

BBVA

Informe de Banca Responsable 2019



Índice

Carta del Presidente	3
Acerca de BBVA	4
Datos de impacto	4
Organigrama y estructura de gobierno	8
Entorno	10
Compromisos suscritos	13
Estrategia y modelo de negocio	14
Transformación de BBVA	14
Avances en la transformación de BBVA	14
Nuestros valores	18
Materialidad	19
Modelo de banca responsable	21
Relación con el cliente	25
Experiencia del cliente	25
Comunicación TCR	26
Gestión de quejas y reclamaciones	27
Protección del cliente	29
Prácticas responsables	30
El equipo	30
Sistemas de gobierno	42
Transparencia fiscal	52
Compras responsables	53
Finanzas sostenibles	57
Gestión de riesgos sociales, ambientales y reputacionales	57
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	63
Productos de alto impacto social	65
Inversión en la comunidad	72
Impacto social	72
Guías de elaboración del informe	81
Criterios y estándares de la información	81
Índice de contenidos GRI	83
Informe de revisión independiente	92

Carta del Presidente

Nuestro alcance como organización tiene un impacto visible en la sociedad no solo porque contribuimos a brindar acceso al crédito a personas y empresas, sino también porque abarcamos diferentes aspectos sociales que permiten el entendimiento con cada uno de nuestros grupos de interés. Nuestra actuación se rige por principios de ética, prudencia y responsabilidad, activando mecanismos para mitigar los riesgos económicos, reputacionales, medioambientales y sociales.

En esa línea, nuestras políticas tienen transcendencia local e internacional, incorporando, por ejemplo, los Principios de Ecuador o la Política Anticorrupción, que facilitan la evaluación y administración de los riesgos ambientales y sociales de los proyectos relacionados a la impostergable esfera del desarrollo sostenible.

Asimismo, como integrantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, somos impulsores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con especial atención en la educación e inclusión financiera, la promoción de la educación equitativa, la diversidad, la igualdad de género y la preservación del medioambiente.

Por otro lado, si bien veníamos viviendo una revolución digital, la coyuntura actual ha acelerado aún más este proceso, por lo que la transformación digital es un pilar fundamental dado que ofrece a los usuarios procesos ágiles, una experiencia transversal a nuestros diferentes canales y facilita el acceso de más peruanos al sistema financiero. En ese sentido, a través de nuestra transformación digital buscamos que todas las personas y empresas dispongan de las mismas oportunidades de acceso al sistema financiero para lograr juntos mayor progreso.

Nuestro foco principal es el cliente, por lo que buscamos ofrecer soluciones entendiendo las necesidades específicas de cada uno de ellos, brindándoles información clara y transparente para que puedan tomar las mejores decisiones.

Estando a ello, durante 2019 BBVA adoptó una nueva identidad global, con la intención de ofrecer una propuesta de valor única y una experiencia homogénea a todos los usuarios. Este cambio de identidad trasciende la esfera comercial y tiene efecto directo en la estrategia de responsabilidad corporativa recogida en el presente Informe Anual de Banca Responsable (IBR).

Todos los logros que hemos alcanzado durante este periodo no hubiesen sido posibles sin el respaldo del equipo que está compuesto por más de 6 mil profesionales competentes que buscan ayudar a personas y empresas a cumplir sus sueños mediante nuestros productos y soluciones, y que además, cuentan con gran capacidad de adaptación a nuevas formas de trabajo –propias de compañías digitales– para seguir generando progreso en la sociedad.



Alex Fort Brescia
Presidente
BBVA en Perú



Durante 2019 BBVA adoptó una nueva identidad global, con la intención de ofrecer una propuesta de valor única y una experiencia homogénea a todos los usuarios. Este cambio de identidad trasciende la esfera comercial y tiene efecto directo en la estrategia de responsabilidad corporativa recogida en el presente Informe Anual de Banca Responsable (IBR).

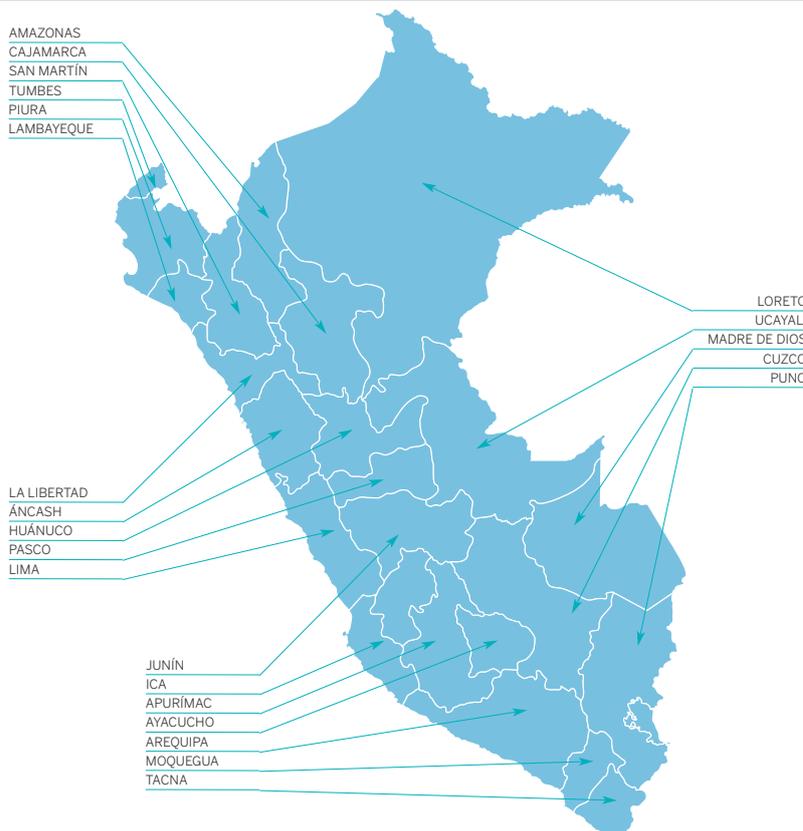
Acerca de BBVA

Banco BBVA Perú 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 (46.12%), de capitales peruanos, y por el Grupo BBVA, hoy BBVA Perú Holding S. A. C. (46.12%), de capitales españoles. Está autorizada a operar por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), de acuerdo con la Ley N° 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la SBS, que establece el marco de regulación y supervisión a la que se someten las empresas que operen en el sistema financiero y de seguros. Realiza sus actividades a través de una red distribuida en todo el país y su sede central está ubicada en la Av. República de Panamá 3055, distrito de San Isidro, ciudad de Lima, capital del Perú. El Banco es una sociedad anónima constituida en 1951, con RUC número 20100130204.

GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-7, 102-45

Datos de impacto

GRI 102-6



81,722

Activo total
(en millones de soles)

5,685,266

clientes

23

regiones

354

oficinas

1,967

cajeros automáticos

6,180

empleados

Indicadores clave de negocio responsable

GRI 102-7, 201-1, 202-2, 405-1	2019	2018	2017
Económicos			
Valor económico generado (millones de S/)	4,904	4,496	4,168
Valor económico distribuido (millones de S/)	2,262	2,070	1,964
Valor económico retenido (millones de S/)	2,642	2,426	2,204
Sociales			
Comunidad			
Inversión en programas sociales (S/)	4,320,757.75	4,219,870.52	4,447,233.66
Beneficio atribuido al Grupo dedicado a programas sociales (%)	0.27	0.29	0.32
Número de personas beneficiadas por el programa de educación financiera	1,219	1,479	498
Número de personas beneficiadas por el programa Leer es estar adelante	6,642	5,715	14,474
Beneficiarios indirectos	27,084	31,704	57,896
Capital humano			
Empleados (*)	6,180	6,008	5,666
Diversidad de género de los empleados (mujeres / total de la planilla, %)	52	52	52
Personas del equipo gestor	87	87	87
Diversidad de género en el equipo gestor (mujeres / total de la planilla, %)	30	30	31
Edad media de empleados (años)	35	34	35
Estabilidad laboral (% empleo fijo)	81.83	81.10	80.00
Rotación de empleados	18.30	21.00	18.20
Puestos de trabajo netos creados	880	891	870
Antigüedad laboral (años)	9	9.1	9.2
Horas de formación por empleado	39	44.00	53.96
Participantes en iniciativas de voluntariado que son empleados de BBVA	270	341	100
Mediambientales			
Emisiones CO ₂ por persona (T)	1.52	1.66	1.88
Consumo de papel por persona (Kg)	45.27	43.94	50.52
Consumo de agua por persona (m ³)	24.24	24.25	25.18
Consumo de electricidad por persona (MWh)	4.71	5.00	6.25
Personas trabajando en edificios certificados (%)	42.26	39.66	35
Gobierno corporativo			
Datos (número)			
Consejeros	9	9	8
Consejeros independientes	2	2	1
Comité de Dirección	11	10	10
Reuniones del Consejo	12	12	12
Diversidad de género en el Consejo (mujeres / total de consejeros, %)	30	20	22

(*) La cifra corresponde a la planilla de BBVA.

Datos relevantes BBVA En millones de soles y porcentaje

	2019	2018	2017	Var.	Var. %
Estados de situación financiera					
Activo total	81,722	74,979	76,591	6,743	9.0%
Cartera de créditos ¹	56,209	51,866	49,892	4,343	8.4%
Obligaciones con el público	54,660	48,946	47,402	5,713	11.7%
Patrimonio neto	9,188	8,359	7,660	829	9.9%
Estados de resultados					
Margen financiero bruto	3,373	3,119	2,870	254	8.1%
Margen financiero neto	2,623	2,386	2,331	237	10.0%
Ingresos por servicios financieros netos	787	782	765	6	0.7%
Resultados por operaciones financieras	727	613	587	114	18.7%
Margen operacional	4,137	3,780	3,683	357	9.5%
Gastos de administración	1,650	1,520	1,468	130	8.6%
Utilidad antes de impuesto a la renta	2,222	2,026	1,883	196	9.7%
Utilidad neta	1,610	1,476	1,387	134	9.1%
Calidad de cartera					
Ratio de mora ²	3.02%	2.94%	2.68%	8 pbs	—
Ratio de cobertura de cartera atrasada ³	161.84%	153.58%	168.49%	-151 pbs	—
Liquidez					
Fondos disponibles / Depósitos totales ⁴	26.32%	25.11%	31.01%	121 pbs	—
Cartera de créditos neta / Depósitos totales ⁴	99.98%	100.81%	101.05%	-83 pbs	—
Productividad					
Total activo / N° de personal (millones de S/)	12.89	12.16	13.18	—	5.9%
Ratios de capital					
Ratio de capital global ⁵	14.05%	14.95%	14.20%	-90 pbs	—
Índices de rentabilidad y eficiencia					
ROE ⁶	18.78%	18.98%	19.52%	-20 pbs	—
ROA ⁷	2.00%	1.97%	1.83%	3 pbs	—
Ratio de eficiencia ⁸	37.71%	37.46%	37.89%	25 pbs	—
Cuota de mercado					
Colocaciones vigentes	20.40%	19.98%	21.11%	42 pbs	—
Depósitos totales	21.04%	20.81%	21.21%	23 pbs	—
Otros datos					
Planilla estructural	6,342	6,164	5,811	178	2.9%
Total Red Comercial					
Oficinas Banca Comercial	329	329	329		
Oficinas Banca Empresas	20	20	20		
Oficinas Banca Corporativa	1	1	1		
Oficina Banca Institucional	1	1	1		
Oficinas Banca Premium	3	3	3		
Cajeros Automáticos	1,969	1,970	1,968		

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

	2019	2018	2017	Var.
Cartera de créditos	56,209	51,866	49,892	8.4%
Obligaciones con el público	54,660	48,946	47,402	11.7%

Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores.

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

Indicador de valor		dic-19	dic-18
Accionistas	Dividendos	812	763
	Cotización	3.43	3.90
Empleados	Gastos de personal y directorio ¹	718	642
	Participación de trabajadores ²	134	113
Clientes	Cartera de créditos	56,209	51,866
	Obligaciones con el público	54,660	48,946
Proveedores	Gastos por servicios y otros ³	798	765
Sociedad	Impuesto a la renta	612	550

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.

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.

Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores - SMV.

Valor económico generado y distribuido En millones de soles

	dic-19	dic-18
Valor económico generado (VEG)		
1 Margen financiero bruto	3,373	3,119
2 Comisiones netas	787	782
3 Resultado por operaciones financieras (ROF)	727	613
4 Otros ingresos y gastos	16	-18
Total (1 + 2 + 3 + 4)	4,904	4,496
Valor económico distribuido (VED)		
1 Participación de trabajadores ¹	134	113
2 Impuesto a la Renta	612	550
3 Gastos de personal y directorio ²	718	642
4 Gastos por servicios y otros ³	798	765
Total (1 + 2 + 3 + 4)	2,262	2,070
Valor económico retenido (VER = VEG - VED)		
1 Utilidad neta	1,610	1,476
2 Provisiones y amortizaciones	1,032	950
Total (1 + 2)	2,642	2,426

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.

Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores - SMV.

Organigrama y estructura de gobierno

BBVA ya es referencia en transformación por los numerosos logros conseguidos en el ámbito digital, al apostar en los últimos años por la innovación y el uso de nuevas formas de trabajo ágiles que le han permitido entregar al cliente novedosas soluciones en tiempo récord.

Es así que, a través de un esfuerzo sincronizado a nivel mundial, BBVA se sumó a la siguiente etapa de la transformación ágil, en la que sus áreas centrales han migrado al nuevo modelo organizativo ágil. Por lo pronto, áreas como Talent & Culture, Internal Audit, Finance, Client Solutions y Engineering, Riesgos, Servicios Jurídicos y Cumplimiento y Transformation & Data ya se encuentran integradas en el esquema de equipos multidisciplinarios y empoderados, que gracias al uso de prácticas ágiles posibilitan entregas más frecuentes, capaces de generar mayor valor en torno a los objetivos estratégicos marcados. Está previsto que las demás áreas se incorporarán durante 2020 a este modelo.

Internal Audit: Realiza una evaluación independiente y objetiva de los riesgos vinculados a los procesos del negocio, de los controles para mitigarlos y de los aspectos normativos relacionados.

Corporate & Investment Banking: Concentra las actividades de banca de inversión, mercados globales, préstamos globales y servicios transaccionales para clientes corporativos e inversores institucionales. Provee a sus clientes de un amplio catálogo de productos y servicios de alto valor añadido.

Client Solutions: Crea oportunidades que lleven al negocio al momento y al lugar donde el cliente lo necesita, con soluciones que revolucionan su experiencia; para ello, diseña, desarrolla, innova y mantiene los productos, servicios y canales de distribución.

Banca Minorista: Define la estrategia pertinente en Banca Minorista, Banca Privada y Centros de Negocio, con el fin de asegurar el máximo rendimiento en la evolución del negocio y el balance de resultados.

Banca Empresas y Corporativa: Tiene a su cargo determinar la estrategia que salvaguarde la mejor resolución en el progreso del negocio, así como el balance de resultados en la Banca Empresas y Corporativa.

Engineering: Acompaña a las distintas áreas de Sede Central y red de oficinas en el logro de sus objetivos con soluciones y soportes tecnológicos, procesamiento de datos y medidas de seguridad.

Talent & Culture: Con el foco puesto en el colaborador, lidera la transformación del cambio organizacional al asegurar el despliegue de los modelos de gobierno y de relación, procurar los espacios más adecuados y participar activamente en el acompañamiento de las nuevas dinámicas en los equipos de trabajo.

Finance: Tiene como principal objetivo lograr la eficiencia y eficacia de los recursos económico-financieros de la organización, para lo cual se vale de sistemas de información gerencial, herramientas de análisis y las relaciones con los inversionistas.

Riesgos: Busca garantizar la solvencia y el desarrollo sostenible de las operaciones a través de un modelo corporativo de gestión de riesgos único, independiente y global, que evalúa los riesgos y minimiza su repercusión en los resultados esperados del negocio.

Servicios Jurídicos y Cumplimiento: Asesora a las unidades de apoyo en aspectos legales y diseña estrategias enfocadas en la defensa del Grupo BBVA Perú, de forma que aseguren el cumplimiento de la normativa en aspectos como lavado de activos, protección de clientes, datos personales y mercados.

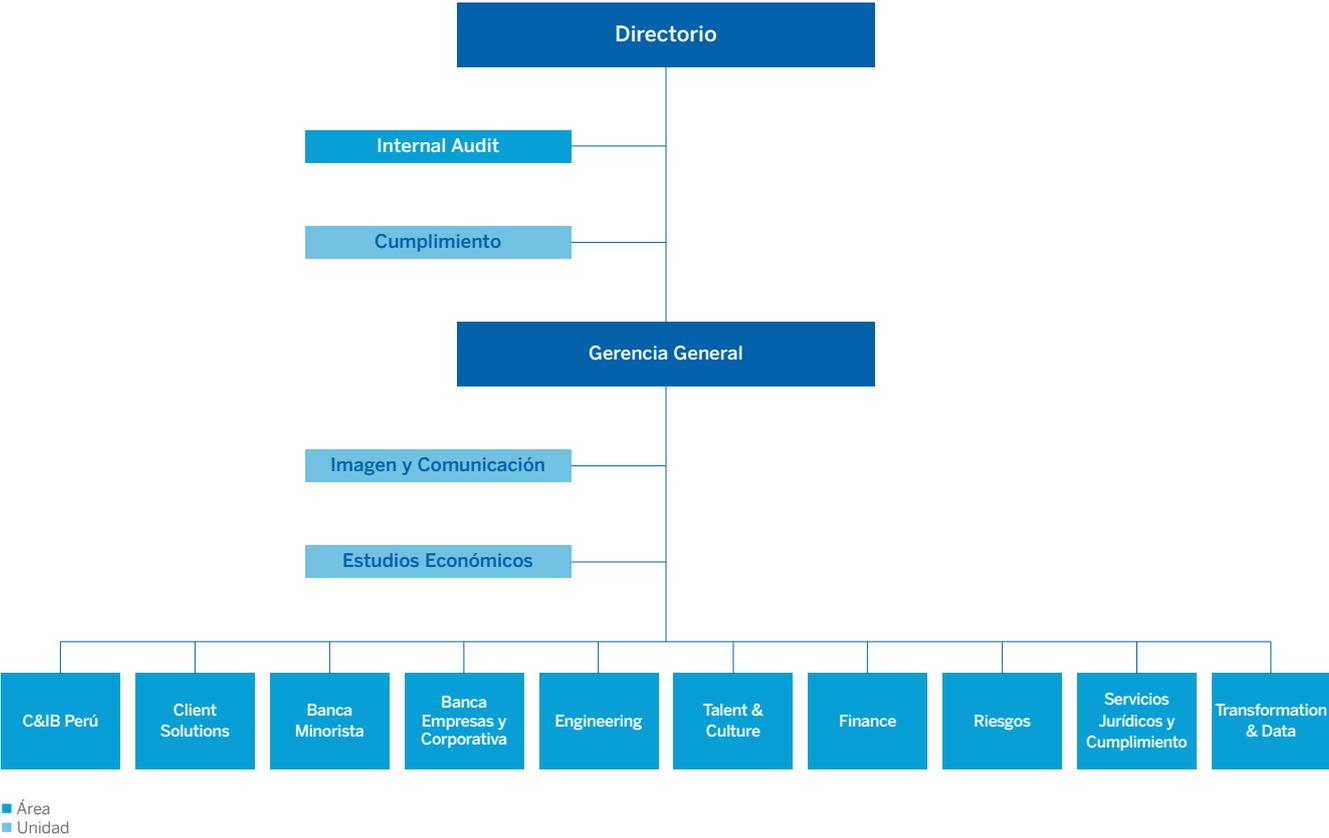
BBVA apostó en los últimos años por la innovación y el uso de nuevas formas de trabajo ágiles que le han permitido entregar al cliente novedosas soluciones en tiempo récord.

Transformation & Data: Con visión cliente, diseña procesos que promuevan un incremento en la productividad y se enfoquen en las actividades clave del negocio bancario. Asimismo, se encarga de implementar el roadmap corporativo de desarrollo de data en el país.

De otro lado, el Banco cuenta con las siguientes unidades de soporte:

Imagen y Comunicación: Gestiona y promueve la imagen del Grupo BBVA Perú en los diferentes medios y espacios públicos.

Estudios Económicos: Se encarga de realizar las proyecciones, presentaciones e informes que muestran la evolución de las variables económicas, lo que facilita la toma de decisiones por parte de los niveles directivos y las áreas de negocio.



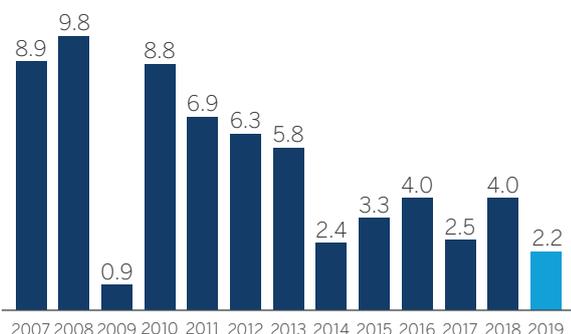
Entorno

GRI 102-6

Situación económica

En 2019, el crecimiento de la actividad económica en Perú, medida por el Producto Bruto Interno (PBI), fue de 2.1%. Por el lado sectorial, el bajo crecimiento económico se explica, principalmente, por el débil desempeño de los sectores primarios, en particular de la minería, actividad que se contrajo debido a factores como el agotamiento de algunas unidades auríferas y paralizaciones transitorias. De otro lado, el PBI no primario (el conjunto de actividades que agrupa a la manufactura no primaria, construcción, comercio y servicios) se desaceleró con respecto al año previo, en un contexto de ralentización de la demanda interna.

PBI real Variación interanual (%)



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.

Por el lado del gasto, la moderación del crecimiento de la demanda interna en 2019 se explica, principalmente, por el retroceso de la inversión pública, en lo que incidió el cambio de autoridades a nivel subnacional. Asimismo, se observó un menor dinamismo del consumo privado, en un entorno de avance mas bien moderado del empleo formal. En cuanto a los factores externos, la menor producción minera se reflejó en el descenso de las exportaciones.

Con respecto a las cuentas del sector público, en 2019 el déficit fiscal disminuyó a un nivel equivalente a 1.7% del PBI¹. Como resultado, la deuda pública bruta se ubicó en 25.7% del PBI².

La inflación cerró el año en 1.9%, cerca del centro del rango meta (2%, +/- un punto porcentual) del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). Ello se dio en un contexto de debilidad de la actividad económica, disminución del precio del petróleo, mayor oferta local de algunos alimentos y un tipo de cambio que cerró el año en un nivel no muy distinto al de fines de 2018.

Sin embargo, el tipo de cambio presentó a lo largo de 2019 episodios de volatilidad alimentados, principalmente, por factores externos. Entre estos resaltaron la incertidumbre sobre las tensiones comerciales a nivel global, la percepción sobre las decisiones que adopte la FED, las perspectivas sobre el crecimiento mundial y las tensiones sociales en países vecinos, lo que fue atenuado, en ocasiones, por ligeras intervenciones del BCRP. En el mantenimiento de la relativa estabilidad de la moneda local al término de 2019, en comparación al cierre de 2018, actuaron la fortaleza de los indicadores macroeconómicos del país, el aún alto superávit comercial y el influjo de inversión extranjera para financiar la construcción de nuevas minas. Por el lado de las

La inflación cerró el año en 1.9%, cerca del centro del rango meta (2%, +/- un punto porcentual) del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)

(1) BCRP, Nota Semanal, tabla 91.
(2) BCRP, Nota Semanal, tabla 122.

cuentas externas, se registró un superávit comercial que alcanzó los US\$ 5,880 millones, lo cual fue contrarrestado por el déficit en la balanza de servicios (US\$ 2,529) y por el pago neto de utilidades, dividendos e intereses al exterior (US\$ 10,727). Esto llevó a que la cuenta corriente de la balanza de pagos cerrara el año con un déficit de 1.6% del PBI, que pudo ser financiado por el influjo de capitales de largo plazo orientados al sector privado, que alcanzó el 3.2%³ del PBI.

En 2019, las colocaciones del sistema financiero en el sector privado crecieron en 5.3%⁴, porcentaje menor que la tasa de expansión del año previo (10.2%). La dolarización de las colocaciones se ubicó en 26.6%⁵ (28.0% al cierre de 2017).

El crecimiento de los depósitos del sistema financiero tuvo una ligera mejora durante 2019, alcanzando 7.2%⁶, frente al 6.3% de 2018. La dolarización de los depósitos aumentó, pasando de 39.5% en 2018 a 40.8% al cierre de 2019⁷.

Asimismo, la calidad de la cartera del sistema bancario mostró un ligero retroceso, por el que la tasa de morosidad pasó de 2.95% en 2018 a 3.08% en 2019.

Finalmente, la rentabilidad promedio de la banca, que se calcula dividiendo la utilidad neta anualizada entre el patrimonio promedio (ROE), se ubicó en 18.81%⁸, nivel superior al registrado en 2018 (18.41%).

La digitalización en el mercado peruano

El mundo atraviesa un proceso de digitalización constante que es trascendental en el camino hacia el desarrollo y que compromete a ciudadanos, empresas y gobiernos, al otorgarles mayores herramientas para su crecimiento, eficiencia y beneficio.

En el Perú, según recientes estudios, el usuario de internet accede a ella desde sus dispositivos móviles o la computadora del hogar. Si bien lo hace mayormente para comunicarse, obtener información y acceder al entretenimiento, en los últimos años la banca electrónica y la compra de productos y servicios online han cobrado relevancia, gracias a la facilidad de acceso y la rapidez de la red.

La innovación tecnológica permite, a nivel empresarial, obtener un beneficio en cuanto a inteligencia comercial, conocer mejor al cliente y mantener a este como el centro del servicio ofrecido.

En lo que respecta al Gobierno Peruano, la Secretaría de Gobierno Digital ha desarrollado una Estrategia de Gobierno Digital organizada en tres ejes:

- Regulación digital:** Enfocado en el desarrollo del marco normativo necesario para el despliegue y la transversalización de las tecnologías digitales en la búsqueda de eficiencia, transparencia en procesos y confiabilidad y cercanía en servicios.
- Tecnología digital:** Enfocado en el diseño, despliegue y transversalización de proyectos de tecnologías digitales al interior de las entidades públicas para el logro de un Estado digital.
- Servicios digitales:** Enfocado en la digitalización de trámites y servicios públicos orientados a la atención de los momentos más importantes de la vida de los ciudadanos.

Además, la Ley de Gobierno Digital, aprobada por Decreto Legislativo N° 1412, establece el marco de gobernanza del gobierno digital para la adecuada gestión de la identidad digital, servicios digitales, arquitectura digital, interoperabilidad, seguridad digital y datos. Asimismo, define el régimen jurídico aplicable al uso transversal de las nuevas tecnologías en la digitalización de procesos y prestación de servicios digitales por parte de las entidades de la Administración Pública en los tres niveles de Gobierno.

(3) BCRP, Nota Semanal, tabla 107.

(4) Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

(5) Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

(6) Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

(7) Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

(8) Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

La innovación tecnológica permite, a nivel empresarial, obtener un beneficio en cuanto a inteligencia comercial, conocer mejor al cliente y mantener a este como el centro del servicio ofrecido.

Con respecto a los resultados del Building Information Modeling (BIM), se espera que al cierre de 2019 las transacciones superen los s/1,500 millones. El BIM, que incorpora el pago de servicios básicos, como luz, agua, teléfono y gas, alcanzó un nuevo hito al permitir el pago de servicios básicos y pagos sin tarjeta desde POS en más de 29 mil establecimientos a nivel nacional.

En un contexto sin precedentes, en 2019 surgió 'Plin', un proyecto de solución colaborativa que permitirá a todos los peruanos, independientemente del banco del que sean clientes, enviar y recibir dinero entre sus contactos de celular.

BBVA Perú, Interbank y Scotiabank se incorporaron al proyecto, mientras otros bancos y cajas terminan sus desarrollos tecnológicos para integrarse a la solución y convertirla en la principal plataforma de transferencias entre personas a nivel nacional.

