestaciones, mediante un nutrido programa de auspicios y patrocinios en varias regiones del país.

La Casa Tristán del Pozo, en la ciudad de Arequipa, es el símbolo del patrimonio arquitectónico nacional y centro de promoción del arte pictórico regional. Su sala de exposiciones “Pedro Brescia Cafferata” alberga una importante colección de acuarelas y pinturas al óleo de los principales representantes del arte del sur del país, lo que la hace una visita obligada para el turista nacional y extranjero.

Por tercer año consecutivo, la casa fue una de las sedes del Hay Festival, evento internacional que busca promover la cultura y generar el debate de ideas en los campos del arte y la ciencia.

Para esa tercera versión, el Hay Festival realizó también una visita itinerante por la ciudad del Cusco, siendo la Casa Cabrera, inmueble también administrado por la Fundación y sede del Museo de Arte Precolombino (MAP), uno de los espacios que acogió el encuentro.

Asimismo, la Casa Cabrera fue el escenario perfecto para la presentación de la primera etapa de remodelación del MAP, que comprende un replanteamiento de la museografía presentada en los paneles informativos de las diez salas que conforman el museo, la incorporación de elementos audiovisuales en el ingreso, que crean una atmósfera introductoria más atractiva para el visitante, y el desarrollo de un catálogo que reúne toda la información de las piezas que integran la muestra permanente.

En cuanto a la infraestructura, se realizaron trabajos de mantenimiento de la carpintería de metal y madera en ambas plantas del inmueble, así como mejoras en el mobiliario de la zona de ingreso.

De otro lado, la Casa de la Emancipación, en la ciudad de Trujillo, presentó su habitual calendario de actividades. Este espacio tiene como principal objetivo descentralizar la oferta cultural y ponerla al alcance de la población por medio de recitales de poesía, conciertos, presentaciones de libros, montajes teatrales para niños, cine y exposiciones de arte.

Casonas	Número de visitas anuales
Casa Tristán del Pozo – Arequipa	23,416
Casa de la Emancipación – La Libertad	94,637
Casa Jerónimo Luis de Cabrera – Cusco	24,893

### Cultura

La Fundación vio reforzada su presencia en la escena cultural con los patrocinios y auspicios de espacios como la sala “Luis Miró Quesada Garland” de la Municipalidad de Miraflores, el Museo de Arte Contemporáneo de Barranco y el Centro Cultural de la PUCP.

**La Fundación BBVA Continental mantuvo una presencia permanente en el desarrollo y promoción de actividades artísticas y culturales, tanto en la casas históricas que administra como en una serie de patrocinios en varias regiones del país.**

Por su parte, la sede institucional de BBVA Continental fue escenario de la exposición benéfica Noche de Arte, organizada por la United States Embassy Association, que durante cuatro días presentó 520 piezas de pintura, fotografía, grabado y escultura de 270 artistas nacionales.

La Fundación también auspició por segundo año consecutivo la Feria Internacional del Libro de Lima, donde se dieron cita más de 500,000 visitantes. La ocasión sirvió de plataforma para el concurso “100 años de Los Heraldos Negros”, que convocó a 2,000 participantes y cuyo ganador viajará en el 2018 a París para recorrer la ruta del poeta libertefío César Vallejo en la Ciudad Luz.

Como ya es habitual, la Fundación auspició la Temporada de Ópera y Zarzuela organizada en el Gran Teatro Nacional por la Asociación Cultural Romanza. “Libertad, amor y música”, como se llamó el espectáculo, contó con la participación de un destacado elenco de músicos y artistas nacionales y extranjeros.

El apoyo al teatro se centró en el auspicio a la Asociación Cultural de Artistas Unidos (ACAU), que presentó las obras “Matrimonio en juego”, “Testosterona” y “Lavar, peinar y enterrar”, y a Break Producciones, en sus obras “Bolognesi en Arica” y “Taller de reparaciones”.

### **Pensemos bien**

En el marco del manifiesto Pensemos bien, prosiguió el ciclo de charlas dirigidas al público en general con el objetivo de potenciar los conceptos de ciudadanía, tolerancia y respeto. En el 2017, junto con el colectivo “Peruana que se respeta”, la Fundación realizó tres charlas en tres ciudades del país (Lima, Arequipa y Cusco) donde se abordaron temas que buscan empoderar a las mujeres para que, frente a situaciones difíciles, puedan salir adelante y generar un cambio en sus vidas.

### **Auspicios y donaciones**

Un año más, la Fundación continuó con su programa de apoyo a las siguientes instituciones benéficas sin fines de lucro:

- Fundación Peruana de Lucha contra el Cáncer (Colecta “Ponle Corazón”)
- Asociación de Hogares Nuevo Futuro Perú
- Asociación Cultural D1 – Espacio La Victoria
- Fondo Social Michiquillay
- Hospital Militar (rehabilitación de pacientes del VRAEM)
- EsSalud

### **Actividades institucionales**

#### **G4-EC8**

BBVA Continental fue anfitrión del evento central por los diez años de la Fundación Microfinanzas BBVA, que reunió en la sede principal del Banco en Lima a especialistas, periodistas y altos funcionarios del sector público, como Cayetana Aljovín, en ese momento ministra de Desarrollo e Inclusión Social, y María del Socorro Heysen, superintendente de Banca, Seguros y AFP.

En la misma línea, BBVA Continental realizó la presentación del Índice de Prácticas Regulatorias para la Inclusión Financiera en América Latina, elaborado por BBVA Research. La investigadora principal del Centro para el Desarrollo Global, Liliana Rojas-Suárez, fue la expositora principal y se contó con la participación de Martín Naranjo, CEO de Financiera Confianza, entidad de la Fundación Microfinanzas BBVA, y Rolando Arellano, presidente del directorio de Arellano Marketing.

Otro evento organizado por BBVA Continental fue el encuentro “Coyuntura, reunión para ejecutivos”, que brindó a sus clientes información relevante vinculada a la reconstrucción nacional tras el fenómeno de El Niño Costero. El expositor central fue Pablo de la Flor, quien para entonces ocupaba el cargo de director ejecutivo de la Autoridad para la Reconstrucción con Cambios.

**En el 2017, la Fundación vio reforzada su presencia en la escena cultural con distintos patrocinios y auspicios de espacios, como los de la sala “Luis Miró Quesada Garland” de la Municipalidad de Miraflores, del Museo de Arte Contemporáneo de Barranco y del Centro Cultural de la PUCP.**

Por otra parte, el área de Corporate & Investment Banking de BBVA Continental ofreció a sus principales clientes seis almuerzos exclusivos con reconocidos líderes de opinión. Asimismo, se organizó en Lima el desayuno “Amnistía tributaria para la repatriación de capitales”, con la participación de la entonces viceministra de Economía, Claudia Cooper (luego titular del sector), y representantes de la SUNAT.

### **BBVA Research**

En cuanto a intercambio de conocimientos, la unidad BBVA Research Perú elaboró 28 publicaciones económicas durante el 2017, todas alojadas en su web y que generaron gran repercusión en diferentes medios de comunicación.

En total, el equipo de BBVA Research Perú participó en 240 intervenciones públicas sobre temas de análisis macroeconómico, financiero y sectorial. Desde una perspectiva geográfica, los documentos publicados cubrieron asuntos vinculados a las economías de Perú y Paraguay, así como a los impactos del entorno económico mundial sobre estos dos países. Todos los textos se redactaron en castellano, pero considerando el enfoque global de BBVA Research, algunos de ellos también se presentaron en inglés.

La revista Situación Perú, que aborda trimestralmente el análisis de la economía peruana y anualmente la de Paraguay, prosiguió tomando el pulso a los desarrollos de ambos países. Los informes elaborados por el equipo peruano se ofrecen de manera gratuita en la página web [www.bbvaresearch.com](http://www.bbvaresearch.com), con lo que aprovecha una nueva plataforma de publicación para cumplir su compromiso social y atender la transformación digital.

