



**BBVA**

Informe de  
Responsabilidad  
Corporativa 2010  
Colombia



[Ir al índice](#)



## Introducción

Presentamos nuestro cuarto Informe de Responsabilidad Corporativa en el que mostramos de manera directa cada una de nuestras acciones en materia de apoyo a la sociedad y en general, nuestra respuesta a cada uno de los grupos de interés involucrados en nuestra actividad en Colombia. Es importante destacar que por tercer año consecutivo nuestro informe es auditado por Deloitte, una de las firmas internacionales de mayor reconocimiento a nivel mundial en este tipo de informes.

La dinámica de la información se ha definido a partir de una estructura cuyo eje central son los asuntos considerados relevantes por nuestros grupos de interés, lo que consideramos facilita, además de centrar la discusión y afrontar con mayor claridad cuáles son nuestros principales compromisos y actuaciones, interactuar con cada uno de estos grupos en la generación de niveles comunicacionales claros y transparentes.

Este informe tiene un nivel de aplicación de A+ de GRI-G3 incluido el suplemento financiero.

Con el fin de facilitar su lectura, este año el informe está también disponible en formato pdf en <http://bbva.com.co>

# Índice



Diálogo con el Presidente .....	4
Perfil BBVA Colombia .....	6
Principios y Políticas de Responsabilidad Corporativa .....	12
Grupos de Interés .....	23
Inclusión Financiera .....	27
Banca Responsable .....	30
Orientación al Cliente .....	35
Productos y Servicios Responsables .....	43
Recursos Humanos .....	49
Compras Responsables .....	61
Medio ambiente .....	63
Compromiso con la sociedad .....	67
Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio .....	74
Informe de Revisión Independiente .....	76
Criterios del Informe .....	77
Indicadores GRI .....	78
Líneas de Trabajo y Objetivos 2011 .....	87

# Diálogo con el Presidente

Nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa, que se ha convertido en una de las iniciativas más importantes que desarrollamos en Colombia y cuyo balance durante 2010 presentamos a continuación, sin duda alguna también ha pasado a convertirse en la principal herramienta de comunicación con los grupos de interés que conforman nuestra actividad en el país.

Para BBVA la Responsabilidad Corporativa que amplía el papel de la empresa en el mundo moderno y que entendida como práctica y desafío permanente en un entorno cambiante y dinámico, aporta marcos conceptuales y éticos de fondo para optimizar las formas de gestión, tanto en el desarrollo del negocio y la relación con cada uno de los grupos de interés, como en el ámbito del compromiso con el medio ambiente y la comunidad.

Es así como este esfuerzo cada vez tiene mejores frutos, no sólo medibles en el aspecto cuantitativo, en el que hemos crecido ostensiblemente en cada uno de nuestros programas, sino también cualitativamente al conocer de cerca la importancia creciente de ellos en las políticas públicas de permanencia escolar, cobertura y calidad de la educación en Colombia, aspecto entorno al cual gira más del 70 por ciento de nuestras actividades de apoyo, sino también en nuestras iniciativas a favor del medioambiente y en general en cuanto a mejores prácticas empresariales.

Nuestros clientes, empleados, accionistas, proveedores y reguladores van a encontrar en este informe reflejadas cada una de las iniciativas que entorno a ellos realizamos: reforzamiento en nuestras políticas de seguridad, mayor y mejor manejo del riesgo, búsqueda permanente de mejores prácticas laborales y contractuales, y sobre todo, mayores exigencias en materia de ética y transparencia en nuestros negocios, pues consideramos que sólo así podemos ser sostenibles.

Dado que es hacia la sostenibilidad a donde apuntamos, consideramos que una sociedad con oportunidades de acceder a la educación de sus niñas y niños, como base sólida de futuro y un negocio amparado por criterios claros de seguridad, ética y manejo de riesgo en nuestras actividades, son las claves de la supervivencia, no sólo como negocio, sino también como sociedad.