Con su lanzamiento, 'Plin' se convertirá en el primer modelo que beneficie no solo al cliente de un banco en particular, sino que satisfaga la necesidad de más de 10 millones de personas que realizan a diario transferencias, con la consecuente reducción en el uso de efectivo. Se espera que la funcionalidad esté disponible en el primer trimestre del 2020 para todos los usuarios de los tres bancos.



Plin

- Transferencias de dinero inmediatas, completamente gratuitas y sin comisiones.
- Utiliza solo el número de celular y sin códigos de por medio durante las 24 horas de los 365 días del año.
- Desde s/1 hasta s/500 como máximo por transacción y hasta s/1,500 al día.

Premios y reconocimientos

BBVA, Mejor banco de América Latina y de Perú en 2019

Global Finance, publicación de prestigio internacional, eligió a BBVA como el mejor banco de América Latina en 2019 y el mejor en Perú. De acuerdo con la revista, BBVA destacó durante el último año por su servicio al cliente, la gestión de los riesgos, la gama de productos y servicios que ofrece y el uso inteligente de la tecnología, entre otros factores.

BBVA, la cuarta empresa con mejor reputación en Perú

Por quinto año consecutivo, BBVA fue elegida como una de las empresas con mayor reputación en el país. El Ranking Merco Empresas Perú 2019, elaborado por Merco, con el trabajo de campo (encuestas) realizado por Datum y auditado por KPMG, ubicó al banco en la cuarta posición.

En la encuesta participaron 762 miembros de los comités de dirección de compañías con facturación superior a los US\$ 30 millones que operan en el Perú, así como 578 expertos de diversos sectores.

BBVA es el banco digital más innovador de América Latina

La revista Global Finance reconoció a BBVA como el banco de mayor innovación en la región, al destacar su liderazgo en el proceso de transformación digital del sector financiero. En Perú, BBVA incorporó nuevas funcionalidades en su app de banca móvil, como es el caso de 'Lukita', que permite enviar y recibir dinero utilizando el número de teléfono de celular. Además, se convirtió en el primer banco del sistema financiero peruano en decir adiós a las tarjetas físicas para dar paso a las tarjetas virtuales.

La revista Global Finance reconoció a BBVA como el banco de mayor innovación en la región, al destacar su liderazgo en el proceso de transformación digital del sector financiero.

BBVA es reconocido como el banco del año en financiación sostenible

BBVA fue reconocido por la revista internacional LatinFinance como el banco de financiación sostenible del año. En esta elección destacó el Compromiso 2025, una estrategia enfocada en luchar contra el cambio climático y promover el desarrollo sostenible. De acuerdo con ella, el Banco se ha comprometido a movilizar 100.000 millones de euros en financiación verde hasta 2025. En el Perú, BBVA fue el primer banco en firmar un crédito bilateral verde, con Ferreycorp, por un importe de 70 millones de dólares.

BBVA, mejor proveedor de divisas en América Latina

Por segundo año consecutivo, la revista Global Finance reconoció a BBVA como el mejor proveedor de divisas en América Latina. La publicación distinguió al Banco como la mejor entidad financiera en Perú en la gestión de servicios de divisas para sus clientes. BBVA Perú mantiene una posición de liderazgo en los mercados nacionales de FX Spot y Derivados, con una cuota de 20,5% y de 26,3%, respectivamente.

Compromisos suscritos

Internacionales

GRI 102-12, 201-2

El cumplimiento de BBVA con los principales estándares internacionales en materia de responsabilidad social corporativa (RSC), así como con otras iniciativas que el Comité de Negocio Responsable considera adecuadas y convenientes, se refleja en los siguientes compromisos:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (www.globalcompact.org). (Desde 2014).
- Objetivos de Desarrollo Sostenible (<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>). (Desde 2018).
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, UNEP-FI (www.unepfi.org). (Desde 1999).
- Principios de Ecuador (www.equator-principles.com).
- Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas (www.un.org).
- Normativa laboral de la Organización Internacional del Trabajo (www.ilo.org).
- Carbon Disclosure Project (www.cdproject.net). (Desde el 2004).
- Principles for Responsible Investment. (www.unpri.org). (Desde el 2004).
- Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). <https://www.fsb-tcfd.org/>. (Desde el 2017).
- Principios para la Inversión Responsable. (Desde 2008)
- Acuerdos de París. (Desde 2008).

BBVA se encuentra suscrito a varias instituciones y asociaciones nacionales con las cuales desarrolla una serie de acciones.

Nacionales

GRI 102-13

BBVA se encuentra suscrito a varias instituciones y asociaciones nacionales con las cuales desarrolla una serie de acciones. Solo en una de ellas, la Cámara de Comercio de España en el Perú, uno de sus directivos es miembro de su directorio.

Estrategia y modelo de negocio

Transformación de BBVA

GRI 102-14, 102-15

BBVA inició en 2015 un proceso de transformación cuyo propósito se definía en seis prioridades estratégicas y comprendía la reafirmación de sus valores. El foco de esta evolución está en reforzar la relación de confianza con el cliente mediante la gestión oportuna de sus finanzas, a través de una propuesta de valor sencilla y digital que le permita mejorar su experiencia con el Banco.

PROPÓSITO

Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

- La mejor experiencia de cliente
- Ventas digitales
- Nuevos modelos de negocio
- Optimización de la asignación capital
- Liderazgo en eficiencia
- El mejor equipo

VALORES

- El cliente es lo primero
- Pensamos en grande
- Somos un solo equipo

Avances en la transformación de BBVA

Los avances obtenidos en estos últimos años han brindado excelentes resultados en las métricas tanto a nivel local como corporativo. Durante todo 2019 continuó el crecimiento de la base de clientes, con notable liderazgo en el sector que se ve reflejado en el índice de satisfacción Net Promoter Score (NPS).

Durante todo 2019 continuó el crecimiento de la base de clientes, con notable liderazgo en el sector que se ve reflejado en el índice de satisfacción Net Promoter Score (NPS).

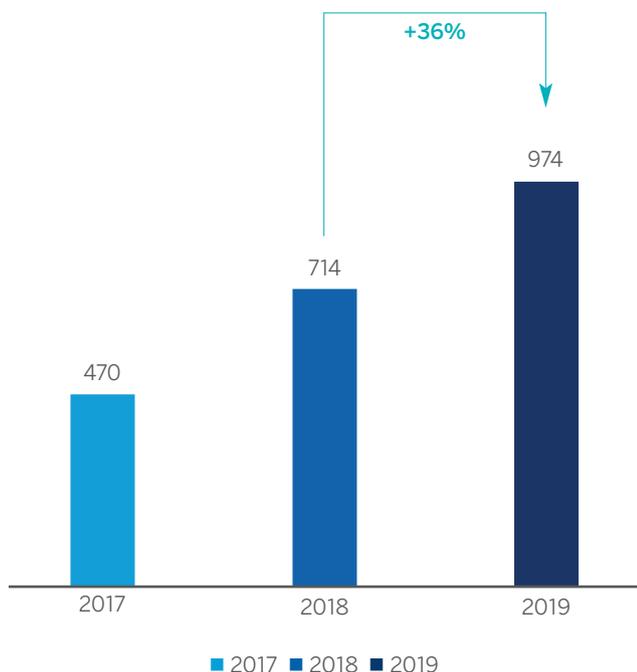
Net Promoter Score(*) Ranking: Diciembre 2019

Particulares	Empresas
 #1	 #1
 #1	 #1
 #1	 #1
 #1	 #1
 #1	 #1
 #2	
 #2	

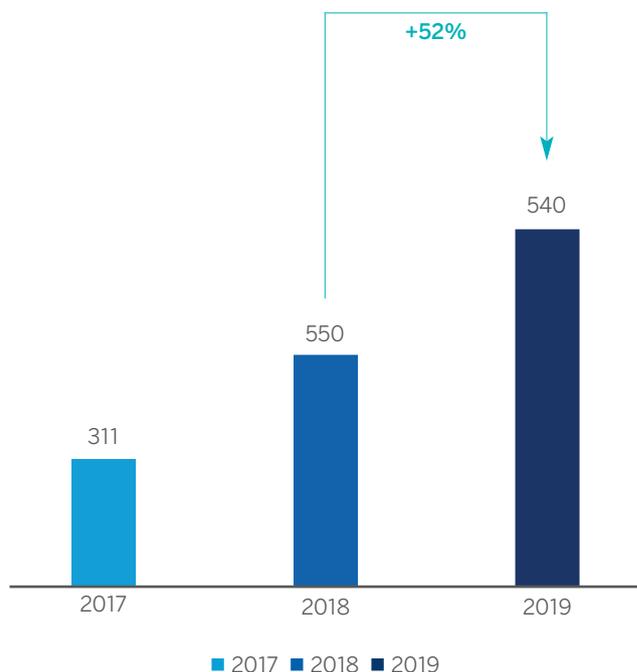
(*) NPS Particulares y Empresas datos acumulados. Grupo Peer: España: Santander, CaixaBank, Bankia, Sabadell // México: Banamex, Santander, Banorte, HSBC // Argentina: Banco Galicia, HSBC, Santander Río y Banco Macro // Colombia: Davivienda, Bancolombia, Banco de Bogotá // Perú: Interbank, BCP, Scotiabank // Uruguay: ITAU, Santander, Scotiabank // Turkey: Akbank, Isbank, YKB, Deniz, Finans.

En cuanto a la digitalización, se han realizado, a partir del modelo de relacionamiento y propuesta de valor, avances significativos, registrados en un crecimiento anual de 36% para la banca digital y 52% para la móvil.

Clientes digitales En miles



Clientes móviles En miles



La transformación del Banco en la forma de hacer negocios también aplica a su cultura corporativa. Por ello, los valores son parte medular de la estrategia para el logro de su propósito. Con el objetivo de incrementar su productividad, BBVA ha implementado una serie de herramientas, como la Agenda Única de Desarrollo, que prioriza recursos en la ejecución de sus proyectos, y el nuevo modelo de organización "Agile". De otro lado, 2019 fue el año de la unificación de la marca a nivel global, que ofrece al cliente una propuesta de valor única y una experiencia de cliente homogénea, propias de una compañía global.

Evaluación de las prioridades estratégicas

En 2019, BBVA realizó un proceso de reflexión estratégica con miras a profundizar en su transformación y adaptarse a las grandes tendencias que cambian el mundo y la industria financiera. Las conclusiones fueron las siguientes:

- Hay un entorno macroeconómico complejo, caracterizado por una mayor incertidumbre a nivel global, menor crecimiento económico, tipos de interés bajos, crecientes exigencias regulatorias, tensiones geopolíticas y la aparición de nuevos riesgos (ciberseguridad, por ejemplo).
- Existe una evolución en el comportamiento y expectativa del cliente, quien demanda propuestas de valor más digitales, sencillas y personalizadas, basadas en un mayor asesoramiento, que le permitan tomar las mejores decisiones.
- Se percibe un fuerte entorno competitivo, donde la digitalización es ya una prioridad común para todos los bancos, así como un papel creciente de las empresas BigTech y los ecosistemas que ofrecen, dentro de sus soluciones globales, servicios financieros con una excelente experiencia de cliente.
- La preocupación por alcanzar un mundo sostenible e inclusivo es un objetivo general en la sociedad. El cambio climático es una realidad y todos los grupos de interés (consumidores, empresas, inversores, reguladores e instituciones públicas) se han marcado como prioridad lograr un mundo más sostenible. La transición hacia él tiene importantes implicaciones económicas y el sector financiero debe jugar un papel sumamente activo para asegurar su éxito.
- Los datos se han convertido en un factor diferencial clave y su gestión genera sólidas ventajas competitivas, ya que permite ofrecer una propuesta de valor personalizada, mejorar la automatización de los procesos para impulsar la eficiencia y reducir los riesgos operacionales. Esto conlleva la gestión de nuevos riesgos con importantes implicaciones (privacidad, seguridad, ética, etc.).
- En este contexto, la estrategia de BBVA ha evolucionado con seis prioridades estratégicas que buscan acelerar y profundizar en la transformación del Grupo y en la consecución de su propósito.

BBVA aspira a ser el socio de confianza de sus clientes en la gestión y control de sus finanzas en el día a día y así ayudarles a mejorar su salud financiera y alcanzar sus objetivos.

La nueva estrategia de BBVA se conforma de tres bloques y seis prioridades estratégicas.



1. Mejorar la salud financiera del cliente BBVA

La digitalización supone una mayor capacidad para ayudar al cliente a gestionar sus finanzas y, sobre todo, a tomar mejores decisiones a partir de un asesoramiento personalizado basado en el uso de los datos y la inteligencia artificial.

BBVA aspira a ser el socio de confianza de sus clientes en la gestión y control de sus finanzas en el día a día y así ayudarles a mejorar su salud financiera y alcanzar sus objetivos.

2. Ayudar al cliente BBVA en la transición hacia un futuro sostenible

La transición hacia una economía sostenible es hoy una prioridad para todos los grupos de interés. BBVA pretende jugar un papel relevante en desarrollar un mundo más sostenible e inclusivo, tal y como demanda la sociedad, y ayudar a sus clientes en la transición hacia ese futuro más sostenible.

Concretamente, BBVA quiere tener una contribución significativa en la lucha contra el cambio climático, ayudando a sus clientes en la transición hacia una economía baja en emisiones de carbono. Además, está comprometido en apoyar un desarrollo económico inclusivo, tanto a través de su negocio como de los diversos programas sociales que impulsa.

Desde el punto de vista de negocio, BBVA aspira a tener un impacto en el comportamiento de sus clientes, centrándose principalmente en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS) que puedan tener mayor impacto. BBVA, como organización, también pretende liderar con el ejemplo y se compromete a cumplir con sus objetivos de sostenibilidad (“Compromiso 2025”).

3. Crecer en clientes

BBVA busca acelerar su crecimiento, posicionándose allí donde estén los clientes. Crecer en el mundo actual exige una mayor presencia en los canales digitales, tanto propios como de terceros. La rentabilidad será un factor clave en la búsqueda de un crecimiento rentable y sostenible en los segmentos más atractivos.

4. Excelencia operativa

BBVA busca ofrecer una experiencia de cliente excelente a un coste eficiente. El Banco apuesta por un modelo de relación apalancado en la digitalización, con sus productos y servicios disponibles digitalmente para que la red comercial se pueda centrar en el asesoramiento y operatividad de más valor. Asimismo, confía en un modelo operativo eficiente y productivo, con procesos automatizados y sencillos gracias al uso de las nuevas tecnologías.

La excelencia operativa implica también una robusta gestión de todos los riesgos, tanto financieros como no financieros, factor clave en un entorno tan dinámico como el actual. La asignación óptima del capital sigue siendo un factor clave en un entorno en el que este se mantiene como un recurso caro y escaso, cada vez con mayores exigencias regulatorias.

5. El mejor equipo y el más comprometido

El equipo continúa siendo una prioridad estratégica para el Grupo. BBVA quiere seguir impulsando el compromiso y desempeño de los empleados para alcanzar su propósito. En esa línea, se posiciona como un lugar atractivo para trabajar y de atracción de talento. BBVA es una organización que aspira a tener su propósito y valores en el centro de la estrategia y del día a día de los empleados, con foco en aspectos como diversidad, igualdad y conciliación.

6. Datos y tecnología

La gestión de los datos y las nuevas tecnologías son dos claros aceleradores para lograr la consecución de la estrategia, así como grandes generadores de oportunidades y ventajas competitivas.

Por una parte, los datos son fundamentales para generar un impacto tangible en el negocio y en el desarrollo de la propuesta de valor, y BBVA lleva a cabo diversas iniciativas para lograr ser una organización basada en los datos. Por otra parte, la tecnología se configura como un acelerador de soluciones de valor añadido a un coste eficiente.

BBVA apuesta por un modelo de relación apalancado en la digitalización, con sus productos y servicios disponibles digitalmente para que la red comercial se pueda centrar en el asesoramiento y operatividad de más valor.

Nuestros valores

GRI 102-16, 102-17

Para identificar los valores, el Grupo BBVA realizó un proceso abierto, en el que se contó con la opinión de empleados procedentes de todos los países y unidades del Grupo. Estos valores definen la identidad de BBVA y son los pilares para hacer realidad su propósito:

BBVA siempre ha tenido el foco en el cliente, pero ahora es lo primero, anteponiéndolo a todo lo demás.

El cliente es lo primero

BBVA siempre ha tenido el foco en el cliente, pero ahora es lo primero, anteponiéndolo a todo lo demás. Se tiene una visión holística y no solo financiera del cliente, lo que significa, entre otras cosas, trabajar con empatía, agilidad e integridad.

- **Somos empáticos:** El Banco incorpora el punto de vista del cliente desde el primer momento, poniéndose en sus zapatos para entender mejor sus necesidades.
- **Somos íntegros:** Todo lo que el Banco hace es legal, públicamente difundible y moralmente aceptable por la sociedad.
- **Solucionamos sus necesidades:** El Banco es rápido, ágil y ejecutivo en resolver los problemas y las necesidades del cliente, superando las dificultades que se encuentren.

Pensamos en grande

No se trata solo de innovar sino de provocar 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:** BBVA se plantea retos ambiciosos y motivacionales para tener un verdadero impacto en la vida de las personas.
- **Rompemos moldes:** Cuestiona todo lo que hace para plantearse nuevas formas de hacer las cosas, innova y testa nuevas ideas que le permitan aprender.
- **Sorprendemos al cliente:** Busca la excelencia en todo lo que hace para sorprender a sus clientes, crea experiencias únicas y soluciones que superen sus expectativas.

Somos un solo equipo

Las personas son lo más importante del Grupo. Todos los empleados son propietarios y corresponsables de este proyecto. Rompen moldes y confían en los demás como en sí mismos.

- **Estoy comprometido:** “Me comprometo con mi rol y mis objetivos y me siento empoderado y plenamente responsable de lograrlos, trabajando con pasión e ilusión”.
- **Confío en el otro:** “Confío desde el primer momento en los demás y trabajo con generosidad, colaborando y rompiendo moldes entre áreas y barreras jerárquicas”.
- **Soy el BBVA:** “Me siento dueño de BBVA, asumo sus objetivos como propios y hago todo lo que está en mi mano para conseguirlos y hacer realidad nuestro Propósito”.

Estos valores se reflejan en el día a día de todos los empleados del Grupo BBVA e influyen en todas sus decisiones.



El cliente es lo primero

 Somos empáticos

 Somos íntegros

 Solucionamos sus necesidades



Pensamos **en grande**

 Somos ambiciosos

 Rompemos moldes

 Sorprendemos al cliente



Somos **un solo equipo**

 Estoy comprometido

 Confío en el otro

 Soy BBVA

Para la implantación y activación de estos valores se cuenta con el apoyo de toda la organización, incluida la alta dirección, que lanza iniciativas locales y globales que aseguren su activación homogénea en todo el Grupo. En 2019 se logró que los valores y comportamientos estuvieran presentes en todos los procesos del modelo de desarrollo 18 profesional y en las políticas de Talento & Cultura, con el fin de fomentar la cultura corporativa.

Una de las principales señas de identidad de BBVA son su propósito y sus valores, así como su condición de organización data-driven, esto es, la toma de las decisiones basadas en los datos, esencialmente para mejorar la experiencia del cliente. Durante 2019, el Banco avanzó en el posicionamiento de sus señas de identidad con la celebración de la segunda edición del Día Global de los Valores (Values Day), un hito de la cultura de BBVA que tiene el objetivo de celebrar, interiorizar y vivir los valores. A nivel corporativo, más de 82,000 empleados siguieron esta jornada online, a través de su solución digital, y 37,000 trataron de ejemplificar los valores del Banco con comportamientos específicos que vincularon con el propósito, recabando así más de 10,000 casos prácticos de cómo aplicar la cultura corporativa. También se aprovechó esta edición para llegar a los clientes, logrando más de 16,000 opiniones que ayudan a conocer en qué medida BBVA soluciona sus actuales necesidades y cómo les puede seguir ayudando en el futuro.

De igual forma, en 2019 se creó Values Challenge, una nueva iniciativa que fomenta la actitud emprendedora en el Grupo, surgida de la opinión de los empleados en el Values Day de 2018. En este programa, los empleados forman parte activa de la transformación del Grupo al colaborar por dos meses en el desarrollo de proyectos que puedan llegar a implantarse en el Grupo. En su primera edición, participaron 500 empleados de todas las áreas geográficas.

Materialidad

GRI 102-21, 102-42, 102-43, 102-44, 102-46, 102-47, 103-1

Análisis de la materialidad

BBVA actualizó durante 2019 el análisis de materialidad con el que pretende priorizar los asuntos más relevantes, tanto para sus grupos de interés claves como para el negocio. La matriz de materialidad es una de las fuentes que alimenta la planificación estratégica del Grupo y determina los aspectos prioritarios sobre los cuales se debe reportar.

Las fases de este análisis, liderado por el Área de Strategy & M&A y el Departamento de Responsible Business, fueron las siguientes:

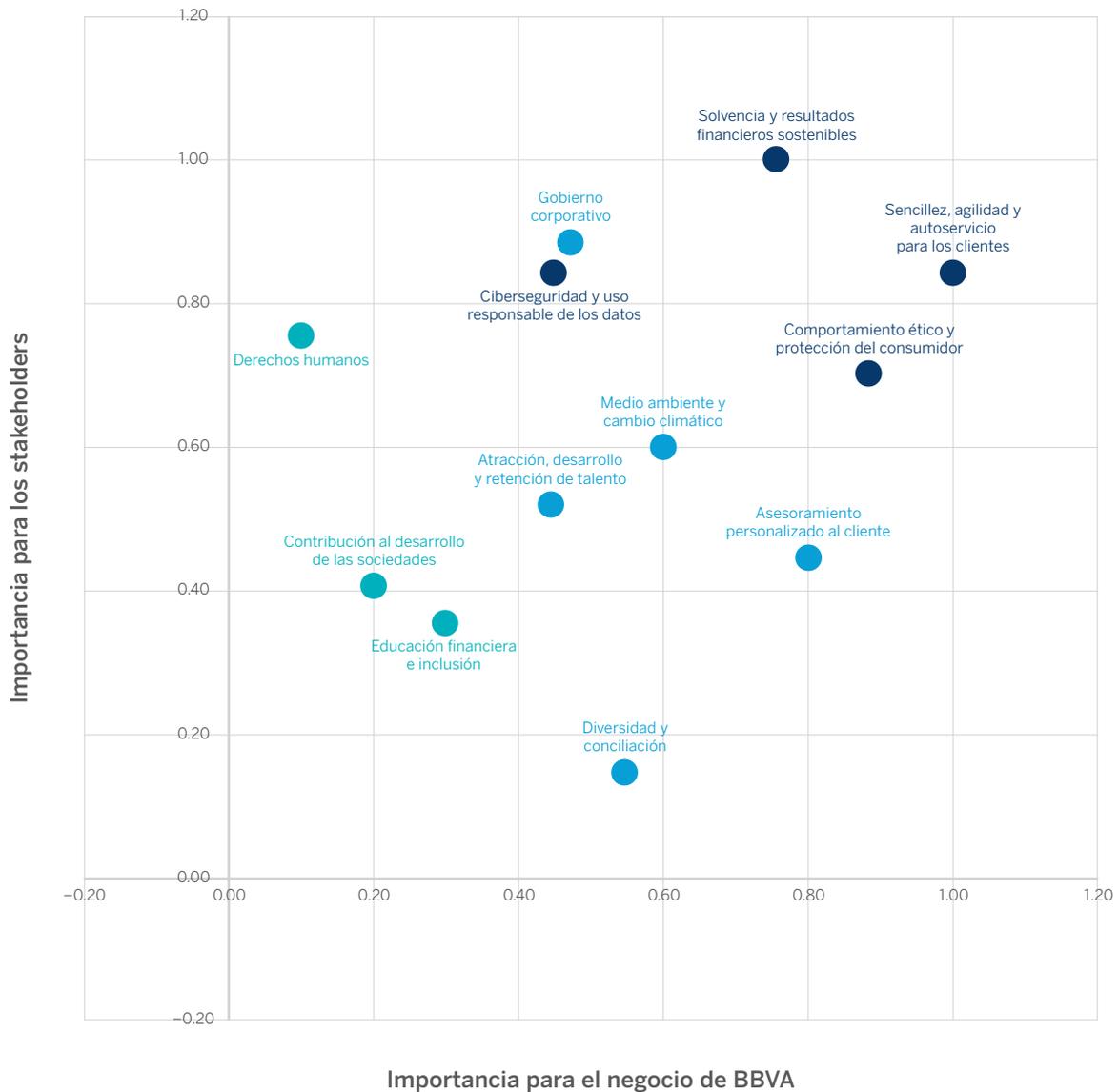
1. Verificación de la vigencia del listado de asuntos relevantes identificados en 2018 a partir de la información procedente de las herramientas de escucha y diálogo habituales.

BBVA actualizó durante 2019 el análisis de materialidad con el que pretende priorizar los asuntos más relevantes, tanto para sus grupos de interés claves como para el negocio.

2. Priorización de los asuntos en función de su importancia para los grupos de interés (clientes, empleados, inversores, etc.) siguiendo la metodología del año anterior. Para conocer las prioridades de algunos de estos grupos se realizaron entrevistas y encuestas ad-hoc en los países de alcance del estudio. Para otros grupos de interés se utilizó Datamaran como herramienta de análisis de datos.

3. Priorización de asuntos en función de su impacto en la estrategia de negocio de BBVA. El equipo de estrategia realizó una valoración de cómo cada uno de los asuntos impacta en las seis Prioridades Estratégicas, en el entendido que los asuntos más relevantes para BBVA son los que le ayudan a conseguir, en mayor medida, su estrategia.

El resultado de este análisis es la matriz de materialidad de BBVA en Perú.



GRI 102-44

Concluido el análisis, se obtuvo que para los grupos de interés los seis puntos más relevantes son:

- **Solvencia y resultados financieros sostenibles:** BBVA debe ser un banco robusto, solvente y con buenos resultados sostenibles, contribuyendo así a la estabilidad del sistema; igualmente, demandan un modelo de negocio que responda a los cambios del contexto: tecnologías disruptivas, nuevos competidores, cuestiones geopolíticas, etc.

- **Comportamiento ético y protección del consumidor:** BBVA debe tener una conducta íntegra y que proteja a los clientes o depositantes actuando con transparencia, ofreciendo productos adecuados a su perfil de riesgo y gestionando con integridad los retos éticos que presentan algunas nuevas tecnologías.
- **Sencillez, agilidad y autoservicio para los clientes:** BBVA debe ofrecer una operación ágil y sencilla, en cualquier momento y desde cualquier lugar, apalancado en el uso de las nuevas tecnologías que permitan una mayor eficiencia en la operativa, generando valor para los accionistas.
- **Asesoramiento personalizado al cliente:** BBVA debe proporcionar soluciones apropiadas a las necesidades y circunstancias personales de los clientes, y que les ayude en la gestión de sus finanzas y de su salud financiera, de forma proactiva y con un buen trato.
- **Ciberseguridad y uso responsable de los datos:** BBVA debe asegurar los datos proporcionados por los grupos de interés y usarlos solamente para los fines acordados, en permanente cumplimiento de la legalidad vigente. Esto es fundamental para mantener la confianza.
- **Gobierno corporativo:** BBVA debe tener un gobierno corporativo sólido, con una adecuada composición de los órganos de gobierno y consistentes procesos de toma de decisiones y de asignación de responsabilidades así como procesos de control, todo lo cual debe estar correctamente documentado.

La información relativa al desempeño en estos asuntos relevantes por parte de BBVA en 2019 aparece reflejada en los diferentes capítulos de este informe de gestión.

BBVA realiza un análisis de materialidad con el fin de conocer y priorizar los asuntos más relevantes tanto para sus grupos de interés claves como para su estrategia. Es decir, se trata de un análisis que contribuye al desarrollo de la estrategia de negocio en coherencia con lo que se espera del Grupo, así como a determinar sobre qué información se debe reportar.

Modelo de banca responsable

GRI 102-16, 102-19, 102-20, 102-32, 102-33, 102-34

BBVA entiende la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como la responsabilidad que le corresponde al Banco por el impacto de su actividad en la sociedad. A fin de cumplir con este deber, el Banco integra las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, sobre los derechos humanos y de los grupos de interés o stakeholders en el día a día de su negocio y en las relaciones con ellos.