---

**La unidad BBVA Research Perú elaboró 28 publicaciones económicas durante el 2017, al tiempo que participó en 240 intervenciones públicas sobre temas de análisis macroeconómico, financiero y sectorial.**

## **6. Transparencia fiscal**

### **Estrategia fiscal**

En el 2015, el Consejo de Administración de BBVA acordó la aprobación de los “Principios corporativos en materia tributaria y estrategia fiscal”. Esta estrategia se enmarca dentro del sistema de gobierno corporativo de BBVA y establece las políticas, principios y valores que deben guiar el comportamiento del Grupo en materia tributaria. Tiene un alcance global y afecta a todas las personas que forman parte del Banco. Su cumplimiento es de gran importancia, dada la relevancia y el impacto que la tributación de una gran multinacional como BBVA tiene en las jurisdicciones donde está presente.

El efectivo cumplimiento de lo establecido por la estrategia fiscal es debidamente monitoreado y supervisado por los órganos de gobierno de BBVA. De acuerdo con ello, la estrategia fiscal de BBVA se articula sobre los siguientes puntos básicos:

- Las decisiones de BBVA en materia fiscal se encuentran ligadas al pago de impuestos, al tratarse de una parte importante de su contribución a las economías de las distintas jurisdicciones en las que realiza su actividad, alineando la tributación tanto con la realización efectiva de la actividad económica como con la generación de valor en las distintas geografías en las que está presente.
- El trabajo activo para la adaptación al nuevo entorno digital, también en materia fiscal, mediante la incorporación de la presencia virtual a la generación de valor y su consiguiente valoración.
- El establecimiento de una relación recíprocamente cooperativa con las distintas administraciones tributarias, sobre la base de los principios de transparencia, confianza mutua, buena fe y lealtad entre las partes.
- La promoción de una comunicación clara, transparente y responsable con sus distintos grupos de interés, sobre sus principales magnitudes y asuntos fiscales.

## Contribución fiscal total

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

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

### Contribución fiscal total

(Millones de soles)	2017	2016	2015
Impuestos propios	723	783	828
Impuestos de terceros	342	167	263
Contribución total	1,065	950	1,091

\*Tipo de cambio promedio durante el 2017: S/ 3.26.  
Alcance: Grupo BBVA.

## 7. Medio ambiente

G4-EN1, G4-EN3, G4-EN5, G4-EN6, G4-EN8, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19, G4-EN23, FS1

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

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

### Ecoeficiencia

La política medioambiental de BBVA Continental recoge el compromiso del Grupo respecto de la gestión responsable de los recursos naturales. La principal expresión de este compromiso es el Plan Global de Ecoeficiencia (PGE), que establece los siguientes objetivos para el período 2016-2020:

Objetivos con respecto a los resultados alcanzados del 2015:

- Reducción de 7% en las emisiones de CO<sub>2</sub>
- Reducción de 13% en el consumo de agua
- Reducción de 8% en el consumo de electricidad
- Un 35% del personal trabaja en edificios y oficinas con certificación ambiental
- Un 35% del personal trabaja en edificios con recogida selectiva

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

**El Informe Total Tax Contribution del Grupo BBVA representa un enfoque con visión de futuro, así como una clara correspondencia con la responsabilidad social corporativa, asumiendo una posición de liderazgo en la transparencia fiscal.**

**BBVA Continental ha suscrito los principales acuerdos internacionales de política medioambiental, como la Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI), los Principios de Ecuador, los Principios de Inversión Responsable (PRI) y el Pacto Mundial de Naciones Unidas.**

## Principales indicadores del PGE<sup>(1)</sup>

	2017	2016	2015
Personal que trabaja en edificios certificados (porcentaje) <sup>(2)</sup>	36%	43%	32%
Emisiones CO <sub>2</sub> por empleado (tn / empleado-año)	1.65	1.58	1.46
Consumo de papel por empleado (kg)	51.22	65.74	64.65
Electricidad consumida por empleado (MW-h / empleado-año)	5.29	6.457	6.633
Consumo de agua por persona (m <sup>3</sup> / empleado-año)	25.24	31.94	31.35

(1) Incluye únicamente a empleados del Banco.

(2) Sobre la base de las certificaciones ISO 140001 (Sede Central) e ISO 50001 (12 Oficinas de la Red), al considerar únicamente a empleados de BBVA.

Desde el 2014 y hasta la fecha, el Banco ha adoptado diversas medidas en el marco del PGE para la reducción de la huella ambiental que incluyen, entre otras, iniciativas para el consumo energético eficiente, implementación de energías renovables, utilización de nuevas tecnologías para el ahorro energético, auditorías energéticas en los edificios y racionalización de recursos para hacer más eficiente la infraestructura, dentro de un nuevo concepto de “oficina verde”.

### Iniciativas 2017

#### Electricidad

##### Proyectos de alumbrado con tecnología LED

- Oficinas con iluminación LED a diciembre del 2017 en las provincias de Lima y Callao: 100%.
- Ahorro en consumo kW en 207 oficinas: 532.84.
- Ahorro en consumo MWh mensual en 207 oficinas: 140.40.
- Ahorro mensual en 207 oficinas: S/66,132.

Este tipo de artefactos se integra al estándar de diseño de las oficinas de BBVA.

- A inicios de noviembre se autorizó ampliar el reemplazo de alumbrado con tecnología LED a 61 oficinas de la Red de Provincias en los departamentos de Ica, Tacna, Arequipa, Cusco, Tumbes, La Libertad y Lambayeque.
- Porcentaje de avance: 100% al cierre de diciembre del 2017.

##### Revisión de tarifas eléctricas y contratos

- Revisión de las tarifas eléctricas y consumos actuales en la Red de Oficinas mediante asesoría especializada. Informes completados en abril determinaron para algunas oficinas la posibilidad de optar por tarifas disponibles más convenientes, en tanto que en aquellas con consumos superiores al promedio se aplicará una revisión de sus instalaciones.
- Pruebas del proceso de envío de los recibos de luz (energía), escaneados en archivo digital, desde la Red de Sucursales hacia la Sede Central mediante el uso del BBVA Drive.
- Renegociación del contrato de suministro eléctrico de la Sede Central: se realizó una adenda al contrato con el suministrador actual, Statkraft, por lo que modificaron las condiciones de potencia contratada y facturación en moneda local de la potencia y se eliminó el concepto “potencia mínima facturable”.

#### Agua

##### Proyectos 2017

- Cambio a inodoros ecológicos: 189 oficinas en el departamento de Lima y Callao y 97 oficinas en provincias.

#### Residuos

De febrero a abril del 2017 se concentró la destrucción/picado de papel en la Sede Central, incluido el procedente del almacén general (de documentos) debido a que el contrato con el proveedor no contemplaba esta tarea. Por lo tanto, se aprecia un incremento del nivel de ventas de papel picado en el año.

**Entre las medidas adoptadas en el 2017 para hacer más eficiente la infraestructura, dentro de un nuevo concepto de “oficina verde”, estuvieron los proyectos de alumbrado con tecnología LED y la revisión de las tarifas eléctricas y el contrato con el suministrador.**

Además, el área de Inmuebles, junto con el Corporativo BBVA, programó en julio la adaptación a la norma ISO 14001:2015, así como el segundo seguimiento para mantener la certificación ISO 14001, con resultados positivos. Se espera la auditoría externa para renovar la certificación en el 2018.

En el 2018 se ejecutarán iniciativas que aporten al usuario un mejor conocimiento para discriminar los residuos.

## Locales certificados

### ISO 14001: Sede Central

- Se mantuvo la certificación, tras pasar la auditoría externa en julio del 2017.

### ISO 50001: Sucursales

- En julio se llevó a cabo la certificación de 12 sucursales con éxito y sin ningún indicador de “no conformidad” por parte de los auditores externos.
- Se inició la realización de un piloto en la oficina La Colmena que identificará las opciones para el concurso de colocación de analizadores de consumo de energía (que monitorean y permiten tomar decisiones respecto a la eficiencia energética) en las oficinas certificadas, con lo que se cumplió con el plan presentado a los auditores en el 2017 y se podrá pasar el primer seguimiento en julio del 2018.