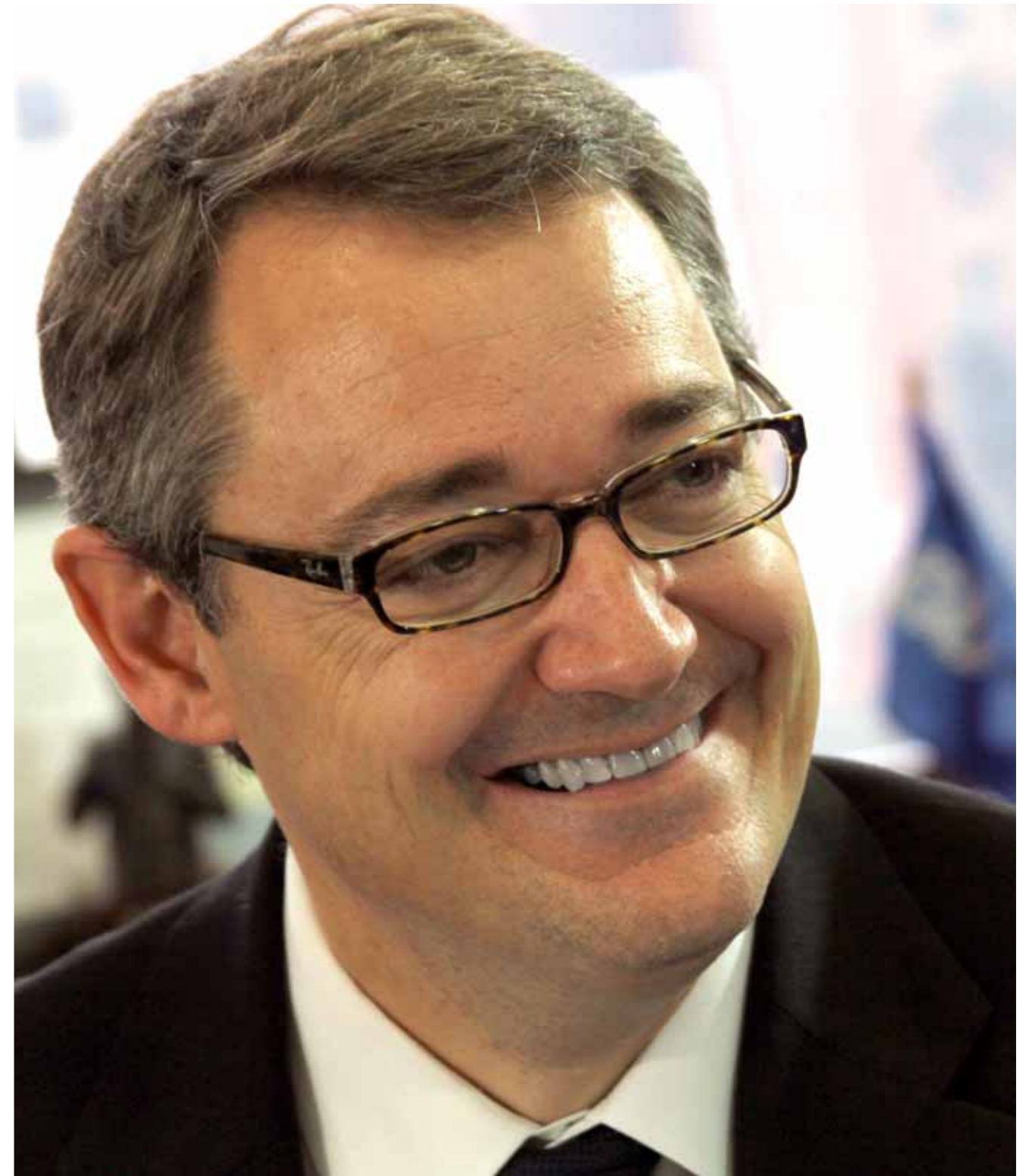
Es importante resaltar como una buena noticia, que el Informe de Responsabilidad Corporativa de BBVA Colombia, que en los últimos tres años según la metodología del Global Reporting Initiative obtuvo B+, para 2010 de acuerdo con Deloitte la firma que audita, alcanzó el nivel de aplicación A+, constituyéndose en el primer informe de sostenibilidad del sector financiero en Colombia, en alcanzar ese logro.