Para el cumplimiento de su política, BBVA debe contribuir a los siguientes objetivos:

- Desarrollar su actividad principal de forma responsable, situando a las personas en el centro de su propósito.
- Maximizar la creación de valor sostenible y compartido para sus accionistas y para los demás grupos de interés y el conjunto de la sociedad en la que opera.
- Prevenir y mitigar los posibles impactos negativos derivados de su actividad.
- Mejorar la reputación de BBVA.

Esta política de RSC pretende crear un marco de referencia que contribuya a definir e impulsar comportamientos que permitan generar valor para todos los grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad) en el marco de una cultura de responsabilidad social que se traduzca en el desarrollo de una “Banca Responsable” en todas las entidades que forman parte del Grupo BBVA.

Con el objetivo de desarrollar una manera diferente de hacer banca a través de un modelo de negocio denominado “Banca Responsable”, basado en la búsqueda de una rentabilidad ajustada a los principios éticos, cumplimiento de la legalidad, las buenas prácticas y la creación de valor a largo plazo para todos los

El Banco integra las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, sobre los derechos humanos y de los grupos de interés o stakeholders en el día a día de su negocio y en las relaciones con ellos.

grupos de interés, BBVA rige su política a partir de los siguientes principios:

- La integridad como manifestación de la ética en sus actuaciones y en las relaciones con los grupos de interés.
- La gestión prudente de los riesgos.
- La transparencia como máxima para ofrecer un acceso a la información clara y veraz.

Para el cumplimiento de estos principios, BBVA pone en práctica los siguientes compromisos concretos:

a) Clientes

- Situación al cliente como centro de la actividad del Banco, con el objeto de establecer relaciones duraderas, fundadas en la mutua confianza y aportación de valor.
- Impulsar una comunicación transparente, clara y responsable, y una educación financiera que facilite la toma de decisiones financieras informadas.
- Favorecer el desarrollo de productos y servicios de alto impacto social, adaptados al contexto en el que vive el cliente.
- Promover la inclusión financiera y la universalización del acceso responsable a los servicios financieros.

b) Empleados

- Respetar la diversidad, promover la igualdad de oportunidades y no discriminar por razones de género, edad, discapacidad o cualquier otra circunstancia.
- Promover las prácticas de conciliación de la vida laboral y familiar.
- Implantar prácticas para garantizar la seguridad de la planilla y velar por la salud de todos los empleados.
- Impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre los empleados, facilitando las condiciones para que se puedan realizar actividades de voluntariado.

c) Accionistas e inversores

- Proporcionar transparencia, veracidad, inmediatez y homogeneidad en la difusión de la información.
- Facilitar la información que pueda resultar necesaria para permitir el adecuado ejercicio de los derechos de los accionistas.
- Publicar la información de manera continuada, periódica, oportuna y disponible en el tiempo.
- Tratar con igualdad a todos los accionistas e inversores que se hallen en la misma posición.
- Utilizar una variedad de instrumentos y canales de comunicación que permitan a los accionistas acceder al Banco de una manera sumamente fácil y conveniente.

d) Sociedad y medioambiente

- En las sociedades donde el Banco está presente, apoyar su desarrollo tanto a través de la actividad financiera como de los programas sociales enfocados en la educación, el conocimiento, el adiestramiento financiero y el emprendimiento.
- Impulsar las iniciativas propias o colectivas para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.
- Participar en iniciativas y colaborar con reguladores y otras organizaciones para la promoción y difusión de prácticas responsables.
- Definir y aplicar una Política Medioambiental que incluya, entre otros objetivos, la gestión de los riesgos en este ámbito, la integración progresiva de variables ambientales en el desarrollo de productos y el impulso de la ecoeficiencia junto con la gestión de impactos directos.
- Promover acciones contra el cambio climático, como el impulso de soluciones financieras bajas en carbono y la transparencia en las emisiones.

e) Proveedores

- Definir y aplicar una política de compras responsables (PCR) que incluya, entre otros puntos, proporcionar la información completa y transparente en los procesos de aprovisionamiento, el respeto a los derechos humanos y laborales en la cadena de suministro y el estímulo de la demanda de productos y servicios solamente responsables.

f) Responsabilidad fiscal

- Desarrollar la actividad del Banco cumpliendo de forma adecuada las obligaciones tributarias y evitar cualquier práctica que suponga la ilícita elusión del pago de tributos o el perjuicio del erario público. Para ello, el Grupo dispone de una Estrategia Fiscal acorde con los principios de integridad, transparencia y prudencia.

g) Prevención de conductas ilegales

- Fomentar el cumplimiento de las obligaciones legales y evitar conductas que sean contrarias a las normas y políticas internas o que puedan perjudicar al patrimonio, la imagen o la reputación de BBVA.

h) Respeto a los derechos humanos

- Aplicar el Compromiso en Materia de Derechos Humanos, en el que se incluye el respeto de estos conforme a la Carta Internacional de los Derechos Humanos, al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y a los principios de actuación y las recomendaciones para el desarrollo de la actividad de negocios publicados por las Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico y la Organización Internacional del Trabajo.

i) Otros compromisos internacionales suscritos

- BBVA está comprometido con los principales estándares internacionales en materia de RSC.

Todas las áreas de negocio y de apoyo del Grupo integran esta política en sus modelos operativos. El Departamento de Responsible Business coordina su implementación y trabaja fundamentalmente como segunda línea para definir los estándares y darles el apoyo correspondiente.

El modelo de banca responsable es supervisado por el Consejo de Administración y sus distintas comisiones, así como por la alta dirección del Banco.

Herramientas de escucha y diálogo

GRI 102-33, 102-37, 102-38, 102-39, 102-40, 102-43

Durante 2019, BBVA decidió continuar desarrollando su reporte bajo la metodología GRI Standards. Para el cumplimiento de cada uno de estos indicadores, el Banco realizó una serie de acciones con sus grupos de interés que le permitieron determinar y actualizar los aspectos materiales con mayor relevancia para el desarrollo de su actuación en esta materia.

Los equipos involucrados al interior del Banco reportaron su actuación y sus principales acciones, las que fueron revisadas y alineadas con los objetivos sobre responsabilidad social y con la estrategia que debe acompañar a su impacto en el negocio.

Se mantuvieron las herramientas de escucha y diálogo que las diferentes unidades del Banco emplean para generar la comunicación con sus grupos de interés, lo que garantiza la adecuada y oportuna atención a sus consultas y necesidades a partir de fuentes de información confiables y cercanas, lo que a su vez mejoró la capacidad de respuesta.

Los equipos involucrados al interior del Banco reportaron su actuación y sus principales acciones, las que fueron revisadas y alineadas con los objetivos sobre responsabilidad social y con la estrategia que debe acompañar a su impacto en el negocio.

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 y sociedad (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 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, así como entrevistas de fijación de objetivos, competencias y retroalimentación

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)

Departamento de RR. HH. (Talento & Cultura) y en particular los gestores, que entrevistan periódicamente a las personas

Comunidades de Google+

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, otros)

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 online de negociación y aprovisionamiento (Adquira)

Buzón de proveedores

GRI 102-40, 102-42

BBVA mantiene una constante comunicación con sus grupos de interés, a los que les informa de múltiples formas su accionar, publicando tanto en redes sociales y en sus canales internos y externos como en los principales medios de comunicación cada una de las acciones que realiza.

Relación con el cliente

Experiencia del cliente

GRI 416-1, 416-2

BBVA pone al cliente en el centro del negocio, y lo hace no solo como consecuencia de resaltar el valor corporativo “el cliente es lo primero” a lo largo de la organización, sino como el eje de actuación de su estrategia de servicio.

La meta de BBVA es que el cliente, después de consumir sus productos o servicios, pueda sentirse plenamente satisfecho y, como producto de una experiencia que considera sobresaliente, esté dispuesto a recomendar el Banco a sus familiares y amigos. Para ello, el Banco debe cumplir ciertas premisas, como ser confiable e innovador y permitirle acceder a oportunidades que antes no tenía a su alcance; es decir, ser el aliado financiero preferido del cliente en el logro de sus planes.

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 es ubicar al cliente en el centro de la propuesta de valor, de modo que perciba los beneficios de su estrategia de manera clara y oportuna.

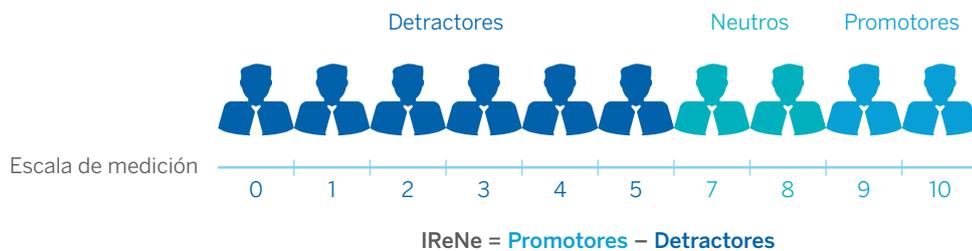
IReNe y feedback

El banco mantiene la medición del Índice de Recomendación Neta (IReNe), la que permite identificar las fortalezas y oportunidades de mejora en la percepción del servicio brindado a sus clientes.

1. **Escuchar la voz del cliente** fue una prioridad a lo largo del año, para lo cual se consolidaron los mecanismos de recolección del feedback a través de un sistema de monitoreo implementado en diversos canales, con los que se evaluó la experiencia transaccional y relacional desarrollada por los clientes.
2. **El Comité de Calidad**, cuyo líder es el CEO del Banco, tiene como prioridad impulsar la voz del cliente e implementar las acciones identificadas como oportunidades para mejorar la experiencia del cliente.
3. **Trasladar el feedback a la ejecución** permitió que los desarrollos realizados tomen como punto de partida la opinión del cliente.

A lo largo de 2019 se realizaron 300,000 encuestas en los diferentes puntos de contacto para recoger la voz del cliente.

El reto de BBVA es ubicar al cliente en el centro de la propuesta de valor, de modo que perciba los beneficios de su estrategia de manera clara y oportuna.



Iniciativas de calidad

Entre los avances realizados en el periodo 2019 concluido destacan:

- Hacer disponible la voz del cliente: Se recogió la respuesta de más de 300,000 clientes a lo largo del año y se canalizó dicho feedback al interno del Banco.
- Continuar con la medición del Índice de Recomendación del Colaborador de la Red con el objetivo de transmitir a las áreas internas la percepción del servicio brindado por ellas a las oficinas. Gracias a ello, se implementaron mejoras en la atención y en los procesos en las áreas internas que optimizaron la experiencia de los colaboradores de la red.
- Consolidar el enfoque de mejora continua en todos los canales y productos.
- Llevar el Programa Integral de Experiencia Cliente al total de los colaboradores de la Red.

GRI 416-1

Para conocer el grado de recomendación de los clientes, el Grupo utiliza la metodología Net Promoter Score (NPS), que reconoce a BBVA como una de las entidades bancarias más recomendables en los países en los que está presente.

Comunicación TCR

GRI 417-1, 417-2, 417-3

El proyecto de Comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR) de BBVA busca ayudar al cliente a tomar decisiones informadas a lo largo de su relación con el Banco, de forma que se le garantice que es él quien tiene el control. El objetivo es aumentar su confianza, nivel de recomendación y fidelización, para lo cual se le ofrece, en un lenguaje fácil de entender, la información relevante que le permita cuidar siempre sus intereses de corto, mediano y largo plazo y promueva comportamientos financieramente responsables.

Sobre la base de los principios de Comunicación TCR, durante 2019 se realizaron las siguientes acciones:

Capacitación de los colaboradores de oficina

Toda vez que la información que se brinda al cliente debe darse de una manera TCR desde el primer contacto que este tiene con BBVA, se reforzó el conocimiento de los principios que esto conlleva, con especial énfasis en la formación de los nuevos colaboradores de oficina. De esta manera, se aseguró que los principios de la comunicación TCR estén presentes en asesores, ejecutivos y banqueros para su utilización desde que comienzan a atender al cliente en la oficina.

Fichas de productos TCR

Son fichas gráficas que explican las ventajas, requisitos, costos y riesgos asociados de los productos del Banco, en un lenguaje claro y una estructura fácil de entender. Las fichas, que incluyen un glosario de términos para los tecnicismos que resultan inevitables, se encuentran en el portal (Entorno Colaborativo/El Portal) al que los ejecutivos de las oficinas pueden acceder y compartir a los clientes al momento de la contratación.

En 2019 se renovaron las fichas TCR con un diseño innovador que utiliza elementos

El proyecto de Comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR) de BBVA busca ayudar al cliente a tomar decisiones informadas a lo largo de su relación con el Banco, de forma que se le garantice que es él quien tiene el control.

visuales que facilitan la comprensión de la información relevante. Actualmente, El Portal cuenta con fichas TCR para personas naturales y jurídicas.

TCR digital

Durante 2019 se realizó un seguimiento del cumplimiento de los principios TCR en las iniciativas digitales entregadas en mano del cliente (EMC). Esto se llevó a cabo dentro del proceso de aseguramiento de la calidad (PAC), lo que permitió que todos los especialistas de las áreas de Servicio Jurídico, Finanzas, Riesgos, Cumplimiento Normativo y todas aquellas que debían revisar la viabilidad de estos entregables, cumplieran con tales condiciones.

Asimismo, se especificaron las siguientes acciones aplicadas, tanto en el proceso de creación de productos y servicios digitales como en la parte de formación:

- Aplicación del checklist TCR con los 15 principios TCR para los 63 MVP diseñados en 2019, principalmente en canales como Banca por Internet, Banca Móvil, ATM y la nueva web pública.
- Inclusión de un segundo check de cumplimiento de TCR en el proceso general de control de calidad para el diseño de productos y servicios digitales entendidos como prioridades por SDA.
- Integración de producción de contenido con enfoque de experiencia de usuario (UX writing) en todas las reuniones y revisiones internas para el seguimiento de la aplicación de TCR.
- Facilitación de talleres de formación TCR y Human-Centered Design para diversos perfiles del Banco, como program managers, product owners y otros miembros de los equipos Scrum que trabajan tanto en soluciones como en contenidos para el cliente. Se realizaron 2 durante el año de manera masiva y 5 ad hoc de acuerdo a la rotación de colaboradores.

Cartas de reclamo TCR

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

Así, al responder una carta de reclamo debe tenerse en cuenta que muy posiblemente esta 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, esto no perjudique su nivel de confianza con BBVA.

En esa línea de pensamiento, en el primer trimestre de 2019 se realizó, con el apoyo del director de DiloFácil, Oscar García, la revisión de un grupo de cartas de respuestas a reclamos, enfocándose en el uso de un lenguaje que siendo claro y empático fuera, también, preciso en los dictámenes y explicativo en los tecnicismos inevitables.

Gestión de quejas y reclamaciones

GRI 416-1, 418-1

BBVA está comprometido en ofrecer al cliente una atención personalizada que facilite resolver sus necesidades de una manera ágil y eficiente, así como en mejorar la capacidad de respuesta con soluciones rápidas.

Como parte de este objetivo, durante 2019 el Banco evolucionó su modelo de atención al implementar iniciativas enfocadas en soluciones rápidas, lo que produjo 167 mil experiencias wow, lo que permitió, al tener clientes más satisfechos, fidelizarlos y generar un punto de contacto para ofrecerles más productos y/o servicios. En paralelo, se trabajó la molestia (dolor) manifestada por los clientes en cuanto al tiempo de espera de la

Durante 2019 el Banco evolucionó su modelo de atención al implementar iniciativas enfocadas en soluciones rápidas, lo que produjo 167 mil experiencias wow.

resolución de sus reclamos, para lo cual se mejoraron los procesos de atención, que ahora contemplan plazos diferenciados según cada casuística.

El trabajo del equipo de Customer Wellness permitió cerrar 2019 con un ratio de 6 reclamos por cada 10,000 operaciones, lo que posicionó al Banco como el mejor en cuanto a eficiencia operativa, al recibir menos reclamos que sus principales competidores.

Asimismo, al realizar una evaluación de las molestias (dolores) del cliente, se identificó como oportunidad de mejora la transformación de las cartas de respuesta y las comunicaciones, que eran parte del proceso de reclamos. Por ello, se decidió trabajar con las áreas de Imagen, Servicios Jurídicos Contenciosos, Cumplimiento Normativo y SAC un plan de comunicación que mejorara las notificaciones al cliente relacionadas con reclamos, lo cual incluía simplificar las respuestas y generar empatía en su contenido aunque el dictamen fuera “no procedente”, de forma de impactar de manera positiva en el IReNe. El enfoque fue puesto en rediseñar las cartas de respuesta, mejorar las plantillas de buzones, diseñar nuevas cartas para reiterativos y elaborar un manual de usuario para los analistas. Las cartas transformadas en la fase I y II cubren el 75% del total de las reclamaciones.

El trabajo del equipo de Customer Wellness permitió cerrar 2019 con un ratio de 6 reclamos por cada 10,000 operaciones, lo que posicionó al Banco como el mejor en cuanto a eficiencia operativa, al recibir menos reclamos que sus principales competidores.

Evolutivo de reclamos y solicitudes 2018-2019



Rediseño de nuestro Plan de Comunicación

SQUAD: Transformación WOW de nuestras comunicaciones - Fase 2

Palancas trabajadas:

1. Simplificar la comunicación
2. Generar empatía en dictámenes “no procede”
3. Impacto (+) en IReNe

REVISIÓN DE COMUNICACIONES – Fase 2	
REDISEÑO CARTAS DE RESPUESTA (Tarjetas, Cuentas, Canales, Core, entre otros) 100	PLANTILLAS DE BUZONES (Personas naturales, Personas jurídicas) 82
NUEVAS CARTAS PARA REITERATIVOS (Cartas fraude y SAC de Fase 1, Cartas Netflix, Cartas de Fase 2) 70	MANUAL DE CARTAS DE RESPUESTA Y DE PLANTILLAS DE BUZONES 2

Las cartas transformadas en las Fases 1 y 2 comprenden el mayor porcentaje de los reclamos que recibimos mensualmente.

75%

GRI 417-3

En el periodo 2019, BBVA presentó 110 casos de incumplimiento de los Lineamientos de Publicidad de ASBANC. El adherimiento a estos lineamientos busca hacer más fácil la comprensión de información relacionada a tasas de interés, tarifas u otras características y condiciones de productos financieros.

GRI 418-1

En el año 2019, BBVA ha recibido y dado solución a 639 casos relacionados a filtraciones y pérdidas de datos de clientes, de los cuales 193 fueron fundamentados y concluyeron en una resolución favorable para los clientes.

GRI 408-1

Datos básicos de reclamaciones

	2019	2018
Número de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria	535	445
Tiempo medio de reclamaciones (días naturales)	8.47	9.20
Reclamaciones resueltas con First Contact Resolution (FCR)	13,699	28,766

Protección del cliente

GRI 416-1, 416-2

BBVA 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 2019, BBVA fortaleció sus medidas de control ante posibles ataques cibernéticos, para lo cual continuó implementando el plan de prevención, preparación, respuesta y recuperación de ciberseguridad orientado a los siguientes frentes: Malware, Cajeros Automáticos, Plataforma SWIFT y Fuga de Información. La gestión del fraude prosiguió enfocada 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, destacó la implementación del CyberSoc Local, un equipo experimentado y especializado para proveer servicio eficiente de gestión de ciberseguridad y respuesta ante incidentes durante las 24 horas del día, los 365 días del año.

Además, durante 2019 se continuó con las revisiones a las empresas extendidas, de forma de validar el cumplimiento de las medidas de seguridad exigidas por BBVA a sus proveedores.

GRI 416-2

El Sistema Gestión de Continuidad del Negocio implementado en BBVA tiene como principal objetivo salvaguardar los intereses de los clientes y demás grupos de interés ante la eventualidad de una interrupción crítica en las operaciones, así como capacitar y preparar al personal para una respuesta adecuada. Para ello, el Banco cuenta con un Plan de Gestión de Crisis y otros planes de respuesta específicos, que son revisados y optimizados anualmente con la participación de la alta dirección, gerencias, personal y proveedores.

En 2019, el ejercicio del Plan de Gestión de Crisis se realizó en conjunto con las principales entidades del sistema financiero, en un encuentro organizado por el Banco Central de Reserva del Perú y supervisado directamente por la SBS. El escenario propuesto simuló un ciberataque en la modalidad de malware, que puso a prueba la capacidad de organización y respuesta del sistema financiero para recuperar el flujo normal de operaciones bancarias de clientes y partes interesadas.

Finalmente, cabe señalar que, desde 2017, BBVA renueva anualmente la certificación ISO 22301:2012 – Sistemas de Gestión de Continuidad del Negocio, en mérito al alineamiento y madurez de su modelo de gestión de continuidad del negocio respecto a los más altos estándares internacionales.

En 2019, BBVA fortaleció sus medidas de control ante posibles ataques cibernéticos, para lo cual continuó implementando el plan de prevención, preparación, respuesta y recuperación de ciberseguridad orientado a los siguientes frentes: Malware, Cajeros Automáticos, Plataforma SWIFT y Fuga de Información.

Prácticas responsables

El equipo

GRI 102-8, 202-2, 401-1, 405-1

Para hacer realidad el propósito de “Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era”, BBVA ha definido como una de sus prioridades estratégicas “Tener al mejor equipo”. Para ello, desde Talento & Cultura se ha desarrollado una estrategia que contempla una transformación holística de la experiencia del colaborador a partir de una identificación de los colaboradores con el ADN cultural de la organización; vale decir, un cambio apalancado en el propósito y valores de BBVA, lo que asegura trabajar bajo estructuras organizativas que desarrollen el talento y estilos de liderazgo que promueven el empoderamiento. Para consolidar esta prioridad estratégica, se ha definido un modelo de compensación variable alineado a la consecución de los objetivos transversales.

Al término de 2019, BBVA estaba integrado por 6,180 personas distribuidas en 23 regiones. De ellas, el 52% eran mujeres y el 48%, hombres, con una edad media de 35 años y una antigüedad dentro de la organización de 9 años en promedio.

Como aliado estratégico de la transformación integral de BBVA, en 2019 Talento & Cultura inicia la puesta en marcha de un intenso proceso de transformación cultural que defina una propuesta de valor que impacte tanto en la atracción del mejor talento externo como en la retención de los mejores perfiles profesionales existentes en la organización.

Al ser la transparencia, la innovación y el foco en la ejecución los tres pilares esenciales en que se basa la actuación de Talento & Cultura, se definieron tres principios básicos:

- **Aliado estratégico del negocio:** Ser un socio trascendental para la toma de decisiones, contribuyendo decididamente al corazón del negocio.
- **Hacer que las cosas sucedan:** Brindar el soporte que los equipos y personas necesitan para desarrollarse dentro de la organización y motivar al talento a trabajar alineado hacia una cultura única.
- **One Team:** Trabajar como un solo equipo, de manera transversal a toda la organización y entre geografías y sin “costos” funcionales, promoviendo la confianza y la identificación con el propósito de la organización.

Al término de 2019, BBVA estaba integrado por 6,180 personas distribuidas en 23 regiones. De ellas, el 52% eran mujeres y el 48%, hombres, con una edad media de 35 años y una antigüedad dentro de la organización de 9 años en promedio.

Datos básicos del equipo BBVA

	2019	2018	2017
Número de empleados	6,180	6,008	5,666
Antigüedad media (años)	9	9.1	9.2
Edad media (años)	35	34	35
Diversidad (% mujeres)	52	52	52
Rotación (%)	18.3	21	18.2

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

	2019			2018			2017					
	Edad media	<25	25-45	>45	Edad media	<25	25-45	>45	Edad media	<25	25-45	>45
Edad media	35	14	71.5	14.5	34	15.33	69.49	15.18	35	15.8	67	17.2

Antigüedad media de los empleados, por género (%)

	2019	2018	2017
Antigüedad media	9	9.2	9.2
Hombres	9.7	10.2	10.2
Mujeres	8.3	8.3	8.3

Empleados por categorías profesionales y áreas geográficas

	2019		2018		2017	
	Número de empleados	% planilla del área geográfica	Número de empleados	% planilla del área geográfica	Número de empleados	% planilla del área geográfica
Equipo gestor ^(*)	87	1.4	87	1.5	87	1.5
Mandos medios	1,188	19.2	1,224	20.4	1,194	21.1
Especialistas	1,627	26.4	1,565	26.1	1,441	25.4
Fuerza Ventas	1,549	25.1	1,411	23.5	1,304	23.0
Puestos Base	1,729	27.9	1,721	28.7	1,640	28.9

(*) Comité de Dirección y gerentes de unidad.

Selección, formación y desarrollo

GRI 404-1, 404-2, 404-3

Talent Acquisition

Durante 2019, Talento & Cultura desplegó diferentes estrategias de atracción de talento, en línea con las necesidades de crecimiento de la organización y de incorporación de nuevos perfiles en áreas administrativas y de negocio. Bajo estas premisas, y a través de procesos de selección masiva e individual, se gestionó un total de 1,150 nuevas contrataciones.

Además, se desarrollaron tres programas de atracción de nuevos talentos, dirigidos a estudiantes y egresados universitarios, quienes asumieron el reto de participar en proyectos de Engineering, Business Process Engineering y Corporate & Investment Banking.

- 1. Proyecto de internalizaciones:** La convocatoria masiva a una Hackathon permitió identificar a los mejores jóvenes talentos de las carreras de Ingeniería. La iniciativa de internalización de nuevos conocimientos y talento logró la incorporación de 81 colaboradores a diversos equipos de Engineering.

2. Young Professional Data: Un programa global dirigido a estudiantes y recién egresados tuvo como objetivo desarrollar habilidades relacionadas a la ciencia de datos y formar a los futuros Data Scientist. Se incorporó a cuatro nuevos talentos, quienes iniciaron su formación en el programa Data University.

3. Top Talent CIB: Es un programa global de captación de talento joven para el área de Corporate & Investment Banking. El profesional contratado, además de recibir un programa formativo y de rotación en diferentes equipos, tuvo un stash formativo en Madrid para intercambiar conocimiento con participantes del programa de otras geografías.

En 2019, Campus BBVA se renovó a través de B-Token, la moneda virtual que a través de un sistema de recompensa da valor a los recursos formativos presenciales u online.

Apalancados en el Modelo de Desarrollo Profesional y dentro de la palanca “Mejora”, los colaboradores cuentan con Campus BBVA, una oferta formativa que impulsa una cultura de aprendizaje continuo, con autonomía para diseñar experiencias formativas y desarrollar nuevas capacidades. Así, potencia conocimientos y skills asociados con las prioridades estratégicas de BBVA y les acompaña en el desarrollo de su carrera.

Disponible a través de una plataforma tecnológica, Campus BBVA permite a todos los integrantes del Grupo el acceso inmediato a un universo de recursos formativos (videos, píldoras, materiales, cursos, MOOC, etc.) disponibles las 24 horas para diversos dispositivos.

En 2019, Campus BBVA se renovó a través de B-Token, la moneda virtual que a través de un sistema de recompensa da valor a los recursos formativos presenciales u online. Así, se impulsa el autoaprendizaje del colaborador, quien gana B-Tokens^(*) realizando cursos virtuales que luego invierte en cursos de su interés, los que en su mayor parte están asociados a su rol.

Learning

Por otro lado, teniendo en cuenta las prioridades del negocio, la oferta formativa promueve programas de alto nivel académico que permite desarrollar e impulsar nuevas capacidades:

Programa Data University

Durante 2019 se continuó con la transformación digital a través de esta propuesta formativa que permite mejorar las habilidades de los profesionales en datos con dos programas medulares: Data Scientist Fundamentals y Data Specialist Fundamentals. Durante el año se conformaron tres promociones, con un total de 41 participantes, que tras 5,560 horas formativas resultaron en 16 expertos en Data Scientist y 25 en Data Specialist. Como parte de la mejora del programa, se implementó el programa de coaching para los colaboradores formados en Data University, con el fin de impulsar el desarrollo de casos de uso con apoyo de un mentor experto.