## Gestión ambiental

	2017	2016	2015
<b>1. Consumo de agua</b>			
Total anual de agua consumida (m <sup>3</sup> )	141,162.53	174,840.47	169,013.00
Agua consumida por empleado (m <sup>3</sup> / empleado-año)	25.24	31.94	31.35
*El agua potable utilizada por el Banco no se reutiliza ni se recicla debido a que su suministro y control están a cargo de empresas concesionarias de servicios públicos.			
<b>2. Consumo de energía</b>			
Total anual de energía directa consumida (GJ) (gasóleo)	1,259.99	3066.48	1,747.32
Energía directa (gasóleo) por empleado (GJ / empleado-año)	0.23	0.56	0.32
Total de electricidad anual consumida (GJ)	106,423.82	127,247.74	128,752.51
<b>3. Consumo de papel</b>			
Total anual de papel consumido (tn)	288.52	359.974	348.605
Total de papel consumido por empleado (kg / empleado - año)	51.22	65.74	64.65
Total de tóneres consumidos (unidades)	0	0	44
Papel ecológico consumido (tn)	288.52	—	—
*El proceso de reciclaje de tóneres es derivado al proveedor, IRCSA, que se encarga de realizar el trámite de venta.			
<b>4. Gestión de residuos</b>			
Papel anual reciclado (primera etapa: picado) (kg)	47,555.00	20,315.00	17,202.00
Tóneres (kg)	0	370	615.85
Aparatos eléctricos y electrónicos (kg)	8,140.18	8,695.00	25,478.00
Papel ecológico consumido			
*El proceso de reciclaje de equipos electrónicos es derivado al proveedor, IRCSA, que se encarga de realizar el trámite de venta.			
<b>5. Emisiones atmosféricas</b>			
Total de CO <sub>2</sub> emitido (t)	9,236.39	8,630.20	7,883.08

## Emisiones atmosféricas

	2017
Alcance 1: Emisiones CO <sub>2</sub> (t) <sup>(1)</sup>	312.92
Alcance 2: Emisiones CO <sub>2</sub> (t) <sup>(2)</sup>	7,269.43
Alcance 3: Emisiones CO <sub>2</sub> (t) <sup>(3)</sup>	1,654.03

(1) Alcance 1: Emisiones derivadas del consumo de combustibles (GLP, diésel) y de vehículos propios del Banco.  
 (2) Alcance 2: Emisiones derivadas del consumo de electricidad.  
 (3) Alcance 3: Emisiones derivadas de vehículos rentados y de viajes de negocios de profesionales del Banco.

# Proveedores

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

BBVA considera a sus proveedores como parte fundamental de su modelo de negocio. Por este motivo, y en previsión de los posibles impactos que se puedan generar en los países en los que el Banco está presente, decidió que las relaciones con los proveedores se guíen no solo por la Política de Compras Responsables y por la Norma Corporativa para la Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios, sino también por el mismo Código de Conducta que el resto de la organización. Estos tres documentos establecen criterios que afectan tanto al proceso de homologación como a los pliegos de condiciones y contratos.

El traslado de los principios recogidos en el Código de Conducta a la función de compras se lleva a cabo mediante los principios de aplicación a los Intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento (IPA), que rigen para todas las unidades de cualquiera de las entidades que conforman el Grupo BBVA y vinculan a todo aquel que desarrolle su trabajo en cualquiera de las funciones que forman parte de dicho proceso.

BBVA Continental aspira a que los proveedores compartan los estándares del Banco en materia social y medioambiental, así como los valores impulsados por el Pacto Mundial de Naciones Unidas. En ese sentido, cuenta desde el 2012 con una política de compras responsables cuya finalidad es fomentar los aspectos sociales y medioambientales en relación con los proveedores.

En el marco de esta política, las actuaciones con los proveedores en el 2017 se enfocaron en:

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

## Datos básicos de proveedores

	2017	2016	2015
Número de proveedores <sup>(1)</sup>	3,230	2,832	2,501
Volumen facturado por proveedores (en millones de soles)	967	1,022	970
Número de proveedores homologados <sup>(2)</sup>	429	474	220

(1) Se considera a proveedores que han facturado al Banco. Considera el importe sin impuestos.

(2) Proveedores con homologación vigente al 2017.

El Banco suscribe contratos principalmente con proveedores de intermediación laboral, contratistas de obra, proveedores de tercerización de servicios y de compra de bienes, entre otros. Según el rubro, las compras se efectúan con proveedores locales y no domiciliados.

## 1. Gestión de proveedores

### Proceso de homologación

G4-LA16, G4-HR10, G4-S09

BBVA Continental realiza un proceso de homologación para los proveedores recurrentes, con mayores volúmenes de compras. Dicha homologación consiste en valorar su situación financiera, jurídica, laboral y reputacional, conocer sus capacidades técnicas básicas y validar que comparten los mismos valores que el Grupo en términos de responsabilidad social.

**Las relaciones con los proveedores del Banco se guían no solo por la Política de Compras Responsables y por la Norma Corporativa para la Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios, sino también por el mismo Código de Conducta que rige en el resto de la organización.**

El proceso permite, además, conocer si el proveedor cumple sus responsabilidades legales (normativa laboral o medioambiental, entre otras) y fomentar sus responsabilidades cívicas mediante las siguientes acciones:

- Cumplimiento de los principios sociales y medioambientales de la ONU
- Adopción de las medidas internas para garantizar la diversidad e igualdad de oportunidades en la gestión de recursos humanos
- Adopción de medidas para impulsar la salud y seguridad laboral y la prevención de incidentes y accidentes laborales
- Apoyo a la libertad de afiliación y negociación colectiva de sus trabajadores en todos los países en los que operan
- Posesión de algún código de conducta o política para evitar el trabajo forzoso, el trabajo infantil y otras vulneraciones de los derechos humanos en la propia empresa o en las de sus subcontratistas
- Posesión de algún código de conducta o política para evitar la corrupción y el soborno
- Participación o colaboración en actividades relacionadas con la cultura, el conocimiento científico, el deporte, el medio ambiente o sectores desfavorecidos, con medidas directas o donaciones, en colaboración con otras organizaciones o instituciones
- Contratación de personas discapacitadas
- Existencia de una política de responsabilidad corporativa en la empresa

A partir del 2017, el análisis de Riesgo Reputacional ha sido incluido en el proceso de homologación de proveedores para los países América del Sur. De este modo, el hub de compras evaluará, de forma centralizada, a todos los proveedores según los criterios de riesgo reputacional y susceptibles de homologación para determinar el nivel de riesgo que puedan representar para la región. Los beneficios de incluir el riesgo operacional son:

- Establecer una governance sobre la evaluación del riesgo reputacional desde el hub hacia los países sudamericanos para el fiel cumplimiento de esta variable dentro del proceso de homologación
- Reducir el riesgo reputacional para que no impacte negativamente en los grupos de interés de BBVA
- Establecer alertas y monitoreo continuo de los proveedores con potencial impacto en el riesgo reputacional
- Estandarizar la evaluación del riesgo reputacional a nivel sudamericano

El porcentaje de proveedores homologados es de 13.28%, los cuales concentran el 84.84% del total adjudicado.

	2017	2016	2015
Número de proveedores que pasaron por el proceso de homologación <sup>(1)</sup>	202	477	220
Compras a proveedores que participaron en el proceso de homologación (en porcentaje) <sup>(2)</sup>	6.25%	16.8%	9%
Número de proveedores que no superaron el proceso de homologación	24	3	7

(1) Proveedores evaluados por la certificadora.

(2) Se considera el porcentaje de proveedores homologados con respecto al total de proveedores que han facturado. (No se incluyen preferentes).

## Porcentaje de proveedores locales

G4-12

BBVA Continental mantiene el compromiso firme de contribuir al crecimiento económico y social de los países en los que está presente. Así, el 96.19% de sus proveedores es local y representa un 86.69% de la facturación total. En este sentido, proveedor local es aquel cuya identificación fiscal coincide con el país de la sociedad receptora del bien o servicio.

**A partir del 2017, el análisis de Riesgo Reputacional ha sido incluido en el proceso de homologación de proveedores para los países América del Sur, con lo que el hub de compras evalúa a los proveedores según los criterios de riesgo reputacional y susceptibles de homologación para determinar su nivel de riesgo.**

## Gestión de impactos

Dentro del proceso de compras se hace necesaria una correcta gestión de los impactos, tanto reales como potenciales, que una entidad como BBVA Continental pueda provocar. Para gestionarlos, el Banco dispone de una serie de mecanismos y normas: Política de Compras, Proceso de Homologación y la Norma Corporativa de Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios.

Estos impactos pueden ser:

- Impactos ambientales
- Impactos producidos por malas prácticas laborales llevadas a cabo en las empresas de los proveedores
- Impactos derivados de la ausencia de libertad de asociación
- Impactos en los derechos humanos (DDHH)
- Impactos positivos o negativos en la sociedad

## 2. Cadena de suministro

BBVA cuenta con Global Procurement System (GPS), una plataforma tecnológica global que da soporte a todas las fases del proceso de aprovisionamiento en el Grupo (presupuesto, compras y finanzas). La plataforma se encuentra operativa en España, México, Perú, Colombia, Chile, Argentina, Venezuela y la organización de compras regional de América del Sur (hub de Chile), que presta el servicio de compras al resto de países de esta región. GPS está integrada con la plataforma tecnológica de Adquira, un marketplace que permite la interacción online entre las empresas del Grupo y sus proveedores mediante el intercambio electrónico de documentos en un entorno colaborativo.

Se cubren así los principales escenarios del proceso de aprovisionamiento, desde la emisión de pedidos hasta el registro de facturas, incluida la facturación electrónica, con validez legal para España y México. Durante el ejercicio 2017 se amplió la funcionalidad del marketplace Adquira, lo que permitió a los proveedores gestionar online el intercambio documental y de información que da soporte al proceso de homologación, así como al mantenimiento de sus datos con BBVA.

**En el 2017 se amplió la funcionalidad del marketplace Adquira, lo que permitió a los proveedores gestionar vía online el intercambio documental y de información que sustenta el proceso de homologación.**

### Portal de Proveedores

El lanzamiento del Portal de Proveedores ha permitido a todo el Grupo relacionarse de forma electrónica con proveedores que actualmente no trabajan con el Banco y facilitar sus datos dentro de un entorno colaborativo. Esto ayuda para una mayor transparencia en los contactos con quienes desean brindar sus servicios a la entidad.

	2017	2016	2015
Plazo mediado a proveedores (número de días)	25	26	30

El plazo medio representa la diferencia entre la fecha de emisión del comprobante y la fecha de abono a la cuenta del proveedor. Este método de cálculo es el más exigente, pues el proveedor puede haber emitido su comprobante, pero sin presentarlo para efectuar el pago correspondiente. Para el 2018 se está revisando y adecuando la plataforma digital con el fin de mejorar este proceso.

### Encuesta de satisfacción de proveedores

Con la finalidad de medir el grado de satisfacción de los proveedores, BBVA Continental invita a quienes le proporcionan sus servicios a participar en una encuesta bienal.

	2017	2016	2015
Perú	n.a.	n.a.	82

# Crterios y estándares de la información

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

Desde el 2005, BBVA Continental elabora un Informe de Banca Responsable (IBR) que recopila la información sobre las diferentes actividades que se realizan en cada una de sus unidades de negocio. Para el presente informe se incluyen datos comparativos de los años 2015, 2016 y 2017. Si por algún caso se diera alguna modificación en los datos históricos debido a cambios posteriores en los indicadores, se acompañará la explicación respectiva.

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

Este informe ha sido elaborado siguiendo, completa y detalladamente, la Guía para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI G4) con su opción "exhaustiva", lo que garantiza un nivel exhaustivo en la información relativa a contenidos básicos, generales y específicos, así como en lo que respecta al suplemento financiero, del que se ha dispuesto información para su publicación. De otro lado, cabe señalar que la presentación de datos sigue la norma AA1000 APS de Accountability.

Este documento no consolida información social ni medioambiental de los negocios conjuntos, aspectos que se integran en las Cuentas Anuales por el método de la participación.

El informe incluye un análisis de materialidad que identifica los asuntos relevantes para BBVA y para sus grupos de interés, los que son tratados en diferentes apartados de este informe.

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

Asimismo, la información presentada toma en consideración los lineamientos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas e incluye las actuaciones de BBVA Continental que contribuyen a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Por último, cabe mencionar que el presente informe se complementa con la Memoria Anual 2017 del Banco y con la información publicada en el sitio web [www.bbvacontinental.pe](http://www.bbvacontinental.pe)

## Principios para asegurar la calidad de la información

Los principios para la elaboración del IBR 2017 se han adecuado, como ya se ha señalado, a las directrices de GRI G4, tanto en lo referente a la definición del contenido como a la calidad de la información. Estos principios son:

- **Participación de los grupos de interés.** BBVA Continental indica cuáles son sus grupos de interés y explica cómo han respondido a sus expectativas e intereses razonables.
- **Contexto de sostenibilidad.** El IBR 2017 presenta el desempeño de la organización en el contexto más amplio de la sostenibilidad, considerando la información disponible.
- **Materialidad.** El IBR 2017 aborda los aspectos concretos que reflejan los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización o que influyen de un modo sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.
- **Exhaustividad.** El IBR 2017 aborda los aspectos materiales y de cobertura que explican el impacto económico, ambiental y social de la actuación del Banco.
- **Equilibrio.** BBVA Continental incluye en su IBR tanto los aspectos positivos como los negativos derivados de su desempeño, con el fin de propiciar una evaluación objetiva y fundamentada en la actuación general.
- **Comparabilidad.** BBVA Continental presenta la información comparada, de manera consistente, con las de los últimos años, de forma que los grupos de interés puedan determinar la evolución del desempeño en los ejercicios recientes.
- **Precisión.** La información es lo suficientemente precisa y detallada para permitir el análisis por parte de los grupos de interés sobre el desempeño de la organización.
- **Puntualidad.** BBVA Continental presenta sus informes con arreglo a un calendario regular, para que sus grupos de interés puedan disponer de la información en el momento oportuno y tomar decisiones bien fundamentadas.
- **Claridad.** La información se presenta de modo que los grupos de interés a los que se dirige puedan acceder a ella y comprenderla adecuadamente.
- **Fiabilidad.** La información se ha recopilado, registrado, compilado, analizado y presentado de modo que pueda someterse a evaluación por parte de un auditor externo, en este caso la empresa KPMG, que revisó dicha información según el alcance incluido en el informe. Las recomendaciones puestas de manifiesto en estos procesos de revisión son objeto de un plan de acción que aseguran su implementación.

# Informe de revisión independiente



**KPMG en Perú**  
Torre KPMG. Av. Javier Prado Oeste 203  
San Isidro. Lima 27, Perú

Teléfono 51 (1) 611 3000  
Fax 51 (1) 421 6943  
Internet [www.kpmg.com/pe](http://www.kpmg.com/pe)

## Informe de Revisión Independiente para la Dirección de BBVA Banco Continental S.A.

### A la Dirección de BBVA Banco Continental S.A.

Hemos sido contratados por BBVA Continental para realizar una revisión independiente de la información no financiera contenida en el Informe de Banca Responsable 2017, correspondiente al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2017 (en adelante el Informe). La información revisada se circunscribe al contenido del capítulo llamado Indicadores GRI, del informe antes mencionado, identificado en el cuadro "Contenidos básicos generales GRI G4", con el símbolo "✓" en el campo "Revisión".