Por otro lado, y bajo el mismo enfoque, se desplegó el programa Young Professional Data, orientado a la formación adelantada de los expertos en Data Scientist. En la versión 2019 participaron cuatro trainees con un plan de pasantías en las áreas de Client Solutions, Finanzas, Riesgos y CIB. Cada uno de ellos contó con un mentor y coaches asignados por área, además, de un plan de acompañamiento asociado. Actualmente, los cuatro trainees se encuentran ocupando posiciones de Data Scientist en las áreas mencionadas.

Programa Tech U y Ninja

Ambos programas son parte de la oferta especializada para los roles estratégicos en el área de Engineering.

Por un lado, Tech U tiene por objetivo preparar a los diseñadores de software en la implementación de la Nueva Plataforma Corporativa Ether. El programa, que

(*) B-Token: Para BBVA, promover una cultura de aprendizaje es la clave del desarrollo de personas. Bajo esa perspectiva, se lanzó B-Token, la moneda virtual que ha evolucionado el modelo formativo del grupo y brinda la oportunidad a todos los colaboradores de BBVA de diseñar de manera autónoma su experiencia formativa accediendo a todo un universo de recursos sin restricciones.

comprende tres niveles de formación según el expertise, preparó durante 2019 a 316 colaboradores, para lo cual se invirtió 6,840 horas en el nivel startup (virtual), 104 en el practitioner (presencial) y 126 en el specialized (blended).

De otro lado, Ninja es una plataforma virtual con gamificación que pone a disposición del colaborador una oferta especializada y diversa. En 2019 se obtuvo 650 Ninjas registrados, dos de los cuales lograron el nivel más alto de expertise en la plataforma. Igualmente, se formó 106 Talks, 116 Workshops, 51 Certificaciones, 1,619 Moocs y 2 Hackatones.

Programa Process Academy

Dentro del plan de capacitación en mejora de procesos, en 2019 se desplegaron nueve ediciones del Process Academy: cinco despliegues del nivel sponsor, que formó a 120 colaboradores, y cuatro del nivel practitioner, para 127 colaboradores. Las horas formativas totales ascendieron a 4,234 y, como fruto del programa, se implementaron 23 proyectos de mejora.

Se creó e implementó la Feria Process Academy, espacio trimestral en el que los equipos del nivel Practitioner presentan los resultados obtenidos en sus proyectos de mejora, comparten su conocimiento con otros colaboradores del Banco, son reconocidos por la organización y retribuidos con B-tokens.

Formación Agile, Design y Behavioral Economics

En acompañamiento a la transformación del Banco, se desplegaron learning maps de las disciplinas agile, design y behavioral economics, en alianza con los equipos expertos de cada una de ellas, lo que arrojó grandes avances en el impulso de estas nuevas capacidades en los colaboradores.

Nivel	Agile	Behavioral Economics	Design
Básico	Agile Express 168 personas, 252 horas formativas	Intro a Behavioral 1,102 personas, 639 horas	Design Thinking Express 86 personas, 129 horas
Intermedio	Agile Fundamentals 2 ediciones, 47 personas , 376 horas Alex 2 ediciones, 67 personas , 536 horas Acax 2 ediciones, 36 personas, 288 horas Awex 11 ediciones, 573 personas, 4,584 horas Atex 1 edición, 46 personas, 368 horas	Behavioral Economics Fundamentals 5 ediciones, 118 participantes, 2,596 horas	Design Thinking Fundamentals 81 personas, 2,582 horas

Escuela Comercial

Durante el periodo concluido, se reformuló la formación de los colaboradores de la red de oficinas (minorista y mayorista) con el fin de incrementar su cobertura sustancial. Esta acción permitió potenciar el contenido y la calidad de los temas de la propuesta formativa para los diferentes perfiles de la red.

El proyecto se inició con un diagnóstico de necesidades y un testeo de diversos programas en la red de oficinas, lo que permitió activar programas de onboarding, actualización, rescate y training dirigidos a los diferentes puestos de gestión.

La metodología de formación blended fue potenciada por dos hitos importantes: por un lado, se reforzó el rol formador de los gerentes durante el entrenamiento en oficina; por otro, se reforzaron alianzas con universidades de prestigio y consultoras internacionales en los cursos presenciales de riesgo y habilidades de venta.

Durante 2019 se generaron 70,080 horas formativas orientadas a colaboradores de la Red Minorista, que adiestraron a 707 asesores de servicio, 207 banqueros de relaciones y 336 ejecutivos de Banca Negocios. Igualmente, como producto de 7,020 horas formativas enfocadas en la Red Mayorista se moldeó a 117 ejecutivos Banca Empresa y Corporativa.

Certificación Riesgos ESAN

Por segundo año consecutivo, y como pieza fundamental para el buen funcionamiento de uno de los valores pilares del banco (#OneTeam), en 2019 se desplegó una certificación enfocada en la gestión de riesgo pyme para los puestos de perfil especialista. El programa generó un total de 1,152 horas formativas para 32 colaboradores.

BBVA Feedback Week y Planes de crecimiento

Por otro lado, como parte de la palanca "Mejora", se impulsó el aprovechamiento de nuevas oportunidades de crecimiento en el Banco. A través de planes de crecimiento, el colaborador puede diseñar una hoja de ruta con objetivos claros sobre su propio desarrollo en BBVA.

En esa línea, en 2019 se impulsó la cultura de aprendizaje continuo con la realización de tres BBVA Feedback Week para fomentar la cultura de feedback. Así, tras desarrollar 1,458 sesiones en un ecosistema positivo y de confianza entre líderes y colaboradores, el 58% de estos cuenta con un plan de crecimiento.

Nuevo Modelo de Desarrollo Profesional

El Modelo de Gestión de Personas evolucionó en 2019 al Nuevo Modelo de Desarrollo Profesional, cuyo objetivo es poner a la persona como centro de las acciones de Talento & Cultura, dándole las herramientas que necesite para tomar las mejores decisiones sobre su vida profesional.

Los tres elementos principales del modelo son: Conócete, Mejora y Explora.

Conócete

Conscientes de que la base para tomar buenas decisiones es conocerse a sí mismo, el colaborador conoce con claridad sus principales fortalezas y habilidades, así como qué es lo que BBVA espera de cada colaborador según su rol.

Dentro de las herramientas que permiten que el colaborador se conozca, está el proceso de Valoración de Personas, que proporciona una calificación en función de diez skills, categorizados entre culturales, liderazgo y transversales, además de evaluar skills técnicos y de potencial. Estos skills son calificados en una evaluación 360° por sus pares, colaboradores y responsable.

En total, 4,741 colaboradores recibieron en 2019 sus informes de valoración, cada uno con resultados detallados e importante información para contribuir a conocer su perfil.

Como parte de las herramientas que permiten al colaborador conocer sus fortalezas y oportunidades de mejora, BBVA pone a sus disposición las herramientas Evaluación de Desempeño individual y Project Review.

La Evaluación de Desempeño Individual se realiza anualmente a todo colaborador BBVA y permite medir el cumplimiento de sus objetivos y cómo han vivido los valores durante el año.

La Evaluación de Desempeño Individual se realiza anualmente a todo colaborador BBVA y permite medir el cumplimiento de sus objetivos y cómo han vivido los valores durante el año.

Por su parte, Project Review es una evaluación trimestral que se realiza a los colaboradores integrantes de proyectos y provee una valoración específica del desarrollo de sus funciones en el proyecto al que están asignados.

Mejora

En esta etapa el colaborador, luego de recibir el informe de resultados, gestiona acciones para cubrir los puntos de mejora identificados en las evaluaciones y elabora un plan de crecimiento, en conjunto con su responsable. Además, a través de Campus BBVA, un ecosistema de formación con más de 7,000 recursos, el colaborador puede acceder a una amplia gama de ofertas formativas tanto presencial como virtual y acumular o gastar B-Tokens.

Explora

El colaborador, en esta etapa, es el verdadero creador intencional de su trayectoria profesional, al acceder a Mobility, la herramienta de movilidad interna local y global que hace posible encontrar múltiples oportunidades profesionales dentro de la organización.

Mobility – Global Mobility

Bajo un contexto de constante globalización, BBVA lleva adelante su programa Global Mobility, iniciativa transversal a todo el Grupo que posibilita al colaborador explorar nuevas oportunidades profesionales en otros países donde Mobility se encuentre. Para garantizar y velar que la experiencia profesional y personal del proceso sea plena en todos los ámbitos, se ha desarrollado una política de movilidad internacional que constituye un acompañamiento total al colaborador desde el momento de la postulación.

Con el firme objetivo de dar prioridad al talento interno, en 2019 se gestionaron 960 procesos de selección interna a través de Mobility, de los que 476 resultaron exitosos y contribuyeron al crecimiento profesional del colaborador.

Employee Branding

Como una de las acciones para fortalecer la marca empleadora BBVA, a inicios de 2019 se diseñó un Plan de Social Media y Content Marketing, a partir de la definición de un objetivo: expresar, a través de contenido de valor, los beneficios, la cultura y la experiencia que representa pertenecer a BBVA. Bajo este panorama, se diseñó una estrategia de contenidos para la gestión de perfil de LinkedIn del Banco. Este plan consideró cinco pilares de comunicación:

- 1) **#LifeatBBVA**, sobre prácticas laborales positivas y su impacto en los colaboradores;
- 2) **#TipBBVA**, con recomendaciones de valor para el público objetivo en materia de empleabilidad;
- 3) **#BBVAQuotes**, enfocado en darle protagonismo a los principales líderes del banco;
- 4) **#TransformaciónBBVA**, que resaltaba las nuevas tecnologías y metodologías ágiles que se practican en el banco, y
- 5) **#OportunidadesLaborales**, con la oferta laboral disponible.

Con este enfoque se lograron destacados resultados en materia de métricas. El número de seguidores subió de 134,991 (diciembre 2018) a 206,654 (diciembre 2019), el de interacciones (engagement, que combina data relevante de recomendaciones, comentarios y compartidos) creció de 27,020 en 2018 a 55,290 en 2019, en tanto que la cantidad de impresiones promedio (apariciones en el feed) se triplicó, pasando de 10,140 en 2018 a 30,381 en 2019. Es decir, por un lado, se consolidó la comunidad de followers de BBVA en LinkedIn, convirtiendo seguidores en fans y, por otro, se llegó a más seguidores, gracias a piezas con contenido de valor en diversos formatos (videos, animaciones,

Como una de las acciones para fortalecer la marca empleadora BBVA, a inicios de 2019 se diseñó un Plan de Social Media y Content Marketing, a partir de la definición de un objetivo: expresar, a través de contenido de valor, los beneficios, la cultura y la experiencia que representa pertenecer a BBVA.

carruseles, infografías, galerías, etc.). Por esa razón, BBVA pasó del tercero al segundo lugar en cuanto a nuevos seguidores, superando a otras marcas del mismo sector.

Finalmente, la tasa de interacción promedio (recomendaciones + comentarios + compartidos + clicks / visualizaciones) fue la más alta del rubro: 13.97%. Este porcentaje superó de lejos la tasa promedio del sector en LinkedIn, en el orden del 5.4%. Incluso, si se compara este resultado con el de otras marcas activas en esta red social, como Backus, Alicorp, Rimac, Entel, Belcorp o Sodimac, también se superó con bastante solvencia el promedio (5.7%). En meses como junio y noviembre, esta tasa superó el 20% (en agosto de 2019 hubo un post que superó el 50% de tasa de interacción promedio). Cabe señalar que en 2018 este porcentaje fue de 5% en promedio. La cifra alcanzada en 2019 solo revela que el contenido difundido a través de la red social resultó de valor para la audiencia, que recomendaba, comentaba y compartía los contenidos.

Gracias a estos resultados, el perfil de LinkedIn de BBVA Perú está a la cabeza con respecto a otros del Grupo, como México, Argentina, España y Estados Unidos, y solo por debajo de la cuenta BBVA Global.

Un hito fundamental dentro de la estrategia de repotenciación fue el “Estudio de Marca Empleadora”, a través de la consultora Deloitte, cuyo enfoque metodológico estuvo en recoger el índice de recomendación de diversos stakeholders estratégicos, colaboradores, profesionales laboralmente activos, egresados de maestrías top, egresados de carreras relacionadas al mundo del desarrollo, etc. El diagnóstico permitió identificar una diversidad de oportunidades de mejora que serán abordadas en 2020 a través de una metodología de trabajo y planes de acción.

Programa de practicantes

BBVA pone al alcance de los jóvenes que aún no culminan sus estudios profesionales y tienen un alto rendimiento académico la posibilidad de realizar sus prácticas preprofesionales con el objetivo de que puedan tener una etapa de aprendizaje dentro de la organización. En 2019 se obtuvo una cantera de 207 practicantes en todas las áreas de la Sede Central.

En 2019 se obtuvo una cantera de 207 practicantes en todas las áreas de la Sede Central.

Durante su estadía por las áreas, los practicantes pasaron por una evaluación interna donde el 70.45% fue valorado con la calificación de ‘destacado’ y ‘muy destacado’ por parte de su responsable. Por su parte, los jóvenes participantes mencionaron el aprendizaje en sus prácticas, el horario flexible, el trato horizontal y el ambiente laboral, entre otros, como los puntos diferenciales del programa. Como reflejo del compromiso con el talento, el Banco contrató al 30% de los practicantes durante 2019.

Datos básicos de formación en BBVA

GRI 404-1, 404-2, 404-3

	2019	2018	2017
Inversión en formación (en miles de soles)	7,979,141	7,875,993	5,715,000
Inversión en formación por empleado (en miles de soles)	1,291	1,311	990
Empleados con formación (%)	98	98	95.73

Horas promedio de formación por empleado

GRI 404-1

Rango	Horas de formación		Número de colaboradores		Horas medias / Colaborador	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Gerentes	14,710	9,567	339	238	43.39	40.20
Jefes y especialistas	27,931	25,738	669	569	41.75	45.23
Técnicos	60,561	63,441	1,268	1,349	47.76	47.03
Puestos base	50,696	72,576	706	1,038	71.81	69.92

Un aspecto importante para el desarrollo profesional es la realización de un proceso anual de Evaluación de Desempeño Individual, que evalúa tanto el nivel de cumplimiento de los objetivos establecidos en el año como la vivencia de los valores BBVA: El cliente es lo primero, Pensamos en grande y Somos un gran equipo.

GRI 404-3

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

Evaluación de desempeño

GRI 405-1

	2019		
	Hombres	Mujeres	Total
Equipo gestor	79.0%	92.0%	83.0%
Mandos medios	95.0%	95.0%	95.0%
Especialistas	92.0%	91.0%	92.0%
Fuerza de ventas	96.0%	98.0%	97.0%
Puestos base	88.0%	90.0%	89.0%
Total general	92.0%	93.0%	93.0%

Otro instrumento de evaluación y de fomento a la evolución de la línea de carrera es el denominado People Assessment, que consiste en comparar los skills del colaborador con los de su rol, sobre la base de las competencias definidas a nivel del Grupo. Esto permite identificar fortalezas y oportunidades de mejora a través de un plan de crecimiento.

Empleados que reciben evaluaciones periódicas de desarrollo profesional y evaluaciones de desempeño (%)

GRI 404-3

	2019		
	Hombres	Mujeres	Total
Equipo gestor ^(*)	66.7%	29.9%	96.6%
Mandos medios	48.4%	38.0%	86.4%
Especialistas	38.7%	54.6%	93.3%
Fuerza de ventas	52.3%	46.1%	98.5%
Puestos base	16.8%	20.3%	37.1%
Total general	38.2%	38.6%	76.7%

(*) Comité de Dirección y gerentes de unidad.

Diversidad y conciliación

GRI 405-1

La diversidad es un factor determinante para la creación e implementación de propuestas de valor en los proyectos del Banco. Por ello, en cada proceso de selección para incorporación se tienen presentes criterios de igualdad e equidad de género. De esta forma, la presencia de la mujer se convierte en un atributo inherente de la cultura BBVA. Actualmente, las mujeres conforman el 52% de la planilla y el 30% del Comité de Dirección y gerencias de unidad.

Asimismo, como parte del fomento de la diversidad y conciliación, BBVA 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 y Promoción del Empleo. De manera interna, coordina con ellos los requerimientos de mobiliario de trabajo a través del médico ocupacional y del equipo de asistentes sociales.

BBVA brinda oportunidades de incorporación laboral a personas con discapacidad, en permanente comunicación con los organismos que fomentan la igualdad de oportunidades.

Apostando por el crecimiento integral de los colaboradores basado en oportunidades de desarrollo profesional y personal, en 2019 se lanzó el programa de beneficios BBVA ModeOn, una iniciativa que busca promover mejorar la calidad de vida de los colaboradores a través del equilibrio de la vida laboral y personal. El programa de beneficios permite que los colaboradores puedan disfrutar de beneficios de acuerdo a sus necesidades: Horario Flexible (FlextimeModeOn), Home Office, Vestimenta casual (Sede Central), la oportunidad que los colaboradores de la red puedan tomar tres días fuera de la oficina para lo que necesiten (3díasModeOn) y Día libre por cumpleaños para todos los colaboradores BBVA (MiCumpleModeOn).

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

GRI 405-1

	2019		2018		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Equipo gestor ^(*)	70%	30%	70%	30%	69%	31%
Mandos medios	53%	47%	55%	45%	55%	45%
Especialistas	57%	43%	56%	44%	55%	45%
Fuerza de ventas	43%	57%	44%	56%	42%	58%
Puestos base	41%	59%	39%	61%	42%	58%

(*) Comité de Dirección y gerentes de unidad.

Empleados por tipo de contrato y género (%)

GRI 405-1

	2019			2018			2017		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Fijos o indefinidos a tiempo completo	41.31	40.5	81.81	41.0	40.0	81.1	40.4	39.6	80.0
Fijos o indefinidos a tiempo parcial	n.a.	0.02	0.02	n.a.	0.03	0.03	n.a.	0.02	0.02
Temporales	6.99	11.18	18.17	7.1	11.8	18.9	8.0	12	20

n.a.: No aplica.

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

GRI 401-1

Tasa de rotación sobre el total de la planilla	2019		Tasa de rotación sobre el total de la planilla	2018		Tasa de rotación sobre el total de la planilla	2017	
	Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres
18.3%	17.8%	18.7%	21.1%	22.5%	19.7%	18.2%	17.7%	18.6% ⁽¹⁾

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

Altas de empleados^(*)

GRI 401-1

	Hombres	Mujeres	Total
Altas de empleados	559	625	1,184

(*) Se incluyen las altas por consolidaciones.

Bajas de empleados

GRI 401-1

	Hombres	Mujeres	Total
Bajas incentivadas	52	41	93
Bajas voluntarias (dimisiones)	214	233	447
Otras	205	266	471
Total	471	540	1,101

Diversidad en el Comité de Dirección y entre gerentes de unidad

GRI 202-2

Nación	Total	Porcentaje
Italia	1	1.15%
España	3	3.45%
México	2	2.30%
Perú	80	91.95%
Ecuador	1	1.15%
Total	87	100.00%

•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.

Compensación y remuneración

GRI 102-35, 102-38, 102-39, 202-1, 405-2

El Grupo BBVA basa su modelo de retribución alineado a las prioridades definidas por los accionistas y toma en cuenta una gestión acorde a los objetivos de la organización.

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.
- Garantizar que no existan diferencias retributivas por género.

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

GRI 102-36, 102-39

La retribución se compone de dos partes claramente diferenciadas:

- **Compensación fija:** 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:** Recompensa la generación de valor en cada una de las unidades que integran el Grupo, remunerando los aportes individuales medidos por la evaluación de desempeño individual compuesta por objetivos y valores, las evaluaciones de los equipos y la integración de todos estos aportes. Está orientada a recompensar el logro de resultados individuales, grupales y organizativos, medidos con diversos indicadores.

Todos los colaboradores del Banco, ya sea bajo jornada completa o parcial, acceden a los mismos beneficios, entre los que destacan el pago de escolaridad, seguro, aguinaldos y uniforme, además de vales de refrigerio, movilidad y descanso por duelo, entre otros. Asimismo, BBVA asegura que ningún colaborador cobre por debajo del salario mínimo vital vigente.

GRI 401-2, 202-1

El área de Talento & Cultura tiene la responsabilidad 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.

El Grupo BBVA basa su modelo de retribución alineado a las prioridades definidas por los accionistas y toma en cuenta una gestión acorde a los objetivos de la organización.

La política de remuneraciones de BBVA promueve un trato igualitario entre hombres y mujeres y rechaza la diferenciación salarial por género. El modelo de retribución recompensa el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional, velando por la equidad interna y la competitividad externa. Para el caso de competitividad externa se realizan estudios salariales a través de la empresa Korn Ferry, que comparan remuneraciones sobre la base de la medida del cargo y la comparación de similitudes entre cargos.

GRI 405-2

Durante el 2019, BBVA determinó que el ratio del salario base de mujeres frente a hombres es de -0.26%; el cálculo se realizó para todos los colaboradores ingresantes durante el año 2019 de BBVA excluyendo al comité de dirección.

Sistema de prevención social

GRI 201-3

BBVA cuenta con un sistema de previsión social (AFP/ONP) ordenado en función a las leyes peruanas, que ofrece a diferentes colectivos de empleados. Con carácter general, el sistema de previsión social es de aportación definida (a cargo del empleado) para la contingencia de jubilación. Las aportaciones a los sistemas de previsión social de los empleados se efectúan en el marco de la normativa laboral peruana.

Condiciones laborales

GRI 102-41, 401-2

BBVA 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 de 2019 se gestionaron diversas actividades y acciones para los colaboradores y sus familiares enfocadas en reconocer, retribuir y valorar el aporte del colaborador al Banco.

El equipo de Culture, Welfare & Communication trabaja de manera muy comprometida para llevar a cabo los programas y actividades a favor del colaborador, sobre la base de las siguientes premisas:

- Lograr el máximo bienestar suyo y de su familia.
- Proteger la salud y aportar a su calidad de vida.
- Potenciar los beneficios y facilidades disponibles para él.
- Difundir el importante portafolio de beneficios que el Banco le ofrece.

Asimismo, desde el 16 de octubre de 2019 los colaboradores del Grupo BBVA cuentan con Disfruta, un espacio digital ubicado en el portal web, y la app BBVA Beneficios, los que les informan acerca de los programas de descuentos y promociones corporativas exclusivas de diferentes comercios a nivel nacional, al tiempo que les permiten acceder de forma sencilla a estos. Para el cierre del año, tanto Disfruta como BBVA Beneficios habían recibido 6,800 visitas de los colaboradores. Los beneficios que otorga el Banco se dan de manera equitativa, sin diferenciar tipo de contrato, jornada, género, edad, etc.

GRI 401-2

De igual forma, los permisos parentales se rigen bajo las leyes 26644 y 30807, que asignan 10 días de licencia para los hombres, como complemento al derecho de goce por maternidad, cuya licencia es remunerada por 98 días. Durante el 2019, un total de 21 empleados han gozado de este beneficio.

GRI 401-3

Conforme a las disposiciones de ley, el Banco mantiene un constante diálogo con los representantes del Centro Federado de BBVA para el logro de acuerdos. Todos los empleados afiliados al sindicato están cubiertos por los convenios colectivos. La junta directiva de la representación sindical es elegida por sus asociados para un periodo de dos años.

GRI 102-1

Para el 1 de enero de 2019, BBVA Perú contaba con 376 colaboradores registrados bajo el acuerdo de negociación colectiva celebrado para el periodo 2019, que representaban el 6.3% del total de colaboradores.

GRI 102-41

El equipo de Culture, Welfare & Communication trabaja de manera muy comprometida para llevar a cabo los programas y actividades a favor del colaborador.

Seguridad y salud en el trabajo

GRI 403-2

BBVA se preocupa porque sus colaboradores tengan los conocimientos y herramientas que les permitan tanto detectar a tiempo situaciones que puedan poner en riesgo su seguridad o salud como participar activamente del proceso de mejora de los ambientes de trabajo.

La intención del Banco es generar un impacto en la vida laboral y hacerlo extensivo a la vida familiar en materia de prevención de riesgos y cuidado de la salud. En ese sentido, las principales acciones desarrolladas en el 2019 fueron:

- Campañas de promoción en salud para concientizar sobre el daño ocasionado por la radiación solar.
- Medición del riesgo psicosocial en toda la organización, con una participación cercana al 60%, cuyo objetivo era conocer los riesgos psicosociales presentes para dirigir las actividades de prevención y control de estos riesgos.
- Una actividad permanente en el año fue captar a la población vulnerable a riesgos en el trabajo, como es la colaboradora embarazada. Por ejemplo, se comunicó la importancia de informar del embarazo al médico ocupacional del Banco para poder adaptar el puesto de trabajo a las condiciones médicas particulares de la gestante.
- Se organizaron varios simulacros de evacuación en todas las sedes y oficinas a nivel nacional, de forma de estar preparados ante un movimiento sísmico. En los adiestramientos participó el 100% de oficinas de atención al público.
- Las actividades de prevención de riesgos laborales se extendieron al personal tercero asignado a las sedes del Banco.
- Se enviaron comunicados con distintas recomendaciones de prevención, derivadas de la ocurrencia de accidentes o incidentes de trabajo y de los riesgos presentes en los puestos de trabajo.

Durante el 2019, confirmamos que no se presentaron casos de mortalidad por accidentes laborales o enfermedades ocupacionales.

GRI 403-2

Datos básicos de salud laboral

GRI 403-1, 403-2

	2019	2018	2017
Número de gestiones técnico-preventivas	52	116	33
Acciones preventivas para mejorar las condiciones laborales	150	622	132
Citaciones a exámenes de salud	1,588	1,719	1,404
Empleados representados en comités de salud y seguridad (porcentaje)	100%	100%	100%
Tasa de ausentismo	0.86%	1.15%	1.10%

Voluntariado y social engagement

GRI 413-1

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, lo cual le permite desarrollar nuevas habilidades y capacidades para lidiar en contextos distintos, además de sensibilizarlo y comprometerlo con el 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.

Las diferentes actividades realizadas durante 2019 contaron con la participación de unos 270 voluntarios y beneficiaron a unas 3,500 personas.

Las actividades más destacadas en 2019 fueron:

Las diferentes actividades realizadas durante 2019 contaron con la participación de unos 270 voluntarios y beneficiaron a unas 3,500 personas.

- Apoyo a la colecta de la Liga contra el Cáncer.
- Campaña de donación de tapas plásticas “Programa Destapa una Sonrisa – Hospital del Niño”.
- Apoyo a la colecta “Ponle corazón” de la Fundación Peruana de Cáncer.
- Recolección de alimentos para el albergue de perros CanMartín.
- Visita al albergue de perros CanMartín.
- Campaña de donación de sangre a EsSalud.
- Celebración de la Navidad con los niños de Michiquillay, en Cajamarca.
- Celebración de la Navidad con los jubilados BBVA.
- Celebración de la Navidad con los niños de la Casa Hogar San Camilo.

Sistemas de gobierno

Gobierno corporativo

GRI 102-13, 102-18, 102-19, 102-20, 102-21, 102-24, 102-26, 102-29, 102-30, 102-32, 103-2, 417-3

De acuerdo con las disposiciones legales, BBVA incluye en este informe su reporte sobre el cumplimiento de los principios de buen gobierno corporativo, que explica en detalle 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.

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

La práctica de los principios de 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.

BBVA forma parte, desde 2018 y 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 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). 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.

El sistema de buen gobierno corporativo, elemento fundamental del modelo de responsabilidad social corporativa (RSC), es uno de los pilares que sustenta el desarrollo de BBVA.

- 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

GRI 102-26

El régimen de gobierno corporativo de BBVA 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. Estas 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 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 y supervisar y efectuar el seguimiento de la autocalificación de las prácticas de buen gobierno corporativo.

Asimismo, faculta al Directorio a constituir, en procura del mejor desempeño de sus funciones, los comités que considere necesarios para asistirlo en las materias propias de su competencia. Estos comités son los siguientes: de Auditoría, de Cumplimiento, de Nombramiento, Remuneraciones y Gestión del Talento, 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 acuerdo de sesión de directorio de fecha 17 de noviembre de 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 reconocidas por su 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.