### Responsabilidades de la Dirección

La Dirección de BBVA es responsable de la preparación y presentación del Informe de conformidad de las directrices para elaborar Memorias de Responsabilidad Social del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, en su opción exhaustiva, y el Suplemento Sectorial de servicios financieros, según lo detallado en el Índice de contenidos GRI del Informe. La Dirección también es responsable de la información y las afirmaciones contenidas en el mismo; de la determinación de los objetivos de BBVA en lo referente a la selección y presentación de información sobre el desempeño en materia de desarrollo sostenible, incluyendo la identificación de los grupos de interés y de los asuntos materiales; y del establecimiento y mantenimiento de los sistemas de control y gestión del desempeño de los que se obtiene la información. Estas responsabilidades incluyen el establecimiento de los controles que la dirección considere necesarios para permitir que la preparación de los indicadores con un nivel de aseguramiento limitado esté libre de errores materiales debidos a fraude o errores.

### Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es llevar a cabo una revisión limitada y, basado en el trabajo realizado, emitir este informe, referido exclusivamente a la información correspondiente al ejercicio 2017. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de conformidad con la Norma ISAE 3000, Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information y con la con la Norma ISAE 3410, Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statements, emitidas por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB). Estas normas exigen que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo de forma que obtengamos una seguridad limitada sobre si el informe está exento de errores materiales.

KPMG aplica la norma ISQC1 (International Standard on Quality Control 1) y de conformidad con la misma mantiene un sistema integral de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados en relación al cumplimiento de los requerimientos éticos, estándares profesionales y requerimientos legales y regulatorios aplicables.

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y otros requerimientos éticos del Code of Ethics for Professional Accountants emitido por el International Ethics Standards Board for Accountants, el cual está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

### Procedimientos de revisión limitada

Nuestro trabajo de revisión limitada se ha llevado a cabo mediante entrevistas con la Dirección y las personas encargadas de la preparación de la información incluida en el Informe, y la aplicación de procedimientos analíticos y otros dirigidos a recopilar evidencias, como:

- La comprobación de los procesos que dispone BBVA Continental para determinar cuáles son los aspectos materiales, así como la participación de los grupos de interés en los mismos.
- La comprobación, a través de entrevistas con la Dirección y con otros empleados relevantes, tanto a nivel de grupo como a nivel de las unidades de negocio seleccionadas, de la existencia de una estrategia y políticas de sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa para atender a los asuntos materiales, y su implantación.
- La evaluación de la consistencia de la descripción de la aplicación de las políticas y la estrategia en materia de sostenibilidad, gobierno, ética e integridad de BBVA Continental.



- El análisis de riesgos, incluyendo búsqueda en medios para identificar asuntos materiales durante el ejercicio cubierto por el Informe.
- La revisión de la consistencia de la información que responde a los Contenidos Básicos Generales con los sistemas o documentación interna.
- El análisis de los procesos de recopilación y de control interno de los datos cuantitativos reflejados en el Informe, en cuanto a la fiabilidad de la información, utilizando procedimientos analíticos y pruebas de revisión en base a muestreos, incluyendo la información relativa a BBVA Continental establecidos en Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, de conformidad con la opción exhaustiva.
- La lectura de la información incluida en el Informe para determinar si está en línea con nuestro conocimiento general y experiencia, en relación con el desempeño en sostenibilidad de BBVA Continental.
- El contraste de la información financiera reflejada en el Informe con la incluida en las cuentas anuales de BBVA Continental, auditadas por terceros independientes.

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

Los procedimientos llevados a cabo en un encargo de aseguramiento limitado varían en naturaleza y tiempo empleado, siendo menos extensos que los de un encargo de revisión razonable.

Consecuentemente, el nivel de aseguramiento obtenido en un trabajo de revisión limitado es inferior al de uno de revisión razonable. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

### **Conclusiones**

Nuestra conclusión se basa en, y está sujeta a, los aspectos indicados en este Informe de Revisión Independiente. Consideramos que la evidencia que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestras conclusiones.

En base a los procedimientos realizados y a la evidencia obtenida, tal y como se describe anteriormente, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga pensar que los indicadores GRI del Informe no hayan sido preparados, en todos los aspectos significativos, de acuerdo con directrices para elaborar Memorias de Responsabilidad Social del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4 y el suplemento sectorial para Servicios Financieros, según lo detallado en el punto G4-32 del Índice de contenidos GRI del Informe, lo que incluye la fiabilidad de los datos, la adecuación de la información presentada y la ausencia de desviaciones y omisiones significativas..

En otro documento, proporcionaremos a la Dirección de BBVA un informe interno que contiene todos nuestros hallazgos y áreas de mejora.

### **Propósito de nuestro informe**

De conformidad con los términos y condiciones de nuestra carta de encargo, este Informe de Revisión Independiente se ha preparado para BBVA Continental en relación con su Informe de Banca Responsable 2017 y por tanto no tiene ningún otro propósito ni puede ser usado en otro contexto.

Lima, Perú

25 de junio de 2018

Refrendado por:

Rosario Calderón (Socia)

# Indicadores GRI

## Contenidos básicos generales GRI G4

	Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Estrategia y análisis</b>					
G4-1	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupe el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión.	Capítulo: Carta del Presidente Pág. 3			✓
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Pág. 36			✓
<b>Perfil de la organización</b>					
G4-3	Nombre de la organización.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Pág. 4			✓
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Pág. 4			✓
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Pág. 4			✓
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Pág. 4			✓
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Pág. 4			✓
G4-8	Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Memoria Anual 2017: Sección por segmentos Pág. 4			✓
G4-9	Determine la escala de la organización, indicando: 1. número de empleados; 2. número de operaciones; 3. ventas netas o ingresos netos; 4. capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); 5. y cantidad de productos o servicios que se ofrecen.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Pág. 4			✓
G4-10	1. Número de empleados por contrato laboral y sexo. 2. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. 3. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo. 4. Tamaño de la plantilla por región y sexo. 5. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas. 6. Comuniquen todo cambio significativo en el número de trabajadores.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El equipo Pág. 52			✓



	<b>Indicador</b>	<b>Referencia</b>	<b>Omisión</b>	<b>ODS</b>	<b>Revisión</b>
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El equipo Pág. 53, 58		Objetivo 16	✓
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores Pág. 72			✓
G4-13	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores Pág. 72		Objetivo 8	✓ <sup>(1)</sup>
<b>Participación en iniciativas externas</b>					
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Modelo de control interno Sección: Riesgo sociales, ambientales y reputacionales Pág. 34, 36			✓
G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Sección: Compromisos internacionales suscritos Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgo sociales, ambientales y reputacionales Pág. 10, 36			✓
G4-16	Elabore una lista de las asociaciones y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: • Ostente un cargo en el órgano de gobierno; • Participe en proyectos o comités; • Realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; • Considere que ser miembro es una decisión estratégica.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Sección: Compromisos internacionales suscritos Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgo sociales, ambientales y reputacionales Pág. 10, 36			✓
<b>Aspectos materiales y cobertura</b>					
G4-17	1. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. 2. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Las entidades que conforman el Grupo Continental se encuentran incluidas en la Memoria Anual 2017 Pág. 80			✓
G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. Explique cómo ha aplicado la organización los principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Pág. 13			✓
G4-19	Elabore una lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Pág. 13			✓
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material.	Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Pág. 13		Objetivo 1	✓
G4-21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material.	Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Sección: Análisis de materialidad Pág. 13			✓

>

	<b>Indicador</b>	<b>Referencia</b>	<b>Omisión</b>	<b>ODS</b>	<b>Revisión</b>
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	Capítulo: Criterios y estándares de la información Pág. 75			✓
G4-23	Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	Capítulo: Criterios y estándares de la información Pág. 75			✓
<b>Participación de los grupos de interés</b>					
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo Pág. 11		Objetivo 5	✓
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo Pág. 11, 25			✓
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo Pág. 11		Objetivo 4	✓
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Sección: Análisis de materialidad Pág. 13		Objetivo 16	✓ <sup>(2)</sup>
<b>Perfil de la memoria</b>					
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	Capítulo: Criterios y estándares de la información Pág. 75			✓
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	Capítulo: Criterios y estándares de la información Pág. 75			✓
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Capítulo: Criterios y estándares de la información Pág. 75		Objetivo 16	✓
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	Contraportada del IBR 2017 Pág. 99			✓
<b>Índice de GRI</b>					
G4-32	a. Indique qué opción «de conformidad» con la guía ha elegido la organización. b. Facilite el índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al informe de verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación.	Capítulo: Criterios y estándares de la información Pág. 75		Objetivo 16	✓

>

	Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Verificación</b>					
G4-33	<p>Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.</p> <p>Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa.</p> <p>Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación.</p> <p>Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.</p>	<p>Capítulo: Criterios y estándares de la información</p> <p>Pág. 75</p>		Objetivo 16	✓
<b>Gobierno</b>					
G4-34	<p>Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.</p>	<p>Capítulo: Sistemas de gobierno</p> <p>Sección: Gobierno corporativo</p> <p>Pág. 26</p>			✓
G4-35	<p>Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social.</p>	<p>Capítulo: Estrategia</p> <p>Sección: Modelo de Banca Responsable</p> <p>Capítulo: Sistemas de gobierno</p> <p>Sección: Gobierno corporativo</p> <p>Pág. 26</p>			✓
G4-36	<p>Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.</p>	<p>Capítulo: Sistemas de gobierno</p> <p>Sección: Gobierno corporativo</p> <p>Pág. 26</p>			✓
G4-37	<p>Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.</p>	<p>Capítulo: Sistemas de gobierno</p> <p>Sección: Estándares de conducta</p> <p>Capítulo: Materialidad y diálogo con los grupos de interés</p> <p>Sección: Herramientas de escucha y diálogo</p> <p>Pág. 11, 26, 32</p>			✓
G4-38	<p>Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.</p>	<p>Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017</p> <p>Sección: Pilar III, principio 15</p> <p>Pág. 26</p>			✓
G4-39	<p>Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.</p>	<p>Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017</p>			✓
G4-40	<p>Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero.</p>	<p>Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017</p> <p>Sección: Principio 11, pregunta II.7</p>			✓
G4-41	<p>Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a los grupos de interés.</p>	<p>Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017</p> <p>Sección: Principio 22, pregunta III.15</p>			✓

>

	Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Papel del órgano superior de gobierno a la hora de establecer los propósitos, los valores y la estrategia</b>					
G4-42	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	Capítulo: Sistemas de gobierno Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017 Sección: Principio 16, Pregunta III.4 Pág. 26			✓
<b>Evaluación de las competencias y el desempeño del órgano superior de gobierno</b>					
G4-43	Señale qué medidas se han adoptado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017			✓
G4-44	a. Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. b. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.	Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016 Sección: Principio 20 "Operatividad del Directorio", pregunta III. 11 b)			✓
<b>Funciones del órgano superior de gobierno en la gestión del riesgo</b>					
G4-45	a. Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida. b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017			✓
G4-46	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Gobierno corporativo Pág. 26			✓
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.	Capítulo: Índice GRI			✓ <sup>(3)</sup>
<b>Función del órgano superior de gobierno en la elaboración de la memoria de sostenibilidad</b>					
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Gobierno corporativo Pág. 26			✓

>

Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Función del órgano superior de gobierno en la elaboración del desempeño económico, ambiental y social</b>				
G4-49	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.  Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017 Sección: Principio 4, Información y comunicación a los accionistas Pág. 11			✓
G4-50	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.  Capítulo: Índice GRI			✓ <sup>(4)</sup>
<b>Retribución e incentivos</b>				
G4-51	Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección. Relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.  Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017 Sección: Principio 17, Derechos y deberes del Directorio y Principio 24, funciones de la alta gerencia			✓
G4-52	Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.  Capítulo: Equipo Sección: Compensación y remuneración Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017 Sección: Principio 17, Derechos y deberes del Directorio Pág. 57			✓ <sup>(5)</sup>
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.  Capítulo: Materialidad y diálogo con grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo Reporte Interno: IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2017 Sección: Principio 17, Derechos y deberes del Directorio Pág. 11		Objetivo 16	✓
G4-54	Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.  No reportado	Información confidencial		✓ <sup>(6)</sup>
G4-55	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.  No reportado	Información confidencial		✓ <sup>(6)</sup>

>

Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<p>G4-56</p> <p>Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.</p>	<p>Capítulo: Estrategia            Sección: Transformación del Grupo BBVA: Transformation Journey            Sección: Modelo de negocio responsable            Capítulo: Sistemas de gobierno            Sección: Sistema de cumplimiento            Sección: Estándares de conducta            Pág. 22, 29, 32</p>			✓
<p>G4-57</p> <p>Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.</p>	<p>Capítulo: Sistemas de gobierno            Sección: Sistema de cumplimiento            Sección: Estándares de conducta            Pág. 29, 32</p>			✓
<p>G4-58</p> <p>Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.</p>	<p>Capítulo: Sistemas de gobierno            Sección: Sistema de cumplimiento            Sección: Estándares de conducta            Pág. 29, 32</p>			✓

# Contenidos básicos específicos GRI G4

## Dimensión económica

	Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Desempeño económico</b>					
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	Capítulo: Acerca de BBVA Continental Sección: Indicadores clave de negocio responsable Pág. 5, 59		Objetivo 2	✓
G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	No reportado	BBVA Continental no ha registrado actividades de este tipo durante el 2017		✗
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones	No reportado	Información confidencial		✗
G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del Gobierno.	No aplica	BBVA Continental no recibe ningún tipo de apoyo económico del Gobierno		✓ <sup>(7)</sup>
<b>Presencia en el mercado</b>					
G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	No reportado	BBVA Continental no utiliza materiales reciclados		✗ <sup>(6)</sup>
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Equipo Pág. 52, 57		Objetivo 7	✓
<b>Consecuencias económicas indirectas</b>					
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 63		Objetivo 7	✓
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Sección: Sociedad Pág. 51, 64, 67		Objetivo 7	✓
<b>Prácticas de adquisición</b>					
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores Pág. 72		Objetivo 7	✓

>

## Dimensión ambiental

Indicador		Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Desempeño económico</b>					
G4-EN1	Materiales por peso o volumen (papel).	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69		Objetivo 6	✓
G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados (papel).	No reportado	Dadas las actividades del Grupo BBVA se considera que este indicador no es material		✗ <sup>(9)</sup>
<b>Energía</b>					
G4-EN3	Consumo energético interno.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69	Dadas las actividades del Grupo	Objetivo 6	✓
G4-EN4	Consumo energético externo.	No reportado	BBVA se considera que este indicador no es material		✗ <sup>(9)</sup>
G4-EN5	Intensidad energética (por empleado).	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69		Objetivo 3	✓
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69		Objetivo 3	✓ <sup>(10)</sup>
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	No reportado	Dadas las actividades del Grupo BBVA se considera que este indicador no es material		✗ <sup>(9)</sup>
<b>Agua</b>					
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69	Dadas las actividades del Grupo	Objetivo 13	✓
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No reportado	BBVA se considera que este indicador no es material		✗ <sup>(9)</sup>
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No reportado	Dadas las actividades del Grupo BBVA se considera que este indicador no es material		✗ <sup>(9)</sup>

>

Indicador		Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Biodiversidad</b>					
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	No aplica	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X <sup>(11)</sup>
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios.	No aplica	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X <sup>(11)</sup>
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No aplica	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X <sup>(11)</sup>
G4-EN14	Número de especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie	No aplica	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X <sup>(11)</sup>
<b>Emisiones</b>					
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance operar con los más altos estándares éticos en el desarrollo de nuestro negocio).	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69		Objetivo 6	✓
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance fomentar decisiones informadas: lenguaje claro / transparente y educación financiera).	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69		Objetivo 6	✓
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance mantener relaciones duraderas con los clientes, con foco en el largo plazo y no en la venta a corto plazo, y colocar productos adecuados a nuestros clientes).	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69		Objetivo 8	✓
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69		Objetivo 16	✓
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69		Objetivo 11	✓ <sup>(12)</sup>