Los actuales integrantes del Directorio de BBVA son los siguientes:

Nombres y apellidos	Formación profesional(*)	Fecha		Participación accionaria	
		Inicio	Término	Nº acciones	Part. %
Directores sin incluir a los independientes					
Alex Fort Brescia Presidente del Directorio	Máster en Administración de Empresas. Participa en los directorios de Holding Continental y Fundación BBVA Perú.	Mayo 1995		No aplica	No aplica
Pedro Brescia Moreyra Primer vicepresidente	Administrador de empresas. Participa en los directorios de Holding Continental y Fundación BBVA Perú.	Mayo 1995		No aplica	No aplica
Ignacio Javier Lacasta Casado Segundo vicepresidente	Economista. Participa en el directorio de Fundación BBVA Perú. Participó en el directorio de Holding Continental.	Enero 2013		No aplica	No aplica
Mario Brescia Moreyra Director titular	Administrador. Participa en los directorios de Holding Continental y Fundación BBVA Perú.	Marzo 2013		No aplica	No aplica
Fortunato Brescia Moreyra Director titular	Ingeniero. Participa en los directorios de Holding Continental y Fundación BBVA Perú.	Junio 2013		No aplica	No aplica
Fernando Eguiluz Lozano Director Gerente General	Ingeniero Industrial y de Sistemas. MBA. Participa en los directorios de BBVA Consumer Finance Edpyme, Forum Comercializadora del Perú S.A., Forum Distribuidora del Perú S.A. y Fundación BBVA Perú.	Julio 2019		No aplica	No aplica
José Ignacio Merino Martín Director titular	Licenciado en Ciencias Empresariales. Participa en el directorio de Fundación BBVA Perú.	Marzo 2016		No aplica	No aplica
Javier Marín Estévez Director titular	Licenciado en Derecho. Participa en el directorio de Fundación BBVA Perú.	Marzo 2016		No aplica	No aplica
José Carlos López Álvarez Director titular	Licenciado en Ciencias Económicas. Participa en el directorio de Fundación BBVA Perú.	Junio 2018		No aplica	No aplica
Directores independientes					
José Manuel García Crespo Director titular independiente	Licenciado en Derecho. Participa en el directorio de Fundación BBVA Perú.	Marzo 2018		No aplica	No aplica
Ismael Alberto Benavides Ferreyros Director titular independiente	Ingeniero agrónomo. Participa en el directorio de Fundación BBVA Perú.	Marzo 2018		No aplica	No aplica

>

Nombres y apellidos	Formación profesional(*)	Fecha		Participación accionaria	
		Inicio	Término	Nº acciones	Part. %
Directores suplentes					
Jaime Araújo Medani Director suplente	Administrador de empresas. MBA.	Marzo 2018		No aplica	No aplica
Fernando José Alegre Basurco Director suplente	Ingeniero industrial. MBA.	Marzo 2018		No aplica	No aplica
Miguel Ángel Salmón Jacobs Director suplente	Licenciado en Derecho y Ciencias Políticas.	Marzo 2018		No aplica	No aplica
Gustavo Alberto Mazzolini Casas Director suplente	Contador público y licenciado en Administración.	Marzo 2018		No aplica	No aplica
Rafael Varela Martínez Director suplente	Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.	Marzo 2018		No aplica	No aplica

Comités delegados del Directorio

Nombres y apellidos	Cargo
Comité de Auditoría	
José Manuel García Crespo(**)	Presidente
Alex Fort Brescia	Miembro
José Ignacio Merino Martín	Miembro
Comité de Nombramientos, Remuneraciones y Gestión del Talento	
Ignacio Lacasta Casado	Presidente
Alex Fort Brescia	Miembro
Pedro Brescia Moreyra	Miembro
Fernando Eguiluz Lozano	Miembro
Comité de Gobierno Corporativo	
Alex Fort Brescia	Presidente
Mario Brescia Moreyra	Miembro
Fernando Eguiluz Lozano	Miembro
Javier Marín Estévez	Miembro
Comité de Riesgos	
José Ignacio Merino Martín	Presidente
Alex Fort Brescia	Miembro
Fernando Eguiluz Lozano	Miembro
Vicente Puig Payá(**)	Miembro
Comité de Cumplimiento	
Alex Fort Brescia	Presidente
Fortunato Brescia Moreyra	Miembro
Fernando Eguiluz Lozano	Miembro

(*) Director independiente.

(**) En su calidad de Gerente de Riesgos del Banco.

Sistema de cumplimiento

GRI 102-16, 102-17, 102-25, 102-28, 205-2, 205-3

En línea con la estructura organizativa corporativa, el área de Compliance pasó en 2019 a reportar directamente al Directorio, en una clara reafirmación de la autonomía, importancia e independencia que el Grupo BBVA ha dotado a esta función. Bajo una organización ágil, el área consta de cinco disciplinas, apoyadas por un bloque de ejecución de procesos y otro de desarrollo de proyectos, y una función independiente de aseguramiento de controles y mitigantes de cumplimiento, denominada Compliance Testing.

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

De acuerdo con los principios establecidos en el Bank for International Settlements (BIS) y la normativa de referencia en la materia, BBVA articula su actividad en torno al desarrollo e implementación de políticas y procedimientos específicos conforme a estrictos cánones de comportamiento ético, así como a su difusión y cumplimiento. En tal sentido, el modelo de gestión de riesgos de cumplimiento se encuentra orientado a la identificación, evaluación y mitigación de eventuales riesgos de cumplimiento en, entre otros, los siguientes ámbitos:

- Lavado de activos y financiamiento del terrorismo (AML Compliance)
- Conducta con los clientes, gobierno de productos y conflictos de intereses (Customer Compliance)
- Conducta en los mercados y prevención del abuso de mercado (S&D Compliance)
- Conducta ética, corrupción, responsabilidad penal de las empresas del Grupo y temas de competencia (Corporate Compliance)
- Nuevos negocios digitales (NDB Compliance)

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.

En tal sentido, el modelo de gestión de los riesgos de cumplimiento evoluciona en el tiempo, con carácter corporativo, para reforzar los elementos y pilares sobre los que se sustenta, a fin de anticipar los desarrollos e iniciativas que pudieran surgir. La aproximación al Modelo COSO de control interno toma en consideración los siguientes elementos necesarios para la identificación y gestión de riesgos de cumplimiento:

1. Estructura organizativa adecuada, con clara definición de roles y responsabilidades.
2. Marco de políticas y procedimientos existentes que señalen de forma clara las disposiciones y requisitos que deben aplicarse.
3. Infraestructura tecnológica, o no, necesaria para asegurar la gestión de los riesgos de forma debida.
4. Procesos de mitigación y control dirigidos a garantizar la aplicación de políticas y procedimientos.
5. Mecanismos y políticas de comunicación y formación dirigidos a sensibilizar a las personas del Grupo con los requerimientos aplicables.
6. Monitoreo de métricas e indicadores, así como aplicación de esquemas de supervisión que coadyuven al seguimiento de la implementación del modelo a nivel global.
7. Revisión periódica independiente de la implementación del modelo, así como exámenes de organismos y revisiones de auditoría, tanto interna como externa.
8. Cualquier otro tema de relevancia que pueda influir en los elementos del modelo.

Para gestionar los procesos de comunicación y formación de toda la organización, el Banco cuenta, además de la instrucción presencial y la vía e-learning de Campus BBVA –un portal para la impartición de cursos y herramientas de capacitación corporativos–, con un portal de cumplimiento (intranet) que utiliza como herramienta de divulgación interna para las siguientes funciones:

- 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 prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo y otros riesgos de cumplimiento.
- Mantener un nivel de sensibilización apropiado, que se alcanza cuando el cumplimiento de las normas y el adecuado comportamiento ético constituyen parte de los mensajes institucionales.
- Contar con un medio informativo continuo y de fácil acceso para el personal.

Durante 2019 se reforzó la aplicación de los sistemas de cumplimiento mediante la aprobación y puesta en vigor de la Política de Competencia (antimonopolio).

Conjuntamente con la Política de Conducta en los Mercados de Valores, la Política Anticorrupción, la Política de Prevención en Materia de Conflictos de Interés y la Política de Gobierno de Productos, la Política de Competencia obedece al desarrollo de los lineamientos generales señalados en el Código de Conducta Corporativo del Grupo BBVA, actualizado en 2015.

Asesoramiento en materia de comportamiento ético y legal

GRI 102-26, 102-27

El Código de Conducta del Grupo BBVA en Perú recoge las últimas exigencias normativas y recomendaciones de organismos internacionales como BIS, EBA, ISO, entre otros, así como las mejores prácticas y requerimientos de los organismos supervisores. Contiene, asimismo, las expectativas sociales actuales sobre lo que debe ser una estricta cultura empresarial basada en la ética.

El Código estipula de forma muy clara que el comportamiento de los empleados de BBVA 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.

Durante 2019, el área de Compliance reforzó el permanente compromiso del Grupo BBVA con la integridad en los negocios, impulsando la comunicación, formación y adhesión a su Código, así como los fundamentos que lo inspiran: transparencia, integridad y prudencia.

El Código aplica a todas las entidades vinculadas al Grupo BBVA en Perú. Cada colaborador cuenta con una copia del Código, que también se mantiene publicado en la página web del Banco y en el portal de Cumplimiento (intranet). La formación y adhesión formal se hacen mediante firma electrónica, lo que contribuye a la mayor eficacia y sencillez del proceso y está en línea con la estrategia de innovación tecnológica del Grupo.

En 2019, el área de Compliance continuó brindando soporte y asesoría a los empleados y a la alta dirección de BBVA en materia de aplicación del Código y de las políticas corporativas vigentes. La asesoría se impartió en asuntos relacionados con, entre otros, la aceptación de regalos o beneficios personales, el desarrollo de actividades profesionales, el tratamiento y gestión de potenciales conflictos de interés y la gestión de patrimonios personales.

El Banco tiene instituido el Comité de Gestión de Integridad Corporativa como el estamento de más alto nivel de vigilancia de la debida aplicación de las políticas y lineamientos incluidos en el Código. El área de Compliance presenta en las sesiones del Comité la evolución de todos los ámbitos relacionados con el Código.

Según lo señalado en el apartado precedente, en 2019 entró en vigor la Política de Competencia, que reafirma el compromiso de cabal respeto a la legalidad por parte del Grupo BBVA en cuanto la libre competencia es un principio esencial del buen funcionamiento del mercado. Desarrolla el apartado 3.14 del Código, que dispone que la actividad profesional del Grupo y sus integrantes se realiza con respeto a la libre competencia y evitando comportamientos que la restrinjan en forma ilegal.

En consecuencia, está prohibido negociar o llegar a acuerdos con los competidores sobre precios, oferta de productos, nivel de producción, reparto de clientes, mercado o cuotas, boicots a determinados clientes o proveedores, o cualquier otro supuesto contra la libre competencia, incluida toda actuación que pueda suponer un abuso de posición dominante.

Como en el caso de otras políticas, se disponen actuaciones de mitigación con carácter general, así como acciones específicas para evitar incurrir en riesgos de cumplimiento en el ámbito de la libre competencia. Se establece también la utilización con carácter corporativo del Canal de Denuncia, que recoge toda comunicación sobre algún posible incumplimiento al Código o a las políticas que lo desarrollan y contiene, además de un marco sancionatorio, el modelo de gobierno que aplica para estas políticas.

Durante 2019, el área de Compliance reforzó el permanente compromiso del Grupo BBVA con la integridad en los negocios, impulsando la comunicación, formación y adhesión a su Código, así como los fundamentos que lo inspiran: transparencia, integridad y prudencia.

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

GRI 205-2

La prevención del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo (LAFT) constituye una actividad permanente entre los objetivos que el Grupo BBVA asocia a su compromiso de mejorar los entornos sociales en los que desarrolla sus actividades.

BBVA considera que 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 sus stakeholders con los que se relaciona directamente (clientes, empleados, accionistas, proveedores, etc.) y con la sociedad en general.

Como se menciona en el apartado Sistema de cumplimiento, BBVA sustenta su accionar en un modelo corporativo de gestión de riesgo, el que comprende las mejores prácticas de la industria financiera a nivel mundial en la prevención del LAFT, entre ellas las recomendaciones de organismos como el Grupo de Acción Financiera Internacional (GATI).

Cabe resaltar que el modelo de gestión del riesgo del LAFT está en permanente evolución y se ve sometido a continuas revisiones independientes. Estos análisis permiten, en particular, reforzar los controles y establecer medidas mitigadoras adicionales para fortalecerlo.

En 2019, el Banco potenció el modelo de gestión del riesgo del LAFT con mejoras en los sistemas de categorización o asignación del riesgo de los clientes, desde la óptica de su prevención y en función de una serie de parámetros definidos legalmente y/o identificados por el sector como relevantes para cuantificar los riesgos del LAFT, y se perfeccionaron los sistemas de monitoreo ya existentes. Con ello se incrementó en 22% el número de alertas analizadas, en 31% el de operaciones inusuales analizadas y en 37% el número de reportes de operaciones sospechosas (ROS) comunicados a la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF Perú), con respecto al ejercicio anterior.

De otro lado, BBVA 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) para el personal dedicado a labores comerciales. En total, se capacitó al 98% de los colaboradores dedicados a actividades comerciales y al 96% de la plantilla general.

GRI 205-2

Conducta de mercado (Transparencia y protección al usuario)

Desde 2015, BBVA incorporó los temas de conducta de mercado (Customer Compliance) en su modelo de cumplimiento, a cargo del oficial de conducta de mercado (OCM). Este funcionario es responsable del desarrollo de las siguientes actividades establecidas en el marco de la regulación de conducta de mercado emitida por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS):

- Evaluación de los riesgos para los clientes asociados a los productos, servicios y actividades de BBVA, así como promoción o implementación de medidas para su mitigación. La puesta en práctica del modelo de cumplimiento en los comités de nuevos productos y en el programa de aseguramiento de calidad (PAC) garantiza que esta dimensión de la concepción, desarrollo, comercialización y post contratación sea tomada en cuenta desde el inicio y evaluada en todo momento por el OCM.
- Coordinación de los planes de acción para adaptarse a los nuevos requisitos y criterios emitidos en materia de protección al usuario, principalmente por la 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.
- Participación en los proyectos de mejora y actualización de los procesos comerciales y de los sistemas informáticos de BBVA, 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 atiende a un cliente/usuario debe estar debidamente informado y permanentemente

BBVA 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) para el personal dedicado a labores comerciales.

actualizado, se desarrolló el programa anual de capacitación, extensivo a todos los colaboradores que brindan soporte a los procesos internos y se realizó una actualización periódica del material de consulta de las oficinas a través de una aplicación centralizada.

- 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. En 2019 se validaron todas las comunicaciones emitidas y se revisó el marco de gobierno de comisiones.
- 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). Se efectuaron informes trimestrales de seguimiento de la actividad publicitaria.
- Reforzamiento de las métricas e indicadores de seguimiento de riesgos de cumplimiento, con el objetivo de fomentar un enfoque preventivo.
- Evaluación de las medidas vigentes en BBVA a la luz de los reclamos de los clientes, las revisiones de auditoría interna y externa y los exámenes y requerimientos de los reguladores. En tal sentido, en 2019 se comprobó que el 98% de atención de reclamaciones se produjo dentro del plazo legal vigente.

En el periodo 2019, BBVA presentó un 94% de promedio de cumplimiento de los lineamientos de publicidad de ASBANC. Esta adhesión busca facilitar la comprensión de información relacionada con las tasas de interés, tarifas u otras características y condiciones de los productos financieros.

GRI 417-1

Durante el periodo concluido se pusieron en práctica la Política en Materia de Conflictos de Interés y la herramienta que facilita el registro y gestión de los casos que son puestos en conocimiento de Customer Compliance, que se encarga de promover la mitigación correspondiente mediante la adopción de medidas con tal propósito. En cuanto a la Política de Gobierno de Producto, el OCM participó en la evaluación previa y el posterior seguimiento de todas las iniciativas comerciales desarrolladas por el Banco en el marco del PAC y del Comité de Nuevas Modalidades y Productos (CNMP).

Estándares de conducta

GRI 102-16, 102-17, 205-2, 307-1, 406-1, 412-2, 419-1

El Código de Conducta alcanza a todo el personal y empresas del Grupo BBVA en Perú y, de ser el caso, aplica a terceros vinculados con el Banco si representan una exposición al riesgo reputacional. El Código desarrolla lineamientos en cuatro ámbitos: i) Conducta con el cliente, ii) Conducta con los compañeros, iii) Conducta con la empresa y, iv) Conducta con la sociedad. Asimismo, desarrolla el marco de gobierno y de aplicación del Código.

En el marco de desarrollo de la Política Corporativa en los Mercados de Valores en BBVA, el Código de Ética en los Mercados de Valores, actualizado en 2018, define las actuaciones del personal que desarrolla sus actividades en el ámbito de inversiones por cuenta de terceros o de las entidades del Grupo en Perú, con el fin de prevenir el uso indebido de información privilegiada y/o de abuso de mercado, mediante la aplicación de medidas de control del flujo de información a sus vinculados (personas naturales y/o jurídicas), la autorización previa de operaciones, la construcción de “murallas chinas” físicas o intangibles y la monitorización de operaciones por cuenta propia o de sus vinculados en los mercados de valores.

Para lograr sinergias y simplificar la comunicación de actuaciones o situaciones que puedan ser contrarias al Código, a las políticas que lo desarrollan o a sus valores y pautas, se estableció que el Canal de Denuncias sea el medio de comunicación de tales actuaciones, al margen de las disposiciones autorregulatorias del Grupo.

Durante el 2019, en el análisis de los medios de prensa escritos y digitales no se identificó ningún reporte en cuanto a temas polémicos que afectaran a BBVA referidos a sostenibilidad.

GRI 307-1

Para lograr sinergias y simplificar la comunicación de actuaciones o situaciones que puedan ser contrarias al Código, a las políticas que lo desarrollan o a sus valores y pautas, se estableció que el Canal de Denuncias sea el medio de comunicación de tales actuaciones, al margen de las disposiciones autorregulatorias del Grupo.

Canal de denuncias

GRI 102-33

Uno de los fines del Código de Conducta de BBVA y de las empresas del Grupo BBVA en el Perú es reforzar la obligación de sus integrantes de no tolerar comportamientos que se aparten de las políticas y lineamientos señalados en él e impedir cualquier actuación en el desarrollo de funciones de los integrantes del Grupo al margen de la legalidad, o que resulten moralmente cuestionables. En suma, todo lo que pueda perjudicar la reputación o el buen nombre de las entidades del Grupo BBVA en el país.

El Canal de Denuncias constituye un medio por el cual cualquier stakeholder puede informar todo incumplimiento que él mismo observe o le sea transmitido por otros colaboradores, clientes o proveedores, lo que incluye, pero no limita, conductas ilegales o no éticas. Para ello 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.
- Utilizar el Canal de Denuncias corporativo cuando se desee que el caso sea notificado a Cumplimiento Holding.

Quienes de buena fe den cuenta de hechos o actuaciones inadecuados al Canal de Denuncias (correos electrónicos y/o teléfonos) no podrán ser objeto de represalias ni sufrir ninguna consecuencia adversa por tal razón.

La Unidad de Cumplimiento tramitará las denuncias recibidas con diligencia y prontitud, promoverá su investigación y verificación e impulsará 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.

Durante 2019 se incorporó la gestión de denuncias producidas a través de redes sociales, incluyéndolas como denuncias que deben ser atendidas en el ámbito de conducta con el cliente. En promedio, el 50% de denuncias se produjo a través de redes sociales, lo que incrementó en 111% en el número de imputaciones gestionadas en el Canal de Denuncias con respecto a 2018. Cabe destacar que el 10% de las acusaciones se hicieron por correo electrónico y el resto por el buzón telefónico anónimo y gratuito, los otros medios utilizados para la gestión de comunicaciones por el Canal de Denuncias. La resolución oportuna y eficaz de las denuncias planteadas garantizaron el debido cumplimiento del Código y consolidaron la confianza en la utilización del Canal de Denuncia.

Durante el periodo 2019 no se recibieron denuncias correspondientes a casos de corrupción para BBVA.

GRI 205-3

Cumplimientos legales

Por otro lado, durante el año 2019 no existió ninguna multa o sanción no monetaria en materia socioeconómica que tenga materialidad respecto del monto total facturado por el Banco durante el mismo período.

GR 419-1

Asimismo, durante el año 2019 se registraron 75 casos con sanciones pecuniarias del Indecopi por infracciones al Código de Protección al Consumidor, con multas por 115.71 UIT.

Modelo de control interno

GRI 102-11, 205-1

BBVA articula su modelo de control interno con el definido por el Grupo BBVA, basado en las recomendaciones del Comité de Basilea y en las mejores prácticas de la industria. El modelo cuenta con un esquema estructurado en 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 la conforman las gerencias encargadas de los procesos y aquellas responsables tanto de la gestión de riesgos actuales y emergentes como de la ejecución de los procedimientos de control inherentes a tales procesos. Estas gerencias cuentan con el apoyo de responsables de control quienes, aplicando la metodología, identifican, cuantifican, mitigan y dan seguimiento a los riesgos identificados.

La segunda línea la integra 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 Talento & Cultura, Servicio Jurídico, 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, la tercera línea de defensa, constituida por el Área de Auditoría Interna, 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 cumple así con los más altos estándares en materia de control interno, emitidos y actualizados en 2013 por el Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO).

Dentro de las iniciativas relevantes realizadas en 2019, resalta la continuación del fortalecimiento del esquema de control interno de BBVA a través de la dotación de mayor estructura y metodologías de trabajo.

Corporate Assurance

En febrero de 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. Se estableció un esquema de governance que involucra a la alta dirección y se apoya en la labor realizada por especialistas de control, lo que da viabilidad al modelo.

El esquema promueve la actuación coordinada de las tres líneas de defensa, de forma 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 comprende 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.

Internal Audit

A nivel corporativo, el área Internal Audit (IA) depende de la presidencia del Grupo y, a nivel local, del directorio del Banco. IA 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.

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

IA elabora su plan anual utilizando la metodología de Risk Assessment, que se aplica a todos los procesos del Banco.

Principales actividades de auditoría interna por tipología de riesgo

	Plan 2018 ^(*)	Plan 2019 ^(**)
Riesgo operacional	8	2
Riesgo de cumplimiento	4	5
Riesgo de crédito	5	4
Riesgo tecnológico	3	2
Riesgo legal	2	5
Riesgo estructural	0	1
Riesgo de capital	1	0
Riesgo de modelo de negocio	1	0
Riesgo de mercado	1	0
Riesgo de empresa extendida	1	1
Riesgo de gobierno interno	1	1
Total	27	21

(*) Plan ejecutado durante el ejercicio 2018.
 (**) Plan ejecutado durante el ejercicio 2019.

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

Los principales focos de riesgo en los que Auditoría Interna centró su plan de trabajo durante 2019 fueron:

- **Riesgo operacional:** Gestión de clientes y transformación digital.
- **Riesgo de cumplimiento:** Consumer Protection y PLD&FT.
- **Riesgo de crédito:** Calidad Crediticia, Admisión Reactiva y Reporting Regulatorio.
- **Riesgo tecnológico:** Continuidad del Negocio y Seguridad de Información.
- **Riesgo legal:** Riesgo Normativo y Reporting Financiero.
- **Riesgo de empresa extendida:** Contrataciones.
- **Riesgo de gobierno interno:** Marco de Control.
- **Riesgo estructural:** Conceptos y Metodología de liquidez.

Transparencia fiscal

Estrategia fiscal

En 2015, el Consejo de Administración aprobó los “Principios corporativos en materia tributaria y estrategia fiscal”, los que se enmarcan dentro del sistema de gobierno corporativo de BBVA y establecen las políticas, principios y valores que deben guiar el comportamiento del Grupo en materia tributaria. Al tener un alcance global, afectan a todas las personas que forman parte del Banco y su cumplimiento es de suma importancia, dada la relevancia y el impacto que la tributación de una gran multinacional como BBVA tiene en las jurisdicciones donde está presente. Este lineamiento se encuentra vigente y rigió para la actuación durante 2019.

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 del Banco 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 efectivo cumplimiento de lo establecido por la estrategia fiscal es debidamente monitoreado y supervisado por los órganos de gobierno de BBVA.

- 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

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

En la contribución fiscal total del Grupo BBVA (Informe Total Tax Contribution, ITTC), 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 ITTC proporciona a todas las partes interesadas la oportunidad de comprender el pago de impuestos del Banco y representa un enfoque con visión de futuro, así como una clara correspondencia con la responsabilidad social corporativa, asumiendo una posición de liderazgo en la transparencia fiscal.

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

Contribución fiscal total Variación interanual (en millones de soles)

	2019	2018	2017
Impuestos propios	923	698	723
Impuestos de terceros	321	353	342
Contribución total	1,244	1,051	1,065

Compras responsables

GRI 102-9, 102-10, 103-2, 204-1, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2

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 prestó el servicio de compras al resto de países de esta región hasta el 31 de diciembre de 2019.

En mayo, se presentó y aprobó el lanzamiento de un Plan de Acción en Procurement, de carácter global y enfocado en la mejora de los procedimientos de información y control relativos a la homologación de proveedores, la recepción y aceptación de bienes y servicios y el pago de las facturas, como un paso más en la transformación de la función de Procurement de Socio de Negocio a Socio de Negocio y Control.

El plan se estructura en torno a cuatro objetivos principales:

- Reducir la factura financiera negociable (“contratación irregular”).
- Reforzar los mecanismos de control sobre los procesos de recepción de bienes y aceptación de servicios y sobre las unidades delegadas adquirientes (UDA).
- Mejorar el proceso de homologación de proveedores.
- Extender el proceso de homologación de proveedores.

En octubre, Procurement transformó su modelo organizativo con la creación del Hub Global de compras que incrementa la centralización al adquirir las necesidades que son homogéneas al Grupo, así como la gestión de los proveedores globales con los que trabaja.

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).

El Hub Global, que iniciará sus operaciones el 1 de enero de 2020, perseguirá los siguientes objetivos:

- A. Aprovechar la escala del Grupo.
- B. Generar eficiencias operativas mediante la consolidación de procesos.
- C. Reforzar el control interno.
- D. Incrementar el talento.
- E. Mejorar la gestión de proveedores globales.
- F. Promover una gestión más integrada del ciclo de aprovisionamiento.

De otro lado, el Hub Global se articula sobre tres ejes de actividad: (i) Ejecución, focalizado en maximizar las condiciones de contratación y limitar el riesgo en la relación con los proveedores; (ii) Control, centrado en el control interno del proceso de aprovisionamiento, y (iii) Estrategia, impulsando la transformación continua de la función y promoviendo el desarrollo de nuevos proyectos y modernas formas de trabajar.

Portal de proveedores

El lanzamiento del Portal de Proveedores permite al Grupo relacionarse de forma electrónica con proveedores que aún no trabajan con él, al facilitar sus datos dentro de un entorno colaborativo. Su puesta en marcha ha significado una valiosa ayuda para la transparencia al contactar con quienes desean brindar sus servicios al Banco.

Plazo medio del pago a proveedores

	2019	2018	2017
Número de días	8	11	25

El cálculo individual de la demora de pago al proveedor en 2019 se determinó tomando en cuenta la fecha de ingreso del comprobante de pago al centro grabador de facturas hasta la fecha de abono en cuenta; esto sienta una diferencia con años anteriores, en que se contabilizaba desde la fecha de emisión del comprobante de pago. La mejora del proceso de obtención de la información ha permitido reflejar una disminución significativa en el cálculo del promedio anual de pago.

Encuesta de satisfacción de proveedores

Con la finalidad de medir el grado de satisfacción de los proveedores, BBVA invitó a quienes les proporcionaron sus servicios en 2019 a participar en una encuesta bienal. El resultado de esta fue de 79 puntos.

Proveedores

BBVA considera a sus proveedores 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 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.

BBVA 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 el marco de esta política, las actuaciones con los proveedores en 2019 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

	2019	2018	2017
Número de proveedores ⁽¹⁾	2,147	3,752	3,230
Volumen facturado por proveedores (en millones de soles)	1,030	1,054	967
Número de proveedores homologados ⁽²⁾	366	486	429

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

(2) Proveedores con homologación vigente al 2019.

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.

Gestión de proveedores

Proceso de homologación

GRI 412-3

BBVA 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 compartan los mismos valores que el Grupo en términos de responsabilidad social.

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 de 2017, el análisis de Riesgo Reputacional se incluye en el proceso de homologación de proveedores para los países de 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.

BBVA mantiene el firme compromiso de contribuir al crecimiento económico y social de los países en los que está presente.

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 del 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.

Datos básicos de proveedores en el proceso de homologación

	2019	2018	2017
Número de proveedores que pasaron por el proceso de homologación ⁽¹⁾	391	505	202
Compras a proveedores que participaron en el proceso de homologación (en porcentaje) ⁽²⁾	18.21	13.47	6.25
Número de proveedores que no superaron el proceso de homologación	25	19	24

(1) Proveedores evaluados por la certificadora.

(2) Se considera el porcentaje de proveedores que han pasado el proceso de homologación con respecto al total de proveedores que han facturado durante el 2019 (No se incluyen preferentes).

El porcentaje de proveedores homologados en 2019 fue de 12.39%, los cuales concentraron el 51.10% del total adjudicado. BBVA mantiene el firme compromiso de contribuir al crecimiento económico y social de los países en los que está presente. Así, el 95.58% de sus proveedores fue local y representó un 89.55% 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.

GRI 204-1

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 pueda provocar. Para gestionarlos, el Banco dispone de una Política de Compras, un Proceso de Homologación y una Norma Corporativa de Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios.

Los impactos que se consideran factibles pueden ser:

- Ambientales.
- Producidos por malas prácticas laborales llevadas a cabo en las empresas de los proveedores.
- Derivados de la ausencia de libertad de asociación.
- Que inciden en los derechos humanos (DD.HH.).
- Positivos o negativos a la sociedad.

El Banco dispone de una Política de Compras, un Proceso de Homologación y una Norma Corporativa de Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios.

Finanzas sostenibles

Gestión de riesgos sociales, ambientales y reputacionales

GRI 102-11, 102-15, 102-29, 102-30

Las actividades de BBVA tienen impacto 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, y 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 toma en consideración, junto con las usuales 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.

Gestión de los riesgos sociales y ambientales

GRI 102-12, 201-2, 412-3

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 es gestionar el financiamiento de estos proyectos de manera que sea posible reducir e incluso evitar los impactos negativos y potenciar así su valor económico, social y ambiental.

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 tanto atender las expectativas de los colectivos interesados en los proyectos y la demanda social de lucha contra el cambio climático como respetar los derechos humanos.

Desde 2004, el grupo BBVA se acoge a los Principios de Ecuador (PE), cuyos estándares utiliza para determinar, evaluar y gestionar los riesgos ambientales y sociales en la financiación de proyectos, a la vez que toma 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).

Las actividades de BBVA tienen impacto 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, y de manera indirecta, mediante la actividad crediticia y los proyectos de financiamiento.

Para BBVA, los PE son el punto de partida para aplicar las mejores prácticas de financiación responsable y el marco de diálogo con los clientes y 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, y su desarrollo y difusión son un compromiso asumido por el Comité de Dirección y los grupos de trabajo en los que participa.

El equipo de Investment Banking & Finance asume las responsabilidades de análisis de los Project Finance, la representación del Banco ante los grupos de interés, la rendición de cuentas ante la alta dirección y el diseño e implementación del sistema de gestión.

Durante 2019 se mantuvo la metodología de análisis de los proyectos que consiste en someter cada transacción que se presenta 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 la 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 aspectos mencionados.

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

La revisión de los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social son realizadas mensualmente por el Directorio y los comités involucrados.

GRI 1 02-31

Evaluación del riesgo social y ambiental y concesión responsable del crédito

BBVA tiene implementado un sistema de gestión del riesgo social y ambiental alineado al Reglamento 1928-2015 emitido por la SBS, que toma como referencia los PE y las normas de desempeño de la CFI, requerimientos que, en buena parte, el Banco tenía ya contemplados desde 2004 por propia iniciativa. Los requisitos mínimos para la gestión del riesgo social y ambiental que se establecen en ese reglamento promueven la implementación de buenas prácticas y una toma prudente de riesgos por parte de los bancos.

Dentro de este 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 ellos y favorece la actuación anticipada para prevenir o reducir sus consecuencias no deseables.

Gestión del riesgo reputacional

BBVA ha desarrollado una metodología que permite la identificación, evaluación y gestión del riesgo a nivel reputacional. De esta manera, ha definido y revisa de forma regular un mapa que refleja los riesgos a los que la entidad está expuesta, junto a un conjunto de planes de acción destinados a mitigarlos.

Este trabajo, que comenzó en 2006, prioriza dos variables: el impacto en las percepciones de los grupos de interés y la fortaleza de BBVA frente a este riesgo. Se trata de un ejercicio con foco en la reputación que se realiza en todas las geografías en donde opera el Grupo BBVA, cuya integración permite obtener una visión consolidada. A partir de 2015, se utiliza una herramienta informática que facilita la evaluación de los riesgos por las áreas competentes.

En 2018 se estableció la figura del especialista en riesgo reputacional, lo que significó un hito importante en el desarrollo del modelo de tres líneas de defensa del Banco. De esta forma, BBVA cuenta con 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 labores de secretaría). El Comité es responsable de diseñar el modelo de gestión del riesgo de la reputación, así como de promover su adecuada implementación dentro del Grupo. Su conformación se replica tanto a nivel global como en las distintas geografías.

BBVA ha desarrollado una metodología que permite la identificación, evaluación y gestión del riesgo a nivel reputacional.

Para desarrollar esta metodología, se han identificado dos tipos de instancias clave:

- Los equipos de Responsible Business & Communications, responsables de identificar los riesgos y valorar su impacto.
- Los Assurance Providers (AP), cuya misión es evaluar y mitigar los riesgos identificados. Son especialistas que proceden de diversas áreas, ya que los riesgos para la reputación tienen orígenes muy variados.

El reporte de la gestión del riesgo de la reputación es elaborado por cada uno de estos representantes en su ámbito de actuación e incluye la visión agregada de los riesgos, para lo que considera las exigencias regulatorias locales. El governance implementado se consolidó con el fortalecimiento de la metodología y el desarrollo de una herramienta informática para su gestión.

El Banco considera que el entorno socioeconómico y ambiental influye de forma directa en el desarrollo de su actividad. Por este motivo, sus máximos órganos de gobierno –el Directorio y el Comité de Activos y Pasivos (COAP), integrado por miembros del Comité de Dirección– tienen acceso de forma permanente a los reportes sobre la coyuntura económica y social del país que BBVA Research prepara mensualmente. Estos documentos incluyen el análisis de hechos, conflictos o medidas medioambientales ocurridos en el país que puedan ocasionar un impacto en las regiones en donde opera el Banco. Esta información resulta clave para la toma de decisiones.

Determinar la confiabilidad de sus proveedores y el correcto sustento de sus transacciones es un aspecto clave del marco ético de BBVA. Por este motivo, la Unidad de Compras, Inmuebles y Servicios Generales del Banco tiene como responsabilidad verificar que los proveedores se hayan sometido a la evaluación de los PE, requisito indispensable para que se les considere aptos para realizar transacciones durante la vigencia del contrato.

Medio ambiente

GRI 201-2, 301-1, 302-1, 302-3, 302-4, 303-1, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 306-2

Las entidades financieras cumplen un importante rol en la lucha contra el cambio climático y en la búsqueda de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por Naciones Unidas. Su posición en el mercado les permite movilizar capital a través de inversiones, préstamos y funciones de asesoramiento.

BBVA participó en 2007 en la primera emisión de un bono verde en el mundo, y siente que hoy es necesario trabajar de forma conjunta para cumplir el desafío de cuidar el planeta. En tal sentido, ha desarrollado Compromiso 2025, su estrategia de cambio climático y desarrollo sostenible. Con el propósito de permitir que todas las personas puedan alcanzar las oportunidades de esta nueva era, el Grupo se ha comprometido a movilizar 100 mil millones de euros en financiación verde, infraestructuras sostenibles, emprendimiento social e inclusión financiera.

Ecoeficiencia

GRI 302-5

En el marco del Plan Global Eficiente (PGE) para la reducción de su huella ambiental, el Grupo BBVA ha adoptado desde 2014 diversas iniciativas que incluyen el consumo energético eficiente, tales como la implementación de energías renovables, la utilización de nuevas tecnologías para el ahorro energético, la realización de auditorías medioambientales y energéticas en los edificios y la racionalización de recursos para hacer más eficiente la infraestructura, entre otras medidas dentro de un nuevo concepto de “oficina verde”.

En ese sentido, el PGE establece los siguientes objetivos para el período 2016-2020, con respecto a los resultados alcanzados al cierre de 2015:

- Reducción de 7% en las emisiones de CO₂.
- Reducción de 13% en el consumo de agua.
- Reducción de 8% en el consumo de electricidad.

Determinar la confiabilidad de sus proveedores y el correcto sustento de sus transacciones es un aspecto clave del marco ético de BBVA.

- Que un 35% del personal trabaje en edificios y oficinas con certificación ambiental.
- Que un 35% del personal trabaje en edificios con recolección selectiva de residuos.

El PGE establece controles y el recojo de los residuos resultantes en insumos como papel, aparatos eléctricos y otros remanentes en todo el ámbito de influencia del Grupo BBVA.

Principales indicadores del PGE⁽¹⁾

	2019	2018	2017
Personal que trabaja en edificios certificados (%)(2)	42.26%	39.66%	35%
Emisiones CO ₂ por empleado (t/empleado-año)	1.52	1.66	1.88
Consumo de papel por empleado (kg)(3)	45.27	43.94	50.52
Electricidad consumida por empleado (MW-h/empleado-año)	4.71	5.00	6.25
Consumo de agua por persona (m ³ /empleado-año)	24.24	24.25	25.18

(1) Comprende empleados de BBVA incluido personal de subsidiarias y colaboradores externos (laborando en instalaciones del Banco) a nivel nacional, salvo cualquier otra indicación expresa en este documento.

(2) En base a las Certificaciones ISO 14001 (sede central) e ISO 50001 (12 oficinas de red).

(3) Empleados BBVA incluido personal de subsidiarias: Comprende empleados BBVA + subsidiarias (no colaboradores externos).

Iniciativas 2019

Durante 2019, BBVA puso en práctica las siguientes iniciativas y proyectos con el objetivo de lograr un menor consumo y el uso eficiente de nuestros recursos, así como mantener (y en algunos casos incorporar) las certificaciones referidas al tema:

1. Proyectos remodelación OPEN SPACE en la sede central

Realizados bajo el liderazgo de Inmuebles y la participación de diversas áreas del Banco, comprenden las siguientes características:

- I. Aplicación de elementos que conduzcan a un menor de consumo de:
 - a) Energía (artefactos / lámparas de iluminación LED, detectores de presencia en las salas de reuniones y SSHH, 2 ascensores de pasajeros y 1 ascensor montacargas renovados).
 - b) Agua (grifos ahorradores, aparatos sanitarios).
 - c) Otros.

II. Workplace:

Puestos de trabajo y salas de reuniones con infraestructura permanente y necesaria para el desarrollo de audio y/o videoconferencias con el menor desplazamiento de colaboradores. Asimismo, áreas de impresión (de documentos realmente indispensables) y zonas de disposición selectiva de residuos.

Por otro lado, con la unificación de la marca BBVA en todos los mercados en los que opera (a mediados de 2019), los correos electrónicos exhiben un formato oficial de firma con un mensaje de sensibilización ambiental con relación a la impresión en papel, al pie de este.

2. Proyecto de construcción del comedor zona lunch

Ejecutado por Inmuebles y con la participación de diversas áreas del Banco, el proyecto presenta las siguientes características:

- Energía:** Uso de artefactos / lámparas de iluminación LED; no implementación de un sistema de aire acondicionado, sino más bien el uso de un diseño ecoeficiente de ventilación cruzada natural con paneles perforados en el perímetro superior para la eliminación del aire caliente.
- Agua:** Grifería y aparatos sanitarios de menor consumo de agua.

Residuos

- Uso de paneles reciclados de OSB y tableros contrachapados en los SSHH, cuya fabricación tiene menor impacto medioambiental.
- Zonas de disposición selectiva de residuos.

3. Nuevo contrato de suministro eléctrico de la sede central

La tratativa estuvo liderada por Equipos e Instalaciones en Facility Management, con lo que obtuvo nuevas tarifas eléctricas, sumamente convenientes económicamente.

Además, en línea con los Objetivos del Plan Global de Ecoeficiencia 2016-2020 del Grupo BBVA, se logró incorporar el compromiso del nuevo proveedor para el otorgamiento a BBVA de un certificado anual que acredite que la energía consumida en las instalaciones electromecánicas de la sede central tiene su origen en fuentes renovables.

4. Servicios de taxis corporativos

El acuerdo estuvo liderado por Travel Manager en Facility Management. En 2019 el servicio fue atendido por un proveedor que ha adoptado compromisos medioambientales tales como:

- Seguir los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de la ONU.
- Participar del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, apoyando sus principios relacionados con derechos humanos, trabajo, medioambiente (principios 7, 8 y 9) y anticorrupción.
- Apuntar a ser “Carbono Neutrales”, vale decir, el estado en el que las emisiones netas de gases efecto invernadero expedidas al ambiente equivalen a cero. El objetivo final es no afectar la concentración natural de gases de efecto invernadero que existen en la atmósfera.

Locales certificados

ISO 14001: Sede Central

En 2019 se realizó una auditoria de seguimiento a la certificación en la norma ISO 14001 para la sede central, liderada por Inmuebles y con la participación de diversas áreas del Banco.

El propósito de esta norma internacional es proporcionar a las organizaciones un marco de referencia para proteger el medio ambiente y responder a las condiciones ambientales cambiantes, en equilibrio con las necesidades socioeconómicas.

La norma especifica los requisitos que permiten que una organización logre los resultados previstos (en el caso de BBVA, la recogida selectiva de residuos y la disposición final sostenible, entre otros puntos) establecidos como objetivos en su Sistema de Gestión Ambiental.

Se incorporó al Centro de Procesamiento de Datos (CPD) de BBVA dentro del conjunto de ambientes de la sede central comprendidos en el proceso de certificación.

ISO 50001: Sucursales

Durante 2019 se mantuvo la certificación ISO 50001 para 12 locales.

En 2019 se realizó una auditoria de seguimiento a la certificación en la norma ISO 14001 para la sede central, liderada por Inmuebles y con la participación de diversas áreas del Banco.

Gestión ambiental

GRI 302-4, 302-5, 306-2

	2019	2018	2017
1. Consumo de agua			
Total anual de agua consumida (m ³)*	176,933	175,286	143,850.93
Agua consumida por empleado (m ³ / empleado-año)	24.24	24.25	25.18
*El consumo de agua en megalitros para 2019 fue de 1.77.			
2. Consumo de electricidad			
Total anual de energía directa consumida (GJ) (gasóleo) (y GLP desde año 2016)	1,205	1,139	1,258.94
Energía directa (gasóleo) (y GLP desde Año 2016) por empleado (GJ/empleado-año)	0.16	0.23	0.22
Total de electricidad anual consumida (GJ)*	123,801	130,034	128,564.32
*La reducción del consumo energético para el año 2019 respecto al 2018 ha sido de 6,233 GJ. Los tipos de fuente de energía utilizadas en nuestras operaciones: Eléctrica proveniente de Centrales Hidroeléctricas y a Gas, principalmente, y en menor proporción Centrales que utilizan Diesel y Carbón así como las de Recursos Energéticos Renovables (Solar, Eólica, otras).			
3. Consumo de papel			
Total anual de papel consumido (t)	282	272	288.65
Total de papel consumido por empleado (kg/empleado BBVA inc. Subs-año)*	45.27	37.58	50.52
Total de tóneres consumidos (unidades)**	0	0	0
Papel ecológico consumido (t)	282	272	288.65
* Empleados BBVA inc. Subs.: comprende Empleados BBVA+Subsidiarias (no colaboradores externos). ** El Banco cuenta con un servicio subcontratado/tercerizado de impresoras, por lo cual no hay consumo propio de tóneres.			
4. Gestión de residuos			
Papel anual reciclado (primera etapa: picado) (kg)	17,525	15,705	46,397
Tóneres (kg)	0	0	0
Aparatos eléctricos y electrónicos (kg)*	61,031	216,434	8,140
Papel ecológico consumido			
*Aparatos vendidos.			

Emisiones atmosféricas

GRI 305-5

Las reducciones de las emisiones de las emisiones de los GEI cuyo gas incluido solo es el CO₂ fueron:

- Alcance 1: No hubo reducción.
- Alcance 2: 460.59 t.
- Alcance 3: 391.34 t.

	2019	2018
Alcance 1: Emisiones CO ₂ (t) ⁽¹⁾	128.01	120.93
Alcance 2: Emisiones CO ₂ (t) ⁽²⁾	9,147.51	9,608.10
Alcance 3: Emisiones CO ₂ (t) ⁽³⁾	1,849.22	2,240.56

(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.

Involucramiento en iniciativas globales

BBVA Perú forma parte de las principales iniciativas internacionales de desarrollo sostenible, como el Pacto Mundial de Naciones Unidas, los Principios de Ecuador, los Principios para la Inversión Responsable y la Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI, por sus siglas en inglés).

Además, está firmemente comprometido con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, adhesión confirmada en diciembre de 2018.

Por otro lado, el Banco participa activamente en foros y eventos en los que presenta sus principales acciones en materia de responsabilidad social.

Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)

El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) con el fin de proteger el planeta, erradicar la pobreza y alcanzar un mundo próspero para las próximas generaciones. Tales propósitos, enmarcados en la Agenda 2030 sobre desarrollo sostenible, buscan involucrar a todos: gobiernos, empresas, sociedad civil y personas a título individual.

Cada objetivo, enunciado con un fin concreto, comprende a su vez diferentes metas para su cumplimiento, y cada meta cuenta con sus propios indicadores, los que sirven para determinar el grado de consecución de cada objetivo.

En conjunto, BBVA contribuye a los ODS con el amplio abanico de negocios del Grupo, incluida la actividad de la Fundación Microfinanzas, y su presencia global. En ese sentido, busca dar respuesta a los compromisos de la Agenda 2030 y, al mismo tiempo, aprovechar las oportunidades de negocio que se derivan de su cumplimiento.

BBVA contribuye a los ODS con el amplio abanico de negocios del Grupo, incluida la actividad de la Fundación Microfinanzas, y su presencia global.

	Objetivos	Impactos positivos y negativos	Capítulo	Temas
 <p>1 FIN DE LA POBREZA</p>	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	Acercar los servicios financieros a los rincones más remotos del país	<ul style="list-style-type: none"> Finanzas sostenibles Fundación Microfinanzas BBVA Inversión en la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> Inclusión financiera Onmicanalidad Emprendimiento Inversión en programas sociales Educación financiera Conocimiento, ciencia y cultura
 <p>2 HAMBRE CERO</p>	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible	Apoyo a los agricultores a través de microcréditos rurales	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Microfinanzas BBVA 	<ul style="list-style-type: none"> Emprendimiento
 <p>3 SALUD Y BIENESTAR</p>	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades	Aseguramiento de la salud tanto de los colaboradores como de determinados colectivos de la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> El equipo Inversión en la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad y salud en el trabajo Auspicios y donaciones
 <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos	Poner al alcance de las personas más vulnerables las oportunidades de esta nueva era	<ul style="list-style-type: none"> Inversión en la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> Educación para la sociedad Conocimiento, ciencia y cultura
 <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas	Fomento de un ambiente de trabajo que respalda la igualdad de género, tanto en relación con sus empleados como por su apoyo a iniciativas y su oferta de productos	<ul style="list-style-type: none"> El equipo Inversión en la comunidad Fundación Microfinanzas BBVA 	<ul style="list-style-type: none"> Diversidad e inclusión Emprendimiento Inversión en programas sociales
 <p>6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</p>	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	Desarrollo de proyectos de gestión de agua en las infraestructuras del Banco y debida diligencia en las operaciones controvertidas	<ul style="list-style-type: none"> Finanzas sostenibles 	<ul style="list-style-type: none"> Plan Global de Ecoeficiencia. Gestión del Riesgo Social y Ambiental.



	Objetivos	Impactos positivos y negativos	Capítulo	Temas
<p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p> 	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	Desarrollo de proyectos de eficiencia energética y reducción de emisiones	•Finanzas sostenibles	•Plan Global de Ecoeficiencia •Gestión de Riesgo Social y Ambiental
<p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> 	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	Impulso de emprendedores vulnerables; apoyo a la comunidad a través de la promoción de la responsabilidad corporativa	•Inversión en la comunidad •Estrategia •Acerca del BBVA •El equipo •Fundación Microfinanzas BBVA	•Emprendimiento •Herramientas de escucha y diálogo •Indicadores clave de negocio responsable •Diversidad y conciliación
<p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p> 	Construir infraestructuras "resilientes", promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	Movilizar capital para financiación de infraestructuras sostenibles e inclusivas	•Estrategia	
<p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p> 	Reducir la desigualdad en y entre los países	Contribución fiscal transparente	•Finanzas sostenibles •Fundación Microfinanzas BBVA	•Política tributaria •Transparencia fiscal
<p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p> 	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, "resilientes" y sostenibles	Fomento a la construcción de infraestructuras sostenibles. Inversión en programas sociales	•Finanzas sostenibles •Fundación Microfinanzas BBVA •Fundación BBVA	•Emprendimiento •Plan Global de Ecoeficiencia •Educación, ciencia y cultura
<p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p> 	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenible	Adaptación de las prácticas del Banco a las necesidades de esta nueva era	•Finanzas sostenibles •Inversión en la comunidad	•Gestión de riesgos sociales, ambientales y reputacionales •Compras responsables •Educación para la sociedad
<p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p> 	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	Movilizar capital para favorecer el desarrollo sostenible y luchar contra el cambio climático. Impactos ambientales negativos directos de la actividad del Banco	•Finanzas sostenibles •Estrategia	•Plan Global de Ecoeficiencia •Gestión de riesgos sociales, ambientales y a la reputación •Estándares internacionales asumidos en materia medioambiental
<p>14 VIDA SUBMARINA</p> 	Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos	No aplica		
<p>15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES</p> 	Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de la biodiversidad	No aplica		

	Objetivos	Impactos positivos y negativos	Capítulo	Temas
 <p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.	Controversias de corrupción y financiación de armamentos	<ul style="list-style-type: none"> •Estrategia •Sistema de gobierno •El equipo 	<ul style="list-style-type: none"> •Política de Banca Responsable •Sistema y función de cumplimiento normativo •Voluntariado y social engagement
 <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible	Incremento de alianzas y adhesión a iniciativas para cumplir los objetivos de desarrollo sostenible	<ul style="list-style-type: none"> •Acerca de BBVA 	<ul style="list-style-type: none"> •Compromisos internacionales suscritos

Productos de alto impacto social

Soluciones centradas en personas

Uno de los objetivos constantes de BBVA es integrar a los productos e iniciativas de su actividad diaria atributos sociales que hagan la diferencia. Para ello, diseña sus productos y servicios con un impacto superior al ya generado con su actividad ordinaria, al contar con un enfoque en:

- Inclusión financiera.
- Pequeñas y medianas empresas (Pymes).
- Particulares con necesidades especiales.
- Inversión socialmente responsable.

Inclusión financiera

En febrero de 2016, BBVA, en alianza con la ASBANC y PDP (Pagos Digitales Peruanos), lanzó BIM (billetera móvil), una nueva propuesta de pagos móviles basada en un modelo interoperable entre todos los bancos del sistema.

BIM se basa en una plataforma de dinero electrónico que permite acceder al sistema financiero transferir fondos y pagar diversos servicios desde sus celulares sin necesidad de tener una cuenta bancaria. Un smartphone es el mejor aliado para afiliarse: solo se precisa un celular activado en Claro, Movistar, Entel o Bitel, 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.

En 2018 se lanzó la app BIM para los sistemas operativos IOS y Android, con gran acogida, y luego se unieron Bitel y la opción de pagar el recibo de post pago Bitel. El gran crecimiento permitió a BBVA fortalecer el uso de BIM en sus agentes corresponsales y otros canales.

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 y Agentes Express.

Al cierre de 2019, el sistema BIM contaba con 25 entidades financieras participantes, 700 mil usuarios activos registrados y más de 11 millones de transacciones realizadas; es decir, +14% y +120%, respectivamente, en comparación con el año anterior.

El potencial demostrado por el segmento llevó a que BBVA fomentara nuevas funcionalidades que le permitieran mantener el liderazgo en el mercado de transacciones con dinero electrónico al cierre del periodo. En esa línea, se habilitó el pago de servicios

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 y Agentes Express.

básicos como luz, agua, gas y teléfono, y la opción de usar BIM como medio de pago en establecimientos participantes.

Datos de clientes del segmento de inclusión financiera

	2019	2018	2017
Número de clientes	1,457,678	1,197,205	909,251

Acceso al ahorro con mayores beneficios

Dentro de la estrategia de impulso a una cultura de ahorro, BBVA brinda al cliente distintas opciones que se acomodan a sus necesidades. En 2019, las herramientas Mis metas y Mi día a día, promovidas activamente, lograron un incremento de 82% con respecto al año anterior en la cantidad de metas creadas, y que más del 60% de los clientes que utilizan canales digitales accedan al detalle de sus ingresos y gastos con el objetivo de mejorar su salud financiera.

Para generar una oferta de valor sencilla y clara para el cliente, se trabajó en la simplificación del portafolio de los productos de ahorros con dos drivers que son los más valorados: operaciones libres de costo (transaccionalidad) o accesos a premios por mantener los ahorros con BBVA.

La cuenta transaccional Cuenta Independencia se promovió con un mensaje claro: cero costo en comisiones a nivel nacional, además del programa de beneficios Mundo Independencia, que ofrece descuentos en establecimientos asociados, lo que contribuye a que el cliente pueda ahorrar en sus consumos. Por su parte, Cuenta Ganador incrementó la oportunidad de ganar sus premios, al sumar a los clásicos sorteos semestrales, la versión semanal.

Adicionalmente, para los clientes que reciben la nómina en BBVA, se reforzó el programa de fidelización Mundo Sueldo, con una app más amigable y mejores funcionalidades: BBVA Beneficios. El programa cuenta con una nueva estructura para la identificación de descuentos, por la cual el cliente encuentra rápidamente las categorías de restaurantes, centros de belleza o entretenimiento y actividades o descuentos para fechas especiales. Adicionalmente, puede acceder a mejores condiciones en productos del Banco (préstamos, tarjetas, CTS, entre otros).

En Cuentas a Plazo, se continuó con el impulso de aperturas digitales con tasas diferenciadas, que permiten una mayor rentabilidad en los depósitos del cliente al promover el autoservicio. El incremento en aperturas de depósitos a plazo en el canal digital fue de 659% respecto a 2018.

Los resultados de estas y otras estrategias permitieron a BBVA crecer en saldos medios de pasivos en 2019, con respecto al año anterior: en Cuenta Sueldo, en 7.35%, y en Cuenta Independencia, en 119.52%. Además, se incrementó la Cuenta CTS en 3.08% y los depósitos a plazo en 23.46%, en tanto que se sumó un 12% más de clientes cuyo sueldo es depositado directamente en BBVA.

Cajeros corresponsales

En 2019, el canal corresponsal Agentes BBVA creció en más de 2,000 puntos propios, lo que consolidó la presencia del Banco a nivel nacional. Al cierre del año, este contaba con 5,366 agentes, 45% de ellos ubicados en provincias.

Como quiera que la mayor capilaridad del canal permite atender a más clientes, se incrementó en 20% el número de quienes lo utilizaron al mes, respecto a 2018. Para diciembre de 2019, contaba con 690 mil clientes.

Cabe destacar que en 2019 se le agregó al canal funcionalidades como las transferencias interbancarias en línea y el pago de tarjeta de créditos de otros bancos.

La cuenta transaccional Cuenta Independencia se promovió con un mensaje claro: cero costo en comisiones a nivel nacional, además del programa de beneficios Mundo Independencia, que ofrece descuentos en establecimientos asociados, lo que contribuye a que el cliente pueda ahorrar en sus consumos.