>

	<b>Indicador</b>	<b>Referencia</b>	<b>Omisión</b>	<b>ODS</b>	<b>Revisión</b>
G4-EN20	NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas.	No reportado	Dadas las actividades del Grupo BBVA se considera que este indicador no es material		X <sup>(9)</sup>
G4-EN21	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	No reportado	Dadas las actividades del Grupo BBVA se considera que este indicador no es material		X <sup>(9)</sup>
<b>Efluentes y residuos</b>					
G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	No reportado	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X <sup>(9)</sup>
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 69		Objetivo 16	✓ <sup>(13)</sup>
G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	No reportado	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X <sup>(9)</sup>
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No reportado	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X <sup>(9)</sup>
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentías procedentes de la organización.	No reportado	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X <sup>(9)</sup>

>

Indicador		Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Productos y servicios</b>					
G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	No reportado	No se dispone del sistema de gestión para obtener estos datos		X
G4-EN28	Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos	No reportado	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X <sup>(9)</sup>
<b>Cumplimiento regulatorio</b>					
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta Pág. 32		Objetivo 8	✓
<b>Transporte</b>					
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	No reportado	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X <sup>(9)</sup>
<b>Inversiones y gastos ambientales</b>					
G4-EN31	Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	No reportado	PGE contempla una serie de inversiones necesarias para alcanzar objetivos de mercado que no son significativos		X <sup>(9)(14)</sup>
<b>Evaluación ambiental de los proveedores</b>					
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores Pág. 72	BBVA Continental no ha	Objetivo 8	✓
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	No reportado	realizado un análisis de impacto de ámbito ya que no es significativo en cuanto a la naturaleza de proveedores		X <sup>(9)(15)</sup>

>

Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Mecanismos de reclamación en materia ambiental</b>				
G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Capítulo: Índice GRI Pág. 72		Objetivo 13 ✓ <sup>(16)</sup>

## Dimensión social

Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Empleo</b>				
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Equipo Pág. 52		Objetivo 3 ✓ <sup>(17)</sup>
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	No reportado	El porcentaje de empleados temporales de BBVA Continental no es significativo	✗ <sup>(18)</sup>
G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	No reportado	No se dispone del sistema de gestión	✗ <sup>(19)</sup>
<b>Relaciones entre los trabajadores y la dirección</b>				
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	Capítulo: Índice GRI		Objetivo 8 ✓ <sup>(20)</sup>
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>				
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Equipo Pág. 58		Objetivo 5 ✓
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	No reportado	Dada la naturaleza del Grupo BBVA no se han identificado riesgos elevados	✗ <sup>(21)</sup>
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad.	No reportado	Dada la naturaleza del Grupo BBVA no se han identificado riesgos elevados	✗ <sup>(21)</sup>
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos.	No reportado	Información confidencial	✗ <sup>(6)</sup>
<b>Capacitación y educación</b>				
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Equipo Pág. 53		Objetivo 5 ✓ <sup>(22)</sup>

>

	<b>Indicador</b>	<b>Referencia</b>	<b>Omisión</b>	<b>ODS</b>	<b>Revisión</b>
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	No reportado	No se dispone del sistema de gestión		X <sup>(19)</sup>
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Equipo Pág. 54			✓ <sup>(23)</sup>
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Equipo Pág. 52			✓
<b>Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>					
G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Equipo Pág. 57		Objetivo 5	✓ <sup>(23)</sup>
<b>Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>					
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores Pág. 72		Objetivo 16	✓
G4-LA15	Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores Pág. 72		Objetivo 16	✓
<b>Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales</b>					
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Capítulo: Índice GRI Pág. 72			✓ <sup>(24)</sup>
<b>DERECHOS HUMANOS</b>					
<b>Inversión</b>					
G4-HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	No reportado	BBVA Continental no ha realizado un análisis de este tipo		X
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta Pág. 32			✓ <sup>(25)</sup>
<b>No discriminación</b>					
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta Pág. 32		Objetivo 8	✓
<b>Libertad de asociación y negociación colectiva</b>					
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El equipo Pág. 58		Objetivo 8	✓

>

	Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
<b>Trabajo infantil</b>					
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	Capítulo: Índice GRI	BBVA Continental no ha identificado proveedores ni centros de tener riesgos significativos	Objetivo 8	✓ <sup>(26)</sup>
<b>Trabajo forzoso</b>					
G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	Capítulo: Índice GRI		Objetivo 16	✓ <sup>(27)</sup>
<b>Medidas de seguridad</b>					
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	Capítulo: Índice GRI		Objetivo 2	✓ <sup>(28)</sup>
<b>Derechos de la población indígena</b>					
G4-HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	Capítulo: Índice GRI			✓ <sup>(29)</sup>
<b>Evaluación</b>					
G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	Capítulo: Índice GRI			✓ <sup>(30)</sup>
<b>Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos</b>					
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores Pág. 72		Objetivo 16	✓
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	Capítulo: Índice GRI		Objetivo 16	✓ <sup>(31)</sup>
<b>Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos</b>					
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Capítulo: Índice GRI			✓ <sup>(32)</sup>
<b>SOCIEDAD</b>					
<b>Comunidades locales</b>					
G4-S01	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Equipo Pág. 59			✓

>

	<b>Indicador</b>	<b>Referencia</b>	<b>Omisión</b>	<b>ODS</b>	<b>Revisión</b>
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales sobre las comunidades locales.	No reportado	BBVA Continental no ha detectado impactos negativos significativos en las comunidades locales provocados por las operaciones de su centro de trabajo	Objetivo 1	✓ <sup>(33)</sup>
FS13	Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Pág. 46			✓
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Pág. 46			✓
<b>Lucha contra la corrupción</b>					
G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Modelo de control interno Pág. 34		Objetivo 7	✓
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Sistema de cumplimiento Pág. 29		Objetivo 6	✓
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	Capítulo: Índice GRI		Objetivo 6	✓ <sup>(34)</sup>
<b>Política pública</b>					
G4-SO6	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	No aplica	La política del Grupo BBVA en los países no permite contribuciones de este tipo	Objetivo 6	✓ <sup>(35)</sup>
<b>Prácticas de competencia desleal</b>					
G4-SO7	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.	Capítulo: Índice GRI			✓ <sup>(36)</sup>
<b>Cumplimiento regulatorio</b>					
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Capítulo: Sistemas de cumplimiento Sección: Estándares de conducta Pág. 32, 34			✓
<b>Evaluación de la repercusión social de los proveedores</b>					
G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Proveedores Pág. 72		Objetivo 16	✓

>

	Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
G4-SO10	Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	No reportado	BBVA Continental no ha realizado un análisis de impacto en ese ámbito porque el nivel de riesgo no es significativo para el Grupo dada la naturaleza de sus proveedores	Objetivo 16	X <sup>(31)</sup>

#### Mecanismos de reclamación por impacto social

G4-SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No reportado	BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que su impacto no es significativo		X
---------	---	--------------	---	--	---

#### RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

##### Salud y seguridad de los clientes

G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Pág. 45			✓ <sup>(23)</sup>
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No reportado	No se dispone de sistema de gestión para obtener estos datos		X <sup>(19)</sup>

##### Etiquetado de los productos y servicios

G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Pág. 42			✓
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	No reportado	No se dispone de sistema de gestión para obtener estos datos		X <sup>(19)</sup>
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Pág. 40			✓
FS15	Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta Pág. 32			✓



	Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
FS16	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 5			✓
<b>Comunicaciones de mercadotecnia</b>					
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Pág. 42			✓ <sup>(37)</sup>
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	No reportado	No se dispone de sistema de gestión para obtener estos datos		✗ <sup>(19)</sup>
<b>Privacidad de los clientes</b>					
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Pág. 45		Objetivo 16	✓
<b>Cumplimiento regulatorio</b>					
G4-PR9	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Estándares de conducta Pág. 32			✓
<b>Privacidad de los clientes</b>					
FS1	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocios.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Capítulo: Grupos de interés Sección: Sociedad Pág. 36, 69			✓
FS2	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Pág. 36			✓
FS3	Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Pág. 36			✓
FS4	Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Pág. 36			✓
FS5	Interacciones con clientes/sociedades participadas/socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Capítulo: Materialidad y grupos de interés Sección: Herramientas de escucha y diálogo Pág. 11, 40			✓
FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/Pymes/grandes) y el sector de actividad.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Pág. 47			✓

>

	Indicador	Referencia	Omisión	ODS	Revisión
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Capítulo: Grupos de interés Sección: El cliente Pág. 51			✓
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	No reportado	No se dispone de sistema de gestión para obtener estos datos		X <sup>(19)</sup>
<b>Auditorías</b>					
FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	No reportado	No se dispone de sistema de gestión para obtener estos datos		X <sup>(19)</sup>
<b>Propiedad activa</b>					
FS10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	Capítulo: Sistemas de gobierno Sección: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Pág. 36			✓ <sup>(23)</sup>
FS11	Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	No reportado	BBVA Continental no ha realizado un análisis de este tipo ya que no es material		X
FS12	Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	No reportado	No se cuenta con una política de este tipo		X

- ✓ Contenido revisado según el alcance descrito y mediante los procedimientos indicados en el Informe de Revisión Independiente de la Información de Banca Responsable.
- X Contenido no revisado.

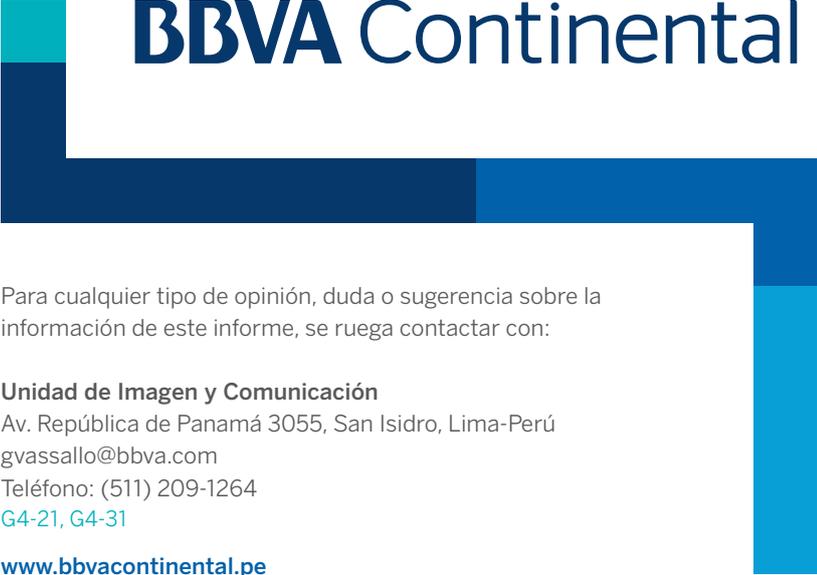
ODS Objetivos de desarrollo sostenible.

IAGC Informe Anual Gobierno Corporativo 2016: [https://www.bbvacontinental.pe/fbin/mult/reporte-sobre-cumplimiento-del-codigo-de-buen-gobierno-corporativo-2017\\_tcm1105-728953.pdf](https://www.bbvacontinental.pe/fbin/mult/reporte-sobre-cumplimiento-del-codigo-de-buen-gobierno-corporativo-2017_tcm1105-728953.pdf)

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

- (1) El BBVA Continental no ha sufrido ningún cambio significativo en el tamaño, estructura, propiedad accionarial o cadena de suministro de la organización.
- (2) Se comunicó a los empleados de BBVA Banco Continental.
- (3) La revisión de los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social son realizadas por el directorio y los comités involucrados una vez al mes.
- (4) Se menciona solamente las herramientas de diálogo y escucha para abordar y evaluar las preocupaciones importantes. En el año no existieron preocupaciones importantes a reportar.
- (5) Solo se informa de los procesos para determinar la remuneración.
- (6) Información confidencial.
- (7) BBVA Continental no recibe ningún tipo de apoyo económico del Gobierno.
- (8) BBVA Continental no utiliza materiales reciclados.
- (9) Dadas las actividades del Grupo BBVA se considera que este indicador no es material.
- (10) Se muestra el consumo de energía de los años 2017, 2016 y 2015.
- (11) BBVA Continental tiene sus sedes en terrenos urbanos, por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
- (12) Se muestra las emisiones de CO<sub>2</sub> de los años 2017, 2016 y 2015.
- (13) Se reporta el peso total de residuos en papel, tóner y aparatos eléctricos y electrónicos.
- (14) El PGE contempla una serie de inversiones necesarias para alcanzar los objetivos marcados, que no son significativos en términos económicos en relación al patrimonio y los resultados del Grupo BBVA.
- (15) BBVA Continental no ha realizado un análisis de impactos en este ámbito porque el nivel de riesgos es no significativo dada la naturaleza de sus proveedores.
- (16) Durante el 2017 no se han presentado reclamaciones ambientales.
- (17) No se informa por grupo de edad.
- (18) Este indicador no es material ya que el porcentaje de empleados temporales en BBVA Banco Continental no es significativo (3%).
- (19) No se dispone de sistemas de gestión para obtener estos datos.
- (20) No existe un periodo mínimo de preaviso establecido. En cualquier caso, los cambios organizativos que se producen en BBVA Continental se analizan caso a caso, de forma que se puedan evitar o mitigar los impactos negativos que pudieran tener para los empleados, realizándose siempre conforme a lo especificado en la normativa del país.

- (21) Dada la naturaleza de la actividad del Grupo BBVA, no se han identificado riesgos elevados de enfermedades graves.
- (22) No se desglosa por sexo ni por categoría laboral.
- (23) Se informa cualitativamente.
- (24) BBVA Continental no ha sido objeto de sanciones significativas por incumplimientos en materia laboral.
- (25) BBVA Continental evalúa a sus colaboradores en temas de su código de conducta.
- (26) BBVA Continental no ha identificado centros ni proveedores susceptibles de tener riesgos significativos en relación con la explotación infantil.
- (27) BBVA Continental no ha identificado centros ni proveedores susceptibles de tener riesgos significativos en relación a episodios de trabajo forzoso.
- (28) BBVA Continental no registró formación al personal de seguridad en temas de derechos humanos durante el año 2017.
- (29) BBVA Continental no ha identificado incidencias significativas en relación a este aspecto.
- (30) BBVA Continental no ha identificado impactos significativos en materia de derechos humanos en sus centros de trabajo.
- (31) BBVA Continental no ha realizado un análisis de impactos en este ámbito porque el nivel de riesgo no es significativo para el Grupo dada la naturaleza de sus proveedores.
- (32) BBVA Continental no ha sido objeto de sanciones significativas por incumplimientos relacionados con los derechos humanos.
- (33) BBVA Continental no ha detectado impactos negativos significativos en las comunidades locales provocados por las operaciones de sus centros de trabajo.
- (34) BBVA Continental no ha tenido ningún incidente de corrupción.
- (35) La política del Grupo BBVA en los países no permite contribuciones de este tipo.
- (36) BBVA Continental no ha identificado ninguna demanda significativa en la que se haya dictado sentencia definitiva en contra por este concepto.
- (37) Se informa de la política de comunicación de productos del Grupo BBVA.
- (38) No se cuenta con una política de este tipo.



# BBVA Continental

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

**Unidad de Imagen y Comunicación**

Av. República de Panamá 3055, San Isidro, Lima-Perú

[gvassallo@bbva.com](mailto:gvassallo@bbva.com)

Teléfono: (511) 209-1264

G4-21, G4-31

[www.bbvacontinental.pe](http://www.bbvacontinental.pe)