	Número de puntos	Número de transacciones
2019	5,366	46,006,997
2018	6,617	39,304,994
2017	6,831	28,830,000

Apoyo a Pymes

El constante impulso a la Banca de Negocios como plataforma para la atención de medianos y pequeños empresarios se expresó en 2019 con una oferta de productos y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de financiamiento más importantes del cliente y acompañarle en su crecimiento. En esa línea, BBVA estimuló en clientes de la pequeña empresa el uso de las líneas de capital de trabajo e incentivó la compra de deuda con tasas competitivas.

Asimismo, en el marco de su objetivo de digitalización, BBVA promovió el uso de Net Cash (Banca por Internet Empresas), con prioridad en Fast Cash, que permite al cliente autodesembolsar su préstamo comercial al instante y sin nuevas evaluaciones crediticias.

Finalmente, BBVA generó alianzas estratégicas con nuevos proveedores de POS, lo cual permitió una mayor captación de flujos en las cuentas gracias al desarrollo de nuevos canales de venta, como la web, donde se capta la mayor cantidad de afiliaciones.

BBVA generó alianzas estratégicas con nuevos proveedores de POS, lo cual permitió una mayor captación de flujos en las cuentas gracias al desarrollo de nuevos canales de venta, como la web, donde se capta la mayor cantidad de afiliaciones.

Apoyo a particulares con necesidades especiales

En 2019, el Banco incluyó dentro de la normativa de Préstamos por Convenios al personal CAS y Cesantes. Se cuenta con unos 62 convenios con empresas públicas a las cuales se ofrecen préstamos de consumo con condiciones especiales y el cobro se realiza a través de descuento por planilla.

Cuota de mercado en el financiamiento de préstamos hipotecarios

BBVA fue un actor importante en el desarrollo del mercado inmobiliario en 2019 al registrar un aumento neto de saldos de préstamos hipotecarios de S/ 604 MM, con lo que alcanzó S/ 13,079 MM (5% más que el año anterior), es decir, una cuota de mercado de 27.29% (a noviembre de 2019) para el cierre del año.

Vivienda y acceso al crédito hipotecario al cierre del 2019

Préstamos hipotecarios:

S/ 13,079 MM

Cuota de mercado:

27.29%

La apuesta del Banco es generar la mayor cartera de proyectos inmobiliarios –hoy suman más de 3,300 unidades a la venta en los distintos segmentos socioeconómicos– 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 se ubicó al cierre del año como uno de los bancos líderes en la generación de proyectos inmobiliarios disponibles.

Asimismo, el Banco creó en junio de 2019 las subgerencias de Vivienda de Interés Social y de Vivienda Residencial, una nueva estructura de trabajo de cara a atender las necesidades inmobiliarias. Al cierre del año, ambas mostraron gran desempeño no solo por sus crecimientos de más de 180% y 8%, respectivamente, en saldos de colocación, sino porque dinamizaron el sector y generaron crecimientos orgánicos en el negocio inmobiliario.

Con la capacidad de diferenciar ofertas por tipo de vivienda y ser competitivo en cada uno de ellos, el Banco lanzó su campaña promocional bajo el concepto “Bienvenido Promotor” con una oferta diferenciada.

El Banco espera para el 2020 crecer por encima del 6% en saldos hipotecarios y cumplir así el reto de duplicar su presencia en colocaciones de préstamos sociales y crecer en proyectos de viviendas residenciales que cuenten con mejoras energéticas y cuidado del medio ambiente. Esta es, sin duda, una excelente oportunidad para BBVA, al ser el país más joven en comparación con la región.

Omnicanalidad

BBVA 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 que el Banco ofrece. Esta estrategia se apoya sobre tres pilares:

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

Al cierre de 2019, el Banco contaba con una red de 354 oficinas (Banca Minorista, Banca Mayorista y Banca Patrimonial) y 1,969 cajeros automáticos (cajeros dispensadores y cajeros multifunción).

Sus principales canales directos son:

Banca por Internet

La página web de BBVA (www.bbval.pe) recibió en el 2019 aproximadamente 59 millones de visitas. A través de este portal público se puede acceder a la zona privada Banca por Internet, la cual registró más de 950 millones de transacciones al 31 de diciembre.

El Banco cuenta con 5.8 millones de clientes activos, de los cuales alrededor de 2.8 millones son usuarios de la banca online.

Banca Móvil

La banca móvil crece de manera continua y en 2019 obtuvo 840K clientes móviles, lo que representan una penetración de 29% dentro de los clientes target. La permanente evolución de la app Banca Móvil (85% en dispositivos Android y 15% en iPhone) permitió realizar 2,259 millones de transacciones desde ese tipo de dispositivos.

Venta Digital

Durante 2019 se potenció la venta de productos en los canales digitales, lo que al cierre del periodo arrojó un incremento de +94% de unidades vendidas, tanto en clientes como en no clientes, comparado con 2018.

El incremento vino principalmente por los productos de cuentas, préstamos y fondos mutuos. Así, con respecto al periodo anterior, en 2019 la apertura de cuentas por canales digitales creció en 134%; la colocación de préstamos aumentó, gracias al nuevo motor de evaluación, en 48%, en tanto que el número de las aperturas y suscripciones de fondos mutuos lo hizo en 13%. De otro lado, se realizaron más de 703 mil operaciones y se cambió más de 753 millones de dólares americanos por "BBVA T-Cambio".

Agente Corresponsal

Al cierre de 2019 había 5,344 Agentes Express y 45 Agentes Express Plus, que en conjunto generaron un total de 48 millones de transacciones.

Al cierre de 2019, el Banco contaba con una red de 352 oficinas (Banca Minorista, Banca Mayorista y Banca Patrimonial) y 1,969 cajeros automáticos (cajeros dispensadores y cajeros multifunción).

Cajero Dispensador

Con una red propia de 1,629 cajeros automáticos, el canal registró 140 millones de transacciones.

Cajero Depósito

El Banco posee 340 cajeros depósito (multifunción), en los que se realizaron 17 millones de transacciones al cierre del 2019.

Datos básicos de omnicanalidad

	2019	2018	2017
Cientes digitales (en miles)	974	714	470
Cientes móviles (en miles)	840	550	311

Transacciones por canal

Canal	2019	2018	2017
Oficinas	0.68%	0.75%	1.35%
Cajeros automáticos	2.80%	2.89%	4.38%
Banca por Internet	17.17%	18.25%	15.36%
Banca Móvil – SMS	40.82%	37.25%	30.18%
Continental Net Cash	35.36%	37.36%	44.31%
Banca por teléfono	0.10%	0.34%	0.67%
Agente Express	0.86%	0.95%	0.92%
Débito Automático	0.21%	0.23%	0.31%
Módulo de saldos y operaciones	0%	0%	0.22%
POS (débito)	2.00%	1.98%	2.30%
	100%	100%	100%

Canales de atención

Oficinas a nivel nacional	2019	2018	2017
Red Minorista	329	329	329
Banca Patrimonial	3	3	3
Red Banca Mayorista	22	22	22
Total	354	354	354

Cajeros automáticos y cajeros depósito	2019	2018	2017
Lima	1,351	1,360	1,343
Provincias	618	610	604
Total	1,969	1,970	1,947

Agentes Express + Agentes Express Plus + Agentes Kasnet + Agentes Western Union + FullCarga	2019	2018	2017
Lima	3,087	3,469	3,407
Provincias	2,257	3,148	3,885
Total	5,344	6,617	7,292
Variación	-19%	-9%	-30%

Soluciones para clientes

BBVA lidera la transformación digital de la banca peruana con numerosos lanzamientos de productos y servicios tecnológicos que hacen más fácil la vida del cliente.

En esta línea, el Banco anunció su más reciente funcionalidad en su app Banca Móvil: 'Lukita', una nueva herramienta que permite a personas naturales y empresas realizar transferencias bancarias solo con el número de celular, prescindiendo de los números de cuenta.

Este nuevo servicio permite realizar transferencias de manera inmediata a los contactos guardados en el celular y que también usen 'Lukita'. Los usuarios ya no tendrán que sufrir por conseguir los extensos números de cuenta o preocuparse porque se pierdan o traspapelen por algún lado. Bastará con tener el celular a la mano.

Las transferencias son 100% seguras, ya que utilizan el sistema de token digital para confirmar las transacciones realizadas sin necesidad de digitar una clave dinámica. Además, ofrece la ventaja de poder realizar transferencias tanto en soles como en dólares, sin ningún tipo de comisión, facilitándoles a los usuarios el manejo de su dinero.

'Lukita', que se encuentra dentro de la app Banca Móvil, permite al usuario elegir la cuenta de cargo desde la que desea transferir el dinero, así como cambiarla cuantas veces lo requiera.

Responsabilidad social / Instituciones públicas y privadas no lucrativas

GRI 203-1

2019 fue otro año en el cual se trabajó de la mano con distintas instituciones no lucrativas, pero hubo especial satisfacción por lo realizado con el Fondo Mi Vivienda. Cerrar la brecha de vivienda de la población emergente es sin duda una asignatura pendiente en el país, y el trabajo de Mi Vivienda hace ver con optimismo lo que se puede hacer para ayudar a más peruanos a tener un hogar apropiado y a precios asequibles.

BBVA se enorgullece de haber sido elegido en 2019 como estructurador y colocador del programa de bonos del Fondo por un monto de S/250 millones. La demanda fue mayor a la esperada y la tasa de interés estuvo por debajo de lo pronosticado luego de la lectura de mercado, lo que significó mejores tasas para quienes se financiaron con préstamos de Mi Vivienda. Además, el Banco financió necesidades de corto plazo por S/100 millones.

Apoyar proyectos de alto impacto social estará siempre en los planes del Banco, ya que van en línea con su propósito: poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era.

Inversión responsable

GRI 203-1, 203-2

Fondo mutuo Leer es estar adelante (FMIV)

Leer es estar Adelante (FMIV) es un fondo de responsabilidad social mediante el cual el inversionista se compromete a donar al programa de comprensión lectora de la Fundación BBVA un décimo de su cuota semestral.

El FMIV invierte solo en instrumentos de deuda cuya duración promedio es mayor de 360 y menor de 1,080 días, predominantemente en dólares, ya sea en el mercado local o en el extranjero.

Además, el fondo apuesta principalmente por instrumentos de alta calidad crediticia (AAA hasta AA- en el largo plazo y CP-1 en el corto plazo) y arriesga hasta el nivel A- o CP-2; mientras que las inversiones que se realizan en el extranjero deben contar con una clasificación de riesgo no menor de BBB-, con excepción de instrumentos que se negocien 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-.

BBVA lidera la transformación digital de la banca peruana con numerosos lanzamientos de productos y servicios tecnológicos que hacen más fácil la vida del cliente.

En el segundo semestre de 2019, el FMIV, en función a lo que indica su Reglamento de Participación, donó US\$ 1,490.79; mientras que sus 88 partícipes donaron un total de US\$ 1,410.64.

En el segundo semestre de 2019, el FMIV, en función a lo que indica su Reglamento de Participación, donó US\$ 1,490.79; mientras que sus 88 partícipes donaron un total de US\$ 1,410.64.

Año	% Patrimonio	Patrimonio LEER US\$	Partícipes
2017	0.34%	14,061,617.29	132
2018	0.58%	10,994,381.00	103
2019	0.59%	12,033,868.23	121

Préstamo verde

Un préstamo es considerado “verde” cuando su finalidad es promover la sostenibilidad medioambiental y está calificado como tal por un organismo externo. Para tal calificación existen consultores medioambientales que evalúan el nivel de gestión de los riesgos extrafinancieros (criterios medioambientales, sociales y de buen gobierno) por parte del prestatario.

En 2019, el consultor medioambiental Vigeo Eiris participó como agencia de calificación independiente para la reestructuración de parte de la deuda financiera, de corto a mediano plazo, de Ferreycorp y de sus subsidiarias Ferreyros, Unimaq y Orvisa, por US\$ 70 millones.

La operación, pionera en su modalidad, es una clara muestra del compromiso del Banco con la financiación sostenible y el apoyo al desarrollo e implementación de productos financieros de la modalidad ‘green’. La reestructuración fue calificada como la mejor entre 19 empresas del sector industrial de diversos países como México, Corea del Sur y China, entre otros.

Es importante resaltar que mientras los proyectos sociales promueven mejoras en educación, salud, empleo o vivienda, los proyectos verdes están orientados al desarrollo de prácticas responsables con los entornos y a la implementación de soluciones para la conservación del medio ambiente.

Inversión en la comunidad

Impacto social

GRI 201-1

La Fundación BBVA continuó su trabajo en 2019 con el firme compromiso de aportar en el desarrollo de la educación y la cultura del país.

De igual forma, el Banco mantuvo una proyección que a través del negocio genera actividades que permiten al cliente y a la sociedad ser un puente de oportunidades para el logro de objetivos personales, familiares y empresariales.

5,685,266

clientes en 23 regiones del país

En las siguientes líneas se detallan los principales impactos enfocados en diversos grupos de interés:

- 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.

7,626

accionistas particulares que recibieron S/770,389,252.30 por concepto de remuneraciones en efectivo.

- Apoya a las pymes.

787,372

Pymes apoyadas o financiadas por el BBVA.

6,180

empleados que recibieron S/470,721M en sueldos y salarios.

2,147

proveedores que facturaron S/1,030 MM.

1,244

millones de soles en impuestos devengados y recaudados por la actividad del BBVA.

6,042

millones de soles de financiación concedidos a pymes.

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

1,219

personas han participado en programas de educación financiera.

100%

de fichas de productos con criterios TCR.

1^{er}

banco en índice de recomendación (IreNe) acumulado 2019).

1^{er}

banco en NetTCRscore (IReNe acumulado 2019).

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

1,457,678

personas favorecidas por la inclusión financiera.

579,578

personas beneficiadas por la Fundación Microfinanzas BBVA Perú.

684,133,416

de euros en microcréditos concedidos por la Fundación Microfinanzas BBVA Perú.

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

1,814,000

clientes gestionan sus finanzas a través de medios digitales.

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

GRI 201-1

4,320,757.75

de soles destinados a programas sociales, el 0.27% del beneficio atribuido.

6,642

beneficiarios del programa becas de integración.

4,164,761.75

de soles destinados a programas de la Fundación BBVA.

Con el objetivo de minimizar el impacto medioambiental, BBVA cuenta con un Plan Global de Ecoeficiencia que establece los siguientes objetivos para el periodo 2016-2020 con respecto a los resultados alcanzados al cierre de 2015:

7%

de reducción en las emisiones de CO₂.

13%

de reducción en el consumo de agua.

8%

de reducción en el consumo de electricidad.

35%

del personal pase a trabajar en edificios y oficinas con certificación ambiental.

Inversión en programas sociales

GRI 203-1, 203-2, 413-1

Apoyo a la comunidad

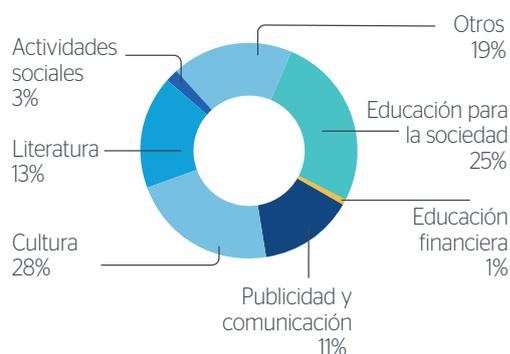
Recursos destinados por BBVA y su Fundación En miles de soles

Por entidad	2019	2018	2017
BBVA	155,996.00	238,242.00	447,490.07
Fundación BBVA	4,164,761.75	3,981,628.52	3,999,743.59
Total	4,320,757.75	4,219,870.52	4,447,233.66

En el 2019, la Fundación BBVA realizó un aporte económico de S/4,164,761.75, como parte de su constante contribución con la educación y la cultura del país.

En el 2019, la Fundación BBVA realizó un aporte económico de S/4,164,761.75, como parte de su constante contribución con la educación y la cultura del país.

Inversión en programas sociales por prioridades estratégicas



Mecanismo de inversión Obras por Impuestos

GRI 203-1

Durante el 2019 BBVA no participó en ningún proyecto a través del mecanismo de inversión de Obras por Impuestos.

Educación financiera

Como parte del Plan de Negocio Responsable que BBVA desarrolla a nivel global se encuentra el programa de Educación Financiera, que en Perú lleva el nombre de "Tu dinero, tu amigo" y es desarrollado por la Fundación BBVA.

El objetivo de los talleres es promover la salud financiera de personas ya bancarizadas a partir del desarrollo de habilidades que les permitan tomar mejores decisiones en su relacionamiento con el dinero y con el sistema financiero.

En los talleres participan colaboradores de empresas e instituciones a quienes se llega a partir de la oferta del área de Mundo Sueldo (clientes y no clientes del Banco) y que reciben información sobre ahorro, tarjetas de crédito y crédito hipotecario.

En los 40 talleres desarrollados en 2019 participaron 1,219 personas de 34 empresas.

Principales indicadores de educación financiera

	2019	2018	2017
Número de beneficiarios por el programa global de educación financiera	1,219	1,459	498
Adultos	1,219	1,459	498
Número de talleres de educación financiera	40	37	14

Emprendimiento

En el marco del compromiso de BBVA con la inclusión financiera, en 2007 se creó la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA)^(*), una entidad sin ánimo de lucro cuyo propósito es promover el desarrollo económico y social, sostenible e inclusivo de las personas con pocos recursos a través de las finanzas productivas, su especialidad y metodología. El modelo busca el desarrollo del cliente y ofrece a los emprendedores vulnerables a los que atiende una atención personalizada, acercando a sus hogares-empresa una completa gama de productos y servicios financieros, así como capacitación y asesoría en la administración y gestión financiera de sus pequeños negocios.

De esta manera, con el nombre “Midiendo lo que realmente importa”, la Fundación publica anualmente su Informe de Desempeño Social, que resume el impacto social y económico de su actividad en la vida de los emprendedores a los que atiende y cuyo último fin es que sirva de referencia para mejorar el servicio que se les presta y el acompañamiento. Este sistema de medición social ha sido destacado por la ONU y la OCDE y se ha consolidado como una referencia para el sector.

Desde su constitución, la Fundación ha desembolsado en América Latina un volumen agregado de US\$ 14.169 millones a emprendedores de bajos recursos para el desarrollo de sus actividades productivas (2007-2019) y se ha convertido en la mayor iniciativa filantrópica privada en la región. Según las estadísticas de la OCDE, que recogen los datos de más de 30 de las mayores fundaciones del mundo, la FMBBVA es la líder internacional en contribución al desarrollo, tras la Fundación Bill & Melinda Gates (desembolsos brutos 2017-18).

Al cierre de 2019 la Fundación y sus más de ocho mil trescientos empleados atendía a 2,2 millones de emprendedores. Más de la mitad (57%) eran mujeres, lo que contribuye de manera directa a reducir la desigualdad de género y se suma al esfuerzo continuo de la FMBBVA por llegar a las áreas geográficas más recónditas y necesitadas.

La Fundación promueve también la educación financiera y otras formaciones relacionadas con la gestión de los pequeños negocios de sus clientes.

En el Perú, Financiera Confianza brinda capacitación financiera y de gestión de negocios para grupos de emprendedoras especialmente vulnerables a través de su programa Palabra de Mujer. En Colombia, Bancamía imparte educación financiera a través de asesoramiento personalizado y talleres. En Chile, Fondo Esperanza capacita a los clientes en su Escuela de Emprendimiento.

La misión y metodología de la FMBBVA han sido reconocidas en varias ocasiones por Naciones Unidas por su contribución a los ODS de la Agenda 2030. De hecho, estas impactan directamente en el ODS 1, erradicar la pobreza; ODS 2, poner fin al hambre y promover la agricultura sostenible; ODS 4, promover una educación inclusiva; ODS 5, lograr la igualdad de género; ODS 6, promover el acceso al agua y saneamiento; ODS 8, promover el crecimiento económico sostenible e inclusivo y el trabajo digno; ODS 10, reducir la desigualdad; ODS 13, adoptar medidas para combatir el cambio climático y sus efectos; ODS 16, promover la paz, y ODS 17, propiciar las alianzas para lograr los objetivos, entre otros.

En 2016, el Consejo Económico y Social (Ecosoc) de Naciones Unidas concedió a la FMBBVA el estatus consultivo, en reconocimiento a su labor en su ámbito de actuación: las microfinanzas para el desarrollo. En este sentido, participa en diversos encuentros en la ONU para recomendar acciones que contribuyan al desarrollo sostenible. De otro lado, el Panel de Alto Nivel sobre Empoderamiento Económico de la Mujer del Secretario General de Naciones Unidas destacó a la Fundación como caso de estudio.

(*) La Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) 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 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.

Al cierre de 2019 la Fundación Microfinanzas BBVA y sus más de ocho mil trescientos empleados atendía a 2,2 millones de emprendedores.

Acciones desarrolladas en 2019

La Fundación ha participado un año más en la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer (CSW63), el foro más importante a nivel mundial en materia de género, Durante este, la FMBBVA, junto con las delegaciones diplomáticas de Perú y Colombia, la Secretaría General Iberoamericana y ONU Mujeres, organizó el acto “Mujeres protagonistas del cambio, cómo la inclusión financiera y la transformación digital pueden acelerar la igualdad de género y el desarrollo sostenible” en la sede de Naciones Unidas.

S.M. la Reina de España y el Presidente de BBVA, Carlos Torres, presidieron la mesa de debate “Mujeres excepcionales: el valor de una oportunidad” organizada por la FMBBVA. En representación de las mujeres del Grupo FMBBVA estuvo Guisela Martínez, una excepcional emprendedora peruana, por Financiera Confianza.

La labor de la FMBBVA fue reconocida en los Euromoney Awards for Excellence 2019 con el premio a BBVA como “El mejor banco del mundo en inclusión financiera”.

Además, la estrategia de gamificación en la formación de la FMBBVA fue premiada como “Mejor estrategia de comunicación interna para la gestión del cambio” por el Observatorio de la Comunicación Interna (IE, Atravía y Wolters Kluwers) en los Premios CEGOS 2019.

Por su parte, Financiera Confianza fue reconocida por segundo año consecutivo con el “Premio a la inclusión financiera responsable” en los Premios Citi a la Microempresa 2019. El jurado se basó en los indicadores reportados a la SBS entre junio de 2018 a junio de 2019 en términos de focalización, alcance, accesibilidad, profundidad y calidad de créditos otorgados.

La entidad peruana también fue reconocida como la “Mejor práctica innovadora con enfoque de género” por su producto de crédito grupal “Palabra de Mujer (PDM)” en el prestigioso Ranking PAR de Equidad de Género 2019.

Conocimiento, ciencia y cultura

Educación para la sociedad

Desde su creación en 1973, la Fundación BBVA se sostiene en dos pilares fundamentales que son la educación y la cultura a través del constante desarrollo de actividades de promoción y difusión.

Solo en el campo educativo, la Fundación dirigió sus esfuerzos a la atención de más de 8,000 personas (adultos y menores de edad).

	2019		2018		2017	
	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos
Educación infantil y primaria ^(*)	6,771	27,084	7,926	31,704	14,474	57,896
Formación para adultos ^(**)	2,069	n.a.	1,754	n.a.	591	n.a.
Total	8,840	27,084	9,680	31,704	15,065	57,896

(*) En 2019, este rubro estuvo conformado por los estudiantes que participan del programa Leer es estar Adelante y los niños participantes en el programa de promoción de lectura Había una vez.

(**) En 2019, este rubro estuvo conformado por los becarios de pregrado de la PUCP (16), los asistentes a los talleres de educación financiera (1,219), los profesores participantes de las actividades del Patronato de la Universidad del Pacífico (247), los participantes del programa de la Universidad Marcelino Champagnat (425) y los padres de familia del programa Había una vez (162).

La labor de la FMBBVA fue reconocida en los Euromoney Awards for Excellence 2019 con el premio a BBVA como “El mejor banco del mundo en inclusión financiera”.

En el rubro de educación destacan las siguientes acciones:

Programa Leer es estar adelante

El programa Leer es estar adelante, enfocado en remontar la problemática de la comprensión lectora en estudiantes de 3º a 6º grado, una necesidad latente en el país, se ha consolidado como una de las iniciativas de largo aliento en el campo de la educación básica.

Para 2019 se desarrollaron talleres de capacitación para docentes en las regiones de Ayacucho, Huancavelica, Lima y Piura, con el objetivo de potenciar herramientas vinculadas a la producción de textos como estrategia alineada al currículo nacional. Cabe resaltar que el programa incorporó tres escuelas de las provincias ayacuchanas de Huanta, Vilcashuaman y Víctor Fajardo, tras la iniciativa de la Asociación Emergencia Ayacucho, creada en 1985 para atender a niños y adolescentes víctimas del terrorismo.

En los talleres se socializó la dinámica pedagógica y se presentó la propuesta del concurso estudiantil “Leemos y escribimos”, que se realizó en cada una de las seis escuelas en el segundo semestre del año.

Con este motivo, la carpeta pedagógica contempló el desarrollo de dos talleres:

- **Taller 1:** “De la enseñanza de la comprensión de textos a la producción de textos”.

Objetivo: Identificar herramientas de los libros Adelante que puedan servir para la producción de textos.

- **Taller 2:** “La tipología textual de los libros Adelante: Ejercicios guiados de producción de textos”. Objetivo: Desarrollar ejercicios guiados de acuerdo a la tipología textual de los libros Adelante.

El objetivo del trabajo pedagógico se centró durante 2019 en profundizar las habilidades de docentes y estudiantes para articular la comprensión lectora y la producción de textos, sobre la base de las destrezas y estrategias aprendidas y desarrolladas con el uso de la colección Adelante. Es así que se planteó la intervención de escuelas que participaron del programa en otros años y que ahora presentan una trayectoria positiva en logros de aprendizaje.

Se contó con dos modalidades:

1. Concurso individual de producción de textos que respondan a la diversidad textual presente en los libros Adelante y el currículo nacional (es decir, textos descriptivos, informativos, narrativos y argumentativos).

2. Concurso colectivo por grado de producción de textos sobre “Peruanos y peruanas que contribuyen a la defensa de la diversidad del Perú desde las regiones”.

En cuanto al nivel de institución educativa (IE), el concurso se desarrolló en tres meses y se concretó en 10 proyectos educativos elaborados en diversos formatos: afiches, textos escritos, vídeos, fotos, dibujos, entre otros.

En el caso del concurso individual, los docentes valoraron positivamente que la estrategia incluyera actividades de capacitación de producción de textos con actividades concretas y, luego, la organización de la jornada de escritura en cada escuela. Debido a la dinámica del concurso, la participación fue masiva, ya que participaron todas las secciones.

En cuanto al concurso colectivo, por su naturaleza este implicaba la organización del alumnado del aula para la elaboración de un proyecto grupal; sin embargo, algunas escuelas decidieron coordinar entre las secciones del mismo grado para la elaboración de un solo producto. En ambos casos, se logró una gran participación y una buena receptividad de parte de los participantes.

Para 2019 se desarrollaron talleres de capacitación para docentes en las regiones de Ayacucho, Huancavelica, Lima y Piura, con el objetivo de potenciar herramientas vinculadas a la producción de textos como estrategia alineada al currículo nacional.

Principales indicadores del programa

	Inversión 2019	Número de becarios	Beneficiarios indirectos ⁽¹⁾	Número de voluntarios ⁽²⁾	Número de aliados ⁽³⁾
Perú	313,063.07	6,642	26,568	270	7

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

(2) Corresponde a los voluntarios de BBVA Continental.

(3) Incluye: IEP, BBVA Asset Management, Unidades de Gestión Educativa de Huaytará, La Mar y Huamanga; y los socios privados PERU LNG y el Fondo Social Terminal Portuario de Paita.

Eventos académicos y de difusión

El programa de becas de pregrado que la Fundación mantiene a través de un convenio con la Pontificia Universidad Católica del Perú se mantuvo vigente en 2019. Dieciséis alumnos de las especialidades de Gestión, Alta Dirección, Ingeniería Industrial, Comunicación para el Desarrollo, Artes Escénicas, Diseño Gráfico y Economía se beneficiaron con el pago integral de sus estudios, incluido un seguro de salud, estudios de un segundo idioma y derechos de licenciatura.

Asimismo, en la misma rama de la educación superior y a partir del convenio que se tiene con el Patronato de la Universidad del Pacífico, se continuó con la atención a docentes universitarios de universidades públicas. Las actividades académicas desarrolladas permitieron la participación de 247 docentes de diferentes regiones del país.

En esa misma línea, la Fundación y la Universidad Marcelino Champagnat firmaron un convenio para trabajar en conjunto un programa de licenciamiento de docentes de las comunidades de la provincia del Datem del Marañón, en la región Loreto, del oriente peruano, el cual graduó a 425 profesionales.

Conservación del Patrimonio y Cultura

Las actividades desarrolladas en sector cultural se mantuvieron, tanto las gestadas in house como las originadas a partir de auspicios y patrocinios con diversas instituciones en la ciudad de Lima como en las principales provincias del Perú.

La Casa Tristán del Pozo, en la ciudad de Arequipa, fue escenario de charlas y puestas teatrales en el marco de la quinta edición del Hay Festival. El encuentro cultural, del cual la Fundación es socio principal, contó con la asistencia de más de 29,000 personas, quienes participaron de los 86 eventos presentados durante cuatro días.

Por su parte, la Casa de la Emancipación, en Trujillo, recibió más de 100,000 visitas en sus 171 actividades realizadas a lo largo del año, lo que la convirtió en el referente cultural de la ciudad. Las salas permanentes dedicadas al poeta César Vallejo y al obispo español Baltazar Martínez Compañón fueron nuevamente el imán para especialistas y público en general, en tanto que las seis exposiciones que se realizaron en la sala temporal pusieron de manifiesto el arte trujillano, nacional y extranjero.

El Museo de Arte Precolombino de Cusco (MAP), que ocupa la Casa Cabrera, concluyó el plan de remodelación de esta, que incluyó el decapado de la piedra en el patio interior y la sala Madera, con lo que incrementó la puesta en valor del inmueble. Además, se realizó un cambio general del sistema eléctrico y se implementó un nuevo plan de seguridad, con el fin de prevenir cualquier incidente.

Número de visitas anuales

Casonas	2019
Casa Tristán del Pozo – Arequipa	62,817
Casa de la Emancipación – La Libertad	107,347
Casa Gerónimo Luis de Cabrera – Cusco	36,379

Por el lado comunicacional, el MAP presentó una novedosa experiencia de Realidad Virtual que comprende un recorrido por 3,000 mil años de arte andino que termina en el propio museo, con el fin de mejorar su posicionamiento al captar futuros potenciales visitantes desde Lima. Además, se actualizó y gestionó el perfil del MAP en la plataforma de viaje Tripadvisor, donde alcanzó el puesto 12 de 123 cosas que hacer en Cusco según la misma plataforma. El total de visitas reportado durante 2019 fue de 36,379 personas.

La Fundación trabajó en conjunto con el Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica, a la cual patrocinó su programación anual, que contó con montajes teatrales, exposiciones de artes visuales y el Festival Internacional de Cine de Lima 2019, que año a año se viene consolidando como un referente de esta disciplina artística.

La presencia de la Fundación en el ámbito teatral se vio reflejada también en el auspicio a la Productora Animalien y a la Asociación Cultural de Artistas Unidos, con quienes se realizaron puestas en escena tanto en Lima como en Trujillo y Arequipa.

En el campo de las artes visuales, tuvo presencia en la exposición del artista mexicano Pablo Vargas Ludo en el Museo de Arte de Lima, en la feria de arte Art Lima organizada por el grupo El Comercio, en “Mitad ceniza, mitad latido”, exposición itinerante de las artistas Nani Cárdenas y Elisenda Estrems auspiciada en conjunto con el Ministerio de Relaciones Exteriores, y los montajes de la Sala Miró Quesada que administra la Municipalidad de Miraflores, uno de los espacios más visitados de Lima.

Finalmente, en continuidad con el convenio que se tiene con el Museo de Arte Contemporáneo de Barranco, se realizó la exposición “Dar forma al tiempo”, se inauguró “Espacio medio”, cuyo fin es albergar a los visitantes para disfrutar de momentos de lectura, música y otros espectáculos o reuniones que hagan más atractiva la visita al museo, y, como corolario de la cooperación con esta institución, se realizó el Primer concurso de Arte e Innovación.

A mediados de año se inauguró la versión 24 de la Feria Internacional del Libro (FIL) de Lima, organizada por la Cámara Peruana del Libro, que sirvió de escenario para el lanzamiento de la tercera versión del concurso de lectura poética de la Fundación. Con un total de 586,900 visitantes en los 17 días que duró el encuentro, la FIL 2019 registró un nuevo récord. En esta misma línea, la Fundación participó en la Feria del Libro de Lima Metropolitana “Lima Lee”, iniciativa que lidera la Municipalidad de Lima.

El apoyo a la música se vio reflejado en el auspicio a la Asociación Orquestas Infantiles y Juveniles del Perú que lleva adelante el programa Sinfonía por el Perú, liderada por el tenor peruano Juan Diego Flórez y cuyo fin es aportar en el desarrollo de las capacidades de niños y adolescentes de zonas vulnerables del país a través de la música. En la segunda mitad del año se firmó un convenio con Radio Filarmonía para participar como patrocinador del Concurso Nacional de Canto Lírico dirigido a jóvenes cantantes líricos.

Durante 2019, la Fundación, en asociación con entidades como la Editorial Argos y la revista Cosas, publicó los libros “Ricardo Palma. Espíritu de lo peruano” y “Julio Ramón Ribeyro. Ilustraciones y notas inéditas”, respectivamente.

Encuentra tu poema

En 2019, la plataforma web Encuentra tu poema expandió lo mejor de la poesía hacia nuevos espacios, inaugurando su primer espacio físico en el Centro Cultural de la Universidad Pontificia Católica del Perú, donde los visitantes pueden escuchar poesía mediante tablets. Además, se lanzó el podcast Encuentra tu poema, un nuevo formato mensual que cuenta historias secretas de poetas peruanos en Spotify, Google podcast, Ivoox y bbva.com. Finalmente, se realizó la tercera edición del concurso de lectura poética, que esta vez recibió participantes de Lima, Cusco, Trujillo y Arequipa. Al término del año, la plataforma web registró un total de 411,576 usuarios únicos.

Por el lado comunicacional, el MAP presentó una novedosa experiencia de Realidad Virtual que comprende un recorrido por 3,000 mil años de arte andino que termina en el propio museo, con el fin de mejorar su posicionamiento al captar futuros potenciales visitantes desde Lima.

Auspicios y donaciones

La Fundación favoreció a las siguientes entidades sin fines de lucro:

- Fundación Peruana de Cáncer (Colecta "Ponle corazón").
- Asociación de Hogares Nuevo Futuro Perú.
- Asociación Emergencia Ayacucho.
- Operación Sonrisa.
- Centro Peruano de Audición y Lenguaje (CPAL).
- Misión Huascarán.
- Asociación Patronato Puericultorio Pérez Aranibar.
- Asociación Dignidad Humana y Solidaridad.

Actividades institucionales

GRI 203-1

2019 quedará en la historia de BBVA como un año de especial importancia, al ser el de la unificación de la marca a nivel global. El objetivo de lucir el mismo logo en todos los países donde opera el Grupo es claro: ofrecer una propuesta de valor única y una experiencia de usuario homogénea, características propias de las compañías digitales.

El lanzamiento de la campaña en el Perú comprendió una serie de actividades para compartir el nuevo comienzo con colaboradores, clientes y público en general, reforzando el compromiso de seguir ofreciendo los mejor productos y servicios, así como provechosas oportunidades para manejar las finanzas del usuario.

Se realizaron eventos en simultáneo en ciudades como Lima, Arequipa y Trujillo. En la sede central, más de 1,500 colaboradores y clientes se reunieron para escuchar las palabras del presidente del Banco, Alex Fort Brescia, quien destacó el compromiso de la sociedad entre el Grupo Brea y BBVA para continuar ofreciendo lo mejor de la banca y seguir creando oportunidades para todos los peruanos.

El cambio coincidió con el nombramiento del ejecutivo mexicano Fernando Eguiluz como nuevo CEO de BBVA Perú, por lo que el encuentro de lanzamiento de marca realizado en Lima significó también la primera oportunidad en la que este se dirigió a los colaboradores de la institución, a quienes transmitió su propósito de convertir al Banco en el número uno del país. Por su parte, la actividad fue aprovechada por Eduardo Torres-Llosa para despedirse tras 12 años de destacada labor en la gerencia general de la entidad.

En el resto del país, numerosas oficinas BBVA iniciaron sus actividades luciendo la nueva marca global. Equipos de Chimbote, Arequipa, Trujillo y otras ciudades participaron en actividades de lanzamiento, algunas de ellas en plazas públicas.

De otro lado, merece destacarse el cóctel exclusivo que BBVA ofreció a sus principales clientes en el marco de la 57ª edición de CADE Ejecutivos desarrollada en Paracas. La cita, realizada en noviembre, abordó temas relacionados a la competitividad, la institucionalidad y la lucha contra la corrupción.

BBVA Research

En cuanto al intercambio de conocimientos, la unidad BBVA Research Perú elaboró 13 publicaciones económicas durante 2019, todas alojadas en su web y que generaron gran repercusión en diferentes medios de comunicación.

El equipo de BBVA Research Perú participó en 213 intervenciones públicas sobre temas de análisis macroeconómico, financiero y sectorial. Los documentos publicados cubrieron asuntos vinculados a la economía peruana y al entorno económico mundial que la impacta, y si bien se redactaron en español, algunos de ellos, considerando el enfoque global de BBVA Research, se presentaron también en inglés.

La revista Situación Perú, que aborda trimestralmente el análisis de la economía peruana, continuó tomando el pulso al desarrollo del país. Los informes elaborados por el equipo peruano se ofrecen de manera gratuita en la página web www.bbvaresearch.com, con lo que se aprovecha una nueva plataforma de publicación para cumplir su compromiso social y atender la transformación digital.

2019 quedará en la historia de BBVA como un año de especial importancia, al ser el de la unificación de la marca a nivel global. El objetivo de lucir el mismo logo en todos los países donde opera el Grupo es claro: ofrecer una propuesta de valor única y una experiencia de usuario homogénea, características propias de las compañías digitales.

Guías de elaboración del informe

Criterios y estándares de la información

GRI 102-46, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54, 102-56

La elaboración del presente informe da cuenta de las acciones de BBVA en su compromiso con la responsabilidad social durante el ejercicio 2019. El desarrollo de esta versión, al igual que la de 2018, sigue los estándares reconocidos internacionalmente sobre la base del modelo Sustainability Reporting Standards del Global Reporting Initiative (GRI Standards), en su opción exhaustiva, al tiempo que incorpora los criterios de la norma AA1000 del Institute Social and Ethical Accountability.

Los datos consignados están referidos, de forma relevante y concisa, al marco financiero y no financiero respecto de la estrategia, el gobierno corporativo y el desempeño de BBVA, con carácter anual y con cierre al 31 de diciembre de 2019. Para el presente informe se incluyen datos comparativos de los años 2017, 2018 y 2019. Si por algún caso ocurriera alguna modificación en los datos históricos debido a cambios posteriores en los indicadores, se acompañará la indicación respectiva.

Es importante destacar que se ha considerado el análisis de materialidad, que permite identificar los asuntos relevantes para el banco y por ende para sus grupos de interés, los que son tratados a lo largo de este informe.

Este informe cumple con los lineamientos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas e incluye las actuaciones de BBVA que contribuyen a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Como en años anteriores, este informe se complementa con la **Memoria Anual 2019** del Banco y con la información publicada en el sitio web www.bbva.pe.

GRI 102-45

Principios para asegurar la calidad de la información

Los principios del Informe de Banca Responsable (IBR) 2019 responden a las directrices de los Sustainability Reporting Standards (GRI Standards), tanto en la definición del contenido como en la calidad de la información. Los principios a los que se hacen mención son:

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

- **Contexto de sostenibilidad:** El IBR 2019 pone de manifiesto las prácticas de la organización en el contexto más amplio de la sostenibilidad, tomando en cuenta la información disponible.
- **Materialidad:** El IBR 2019 toma en cuenta 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 2019 considera los aspectos materiales y de cobertura que aplican el impacto económico, ambiental y social de la actuación del Banco.
- **Equilibrio:** BBVA sustenta este principio incluyendo en su IBR tanto los aspectos positivos como los negativos a partir de su desempeño, a fin de propiciar una evaluación objetiva y fundamentada en torno a su actuación general.
- **Comparabilidad:** BBVA presenta, de manera consistente, la información comparada entre los últimos 3 años; de esta forma, los grupos de interés pueden determinar la evolución del desempeño en los ejercicios recientes.
- **Precisión:** El IBR 2019 presenta información precisa y detallada que permite el análisis por parte de los grupos de interés respecto del desempeño de la organización.
- **Puntualidad:** El Banco cumple con un calendario regular para la presentación de sus informes, con el fin que sus grupos de interés dispongan de la información de manera oportuna y les permita 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. Para el caso del IBR 2019, la verificación ha estado a cargo de 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.

Índice de contenidos GRI

GRI 102-55

Contenidos básicos generales GRI Standards

	Indicador	Capítulo / Respuesta directa	Motivo de omisión	Verificación externa
Perfil de la organización				
GRI 102	Contenidos generales			
102-1	Nombre de la organización	Acerca de BBVA		✓
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Acerca de BBVA		✓
102-3	Ubicación de la sede	Acerca de BBVA		✓
102-4	Ubicación de las operaciones	Acerca de BBVA		✓
102-5	Propiedad y forma jurídica	Acerca de BBVA		✓
102-6	Mercados servidos	Acerca de BBVA – Datos de impacto Acerca de BBVA – Entorno		✓
102-7	Tamaño de la organización	Acerca de BBVA – Datos de impacto Indicadores clave de negocio responsable		✓
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Prácticas responsables – El equipo		✓
102-9	Cadena de suministro	Prácticas responsables – Compras responsables		✓
102-10	Cambios significativos en la organización y en su cadena de suministro	Prácticas responsables – Compras responsables		✓
102-11	Principio o enfoque de precaución	Sistema de gobierno – Modelo de control interno Prácticas responsables – Gestión de riesgos sociales, ambientales y reputacionales		✓
102-12	Iniciativas externas	Acerca de BBVA – Compromisos internacionales suscritos Prácticas responsables – Gestión de riesgos sociales, ambientales y reputacionales		✓
102-13	Afiliación a asociaciones	Acerca de BBVA – Compromisos nacionales suscritos Prácticas responsables – Sistema de gobierno		✓
Estrategia				
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Carta del Presidente Estrategia y modelo de negocio		✓
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Carta del Presidente Estrategia y modelo de negocio Prácticas responsables – Gestión de riesgos sociales, ambientales y reputacionales		✓
Ética e integridad				
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Estrategia – Estrategia y modelo de negocio Estrategia – Modelo de banca responsable Sistema de gobierno – Sistema de cumplimiento		✓
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Sistema de gobierno – Sistema de cumplimiento Estrategia – Estrategia y modelo de negocio		✓

>

Indicador		Capítulo / Respuesta directa	Motivo de omisión	Verificación externa
Gobernanza				
102-18	Estructura de gobernanza	Sistema de gobierno – Gobierno corporativo		✓
102-19	Delegación de autoridad	Estrategia – Modelo de banca responsable Sistema de gobierno – Gobierno corporativo		✓
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Estrategia – Modelo de banca responsable Sistema de gobierno – Gobierno corporativo		✓
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	Estrategia – Materialidad Sistema de gobierno – Gobierno corporativo		✓
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Sistema de gobierno – Gobierno corporativo		✓
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	Sistema de gobierno – Gobierno corporativo		✓
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Sistema de gobierno – Gobierno corporativo Informe Anual de Gobierno Corporativo		✓
102-25	Conflictos de interés	Sistema de gobierno – Sistema de cumplimiento Informe Anual de Gobierno Corporativo		✓
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	Sistema de gobierno – Gobierno corporativo y asesoramiento en materia de comportamiento ético y legal Informe Anual de Gobierno Corporativo		✓
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Sistema de gobierno – Gobierno corporativo y asesoramiento en materia de comportamiento ético y legal Informe Anual de Gobierno Corporativo		✓
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Sistema de gobierno – Gobierno corporativo Informe Anual de Gobierno Corporativo		✓
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Sistema de gobierno – Gobierno corporativo Prácticas responsables – Gestión de riesgos sociales, ambientales y reputacionales		✓
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	Sistema de gobierno – Gobierno corporativo Prácticas responsables – Gestión de riesgos sociales, ambientales y reputacionales		✓
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	Prácticas responsables – Gestión de riesgos ambientales y sociales (Principios del Ecuador)		✓
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Estrategia – Modelo de banca responsable Sistema de gobierno corporativo – Gobierno corporativo		✓
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	Estrategia – Modelo de banca responsable Sistema de gobierno corporativo – Gobierno corporativo		✓
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	Estrategia – Modelo de banca responsable		✓

	Indicador	Capítulo / Respuesta directa	Motivo de omisión	Verificación externa
102-35	Políticas de remuneración	El equipo – Compensación y remuneración		✓
102-36	Proceso para determinar la remuneración	El equipo – Compensación y remuneración		✓
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	Estrategia – Modelo de banca responsable		✓
102-38	Ratio de compensación total anual	El equipo – Compensación y remuneración Estrategia – Modelo de banca responsable	Problemas de confidencialidad Problemas de confidencialidad	
102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	El equipo – Compensación y remuneración Estrategia – Modelo de banca responsable	Problemas de confidencialidad Problemas de confidencialidad	
Participación de los grupos de interés				
102-40	Lista de grupos de interés	Estrategia – Modelo de banca responsable		✓
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	El equipo – Condiciones laborales		✓
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Estrategia – Materialidad		
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Estrategia – Materialidad		✓
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionadas	Estrategia – Materialidad		✓
Prácticas para la elaboración de informes				
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Acerca de BBVA		✓
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	Estrategia – Materialidad Guías de elaboración del informe – Criterios y estándares		✓
102-47	Lista de temas materiales	Estrategia – Materialidad		✓
102-48	Reelaboración de información	Guías de elaboración del informe – Criterios y estándares		✓
102-49	Cambios en la elaboración de informes	Guías de elaboración del informe – Criterios y estándares		✓
102-50	Periodo objeto del informe	Guías de elaboración del informe – Criterios y estándares		✓
102-51	Fecha del último informe	Guías de elaboración del informe – Criterios y estándares		✓
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Guías de elaboración del informe – Criterios y estándares		✓
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Guías de elaboración del informe – Criterios y estándares		✓
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	Guías de elaboración del informe – Criterios y estándares		✓
102-55	Índice de contenidos GRI	Guías de elaboración del informe – Criterios y estándares Guías de elaboración del informe – Indicadores GRI		✓
102-56	Verificación externa	Guías de elaboración del informe – Informe de revisión independiente		✓
GRI 103 Enfoque de gestión				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Estrategia – Materialidad		✓
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Sistema de gobierno – Sistema de cumplimiento		✓

Dimensión económica

	Indicador	Capítulo / Respuesta directa	Motivo de omisión	Verificación externa
GRI 201				
201-1	Valor económico generado y distribuido	Acerca de BBVA – Indicadores clave de negocio responsable Inversión a la comunidad – Impacto social		✓
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Acerca de BBVA – Compromisos internacionales suscritos Prácticas responsables – Medio ambiente		✓
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	El equipo – Sistema de previsión social		✓
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	BBVA no ha recibido ayudas públicas dirigidas al sector financiero que tengan por objeto promover el desarrollo de la actividad bancaria	No procede	
GRI 202				
202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	El equipo – Compensación y remuneración		✓
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	Acerca de BBVA – Indicadores clave de negocio responsable El equipo – Diversidad y conciliación		✓
GRI 203				
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios prestados	Inversión en la comunidad – Actividades institucionales Prácticas responsables – Responsabilidad social / Instituciones públicas y privadas no lucrativas		✓ ✓
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Inversión en la comunidad – Inversión en programas sociales Prácticas responsables – Inversión responsable		✓
GRI 204				
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Sistema de gobierno – Cadena de suministros		✓
GRI 205				
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Sistema de gobierno – Modelo de control interno		✓
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Sistema de gobierno – Sistema de cumplimiento		✓
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Sistemas de gobierno – Estándares de conducta		✓
GRI 206				
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	BBVA no ha identificado ninguna demanda significativa en la que se haya dictado sentencia definitiva en contra de este concepto.	No procede	



Dimensión ambiental

	Indicador	Capítulo / Respuesta directa	Motivo de omisión	Verificación externa
GRI 301				
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
301-2	Insumos reciclados	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
GRI 302				
302-1	Consumo energético dentro de la organización	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
302-2	Consumo energético fuera de la organización	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
302-3	Intensidad de la energía	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
302-4	Reducción del consumo energético	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
302-5	Requisitos de reducción de energía en productos y servicios	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
GRI 303				
303-1	Extracción de agua por fuente	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
303-2	Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
303-3	Agua reciclada y reutilizada	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
GRI 304				
304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.	No procede	
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.	No procede	
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.	No procede	
304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UINC y en listados de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.	No procede	

>

	Indicador	Capítulo / Respuesta directa	Motivo de omisión	Verificación externa
GRI 305				
305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1)	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2)	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
305-3	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3)	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
305-4	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
305-5	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
305-6	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono (SAO)	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
305-7	Óxidos de nitrógeno (NO _x), óxidos de azufre (SO _x) y otras emisiones significativas al aire	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
GRI 306				
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	Finanzas sostenibles – Medio ambiente		✓
306-3	Derrames significativos	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
306-4	Transporte de residuos peligrosos	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	Dada las actividades del grupo se considera que este indicador no es material.	No procede	
GRI 307				
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Sistema de gobierno		✓
GRI 308				
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	BBVA no ha examinado proveedores en función de criterios medioambientales dado que el impacto percibido para el banco no es significativo.	Información no disponible	
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	BBVA no ha examinado proveedores en función de criterios medioambientales dado que el impacto percibido para el banco no es significativo.	Información no disponible	

>

Dimensión social

	Indicador	Capítulo / Respuesta directa	Motivo de omisión	Verificación externa
GRI 401				
401-1	Nuevas contrataciones y rotación de personal	El equipo – Diversidad y conciliación		✓
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	El equipo – Condiciones laborales		✓
401-3	Permiso parental	El equipo – Condiciones laborales		✓
GRI 402				
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	BBVA indicó que no existe un período mínimo de preaviso establecido. Los cambios organizativos 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 local.	No procede	
GRI 403				
403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador–empresa de salud y seguridad	El equipo – Condiciones laborales		✓
403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, ausentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	El equipo – Condiciones laborales		✓
403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	Dada la naturaleza de la actividad de BBVA, no se han identificado riesgos elevados de enfermedades profesionales graves.	No procede	
403-4	Temas de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	Se comunicó que la información es confidencial.	Problemas de confidencialidad	
GRI 404				
404-1	Media de horas de formación al año por profesional	El equipo – Selección, formación y desarrollo		✓
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	El equipo – Selección, formación y desarrollo		✓
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	El equipo – Selección, formación y desarrollo		✓
GRI 405				
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	El equipo – Diversidad y conciliación Acerca de BBVA – Indicadores clave de negocio responsable		✓
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	El equipo – Diversidad y conciliación		✓
GRI 406				
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Sistemas de gobierno – Estándares de conducta		✓



	Indicador	Capítulo / Respuesta directa	Motivo de omisión	Verificación externa
GRI 407				
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	BBVA no ha identificado centros ni proveedores susceptibles de tener riesgos significativos en relación a la libertad de asociación y la negociación colectiva.	No procede	
GRI 408				
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	BBVA no ha identificado centros ni proveedores susceptibles de tener riesgos significativos en relación con la explotación infantil.	No procede	
GRI 409				
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	BBVA no ha identificado centros ni proveedores susceptibles de tener riesgos significativos en relación a episodios de trabajo forzoso.	No procede	
GRI 410				
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	BBVA indicó que el personal de seguridad pertenece a empresas externas. Si bien estas empresas se comprometen a asumir los estándares de BBVA en materia de derechos humanos, no existe un compromiso específico sobre formación en la materia.	No procede	
GRI 411				
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	Dada la naturaleza de la actividad de BBVA, no se han identificado casos de violaciones en materia de derechos de los pueblos indígenas.	No procede	
GRI 412				
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	BBVA no ha identificado impactos significativos en materia de derechos humanos en sus centros de trabajo.	No procede	
412-2	Formación de los profesionales en políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos	Sistema de gobierno – Estándares de conducta		✓
412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	Sistema de gobierno – Riesgos ambientales y sociales Finanzas responsables – Compras responsables		✓
GRI 413				
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	<u>Inversión en la comunidad</u> El equipo – Voluntariado y social engagement		✓
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos, reales o potenciales, en las comunidades locales	BBVA no ha detectado impactos negativos significativos en las comunidades locales provocados por las operaciones de su centro de trabajo.	No procede	

>

	Indicador	Capítulo / Respuesta directa	Motivo de omisión	Verificación externa
GRI 414				
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	BBVA no ha examinado proveedores en función de criterios relacionados con los derechos humanos dado que el riesgo percibido por el banco no es significativo.	Información no disponible	
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	BBVA no ha examinado proveedores en función de criterios sociales dado que el impacto percibido para el banco no es significativo.	Información no disponible	
GRI 415				
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	La política corporativa de BBVA en los diferentes países no permite contribuciones de este tipo.	No procede	
GRI 416				
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Relación con el cliente – Experiencia del cliente		✓
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	BBVA confirmó que no se presentaron casos de incumplimiento relativos a los impactos de salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.	No procede	
GRI 417				
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Relación con el cliente – Comunicación TCR		✓
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Relación con el cliente – Comunicación TCR		✓
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Sistema de gobierno Relación con el cliente – Comunicación TCR		✓
GRI 418				
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Relación con el cliente – Protección del cliente		✓
GRI 419				
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Sistema de gobierno – Sistema de cumplimiento		✓

✓ Contenido revisado según el alcance descrito y mediante los procedimientos indicados en el Informe de Revisión Independiente de la Información no financiera del Informe de Banca Responsable BBVA 2019.

Informe de revisión independiente



KPMG en Perú
Torre KPMG. Av. Javier Prado Este 444 San
Isidro. Lima 27, Perú

Teléfono 51 (1) 611 3000
Internet www.kpmg.com/pe

Informe de Revisión Independiente para la Dirección de Banco BBVA Perú

A la Dirección de Banco BBVA Perú

Hemos sido contratados por Banco BBVA Perú para realizar una revisión independiente de la información no financiera contenida en el Informe de Banca Responsable 2019, correspondiente al ejercicio cerrado al 31 de diciembre de 2019 (en adelante el Informe). La información revisada se circunscribe al contenido descrito en el Índice de Contenidos GRI identificada en el cuadro de "Contenidos básicos generales GRI Standards", con el símbolo "✓" en el campo "Verificación Externa".

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 Global Sustainability Standards Board, 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 2019. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de conformidad con la Norma ISAE 3000, Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information.

Esta norma exige 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 con el 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 Banco BBVA Perú 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 Banco BBVA Perú.



- 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 Banco BBVA Perú establecidos en Global Reporting Initiative (GRI) en su versión Sustainability Reporting Standards del Global Reporting Initiative (GRI Standards), 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 Banco BBVA Perú.
- El contraste de la información financiera reflejada en el Informe con la incluida en las cuentas anuales de Banco BBVA Perú, 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 hay nada que nos haya llamado la atención y 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) y no se hayan presentado de forma adecuada, lo que incluye la fiabilidad de los datos 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/o 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 Banco BBVA Perú en relación con su Informe de Banca Responsable 2019 y por tanto no tiene ningún otro propósito ni puede ser usado en otro contexto.

Lima, Perú

06 de agosto de 2020

Refrendado por:

Rosario Calderon (Socio)



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
mercedes.castro@bbva.com
Teléfono: (511) 209-1923

GRI 102-53

www.bbva.pe