El año 2011 es un año que nos plantea grandes retos de cara al futuro no sólo de nuestro negocio, sino en materia de Responsabilidad Corporativa, tema en el cual seguiremos avanzando en búsqueda de la sostenibilidad y del futuro de la sociedad colombiana y por ende de nuestra empresa.

Adelante



Óscar Cabrera Izquierdo  
Presidente BBVA Colombia



# Perfil BBVA Colombia



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

Somos una entidad bancaria de primer nivel en el sector financiero colombiano, que cuenta con una amplia red de oficinas, una moderna plataforma de sistemas, un destacado volumen de negocio y un recurso humano profesional y especializado.

Nos hemos constituido como Sociedad Anónima por escritura pública 1160 del 17 de abril de 1956 y estamos autorizados a operar por la Superintendencia Financiera de Colombia, entidad que establece el marco de regulación y supervisión, al cual se someten las empresas que actúan en el sistema financiero del país.

Nuestro equipo está conformado por 4.338 colaboradores y la sede principal se encuentra en la ciudad de Bogotá. Contamos con 291 oficinas de Banca Comercial en las principales ciudades del país, una oficina de atención exclusiva al segmento VIP, tres oficinas Corporate & Investment Banking, 12 de Banca de Empresas y una de Banca Institucional, además de una de banca personal. Adicionalmente, disponemos de una red de 852 cajeros electrónicos y 171 corresponsales no bancarios, con los cuales se da mayor cobertura en plazas donde el banco no disponía de oficinas.

BBVA tiene en Colombia las siguientes entidades: BBVA Colombia con sus filiales BBVA Fiduciaria S.A. y BBVA Valores S.A. A partir del 4 de enero de 2010, la Compañía de Financiamiento Comercial BBVA Leasing S.A. se fusionó con el banco y pasó a convertirse en una unidad de negocio.

De igual forma, existen otras filiales del Grupo BBVA en Colombia: las Compañías de Seguros BBVA Seguros Generales S.A. y BBVA Seguros de Vida S.A., además de la Administradora de Fondos de Pensiones y Cesantías BBVA Horizonte S.A.

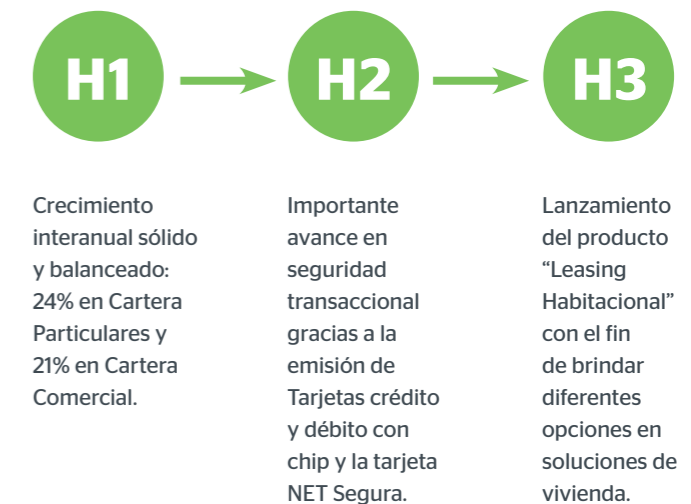
En total las empresas BBVA en Colombia generan cerca de 5.700 empleos directos y de calidad.

BBVA tiene presencia en Colombia desde 1996, como resultado de la compra de 40% del Banco Ganadero por parte de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. y Bilbao Vizcaya América, procediendo a cambiar la razón social de la entidad por Banco Bilbao Vizcaya Argentaria Colombia S.A. –BBVA Colombia–. Durante los años siguientes (1997-2001) BBVA realizó operaciones de compra sobre la porción remanente de las acciones, hasta alcanzar una participación de 95,16% en abril de 2001.

Actualmente, el Grupo BBVA cuenta con una participación accionaria de 95,43% en BBVA Colombia.

Composición Accionaria BBVA Colombia	
Nombre	Participación
Banco Bilbao América	19,23%
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.	76,20%
Otros	4,57%
Total	100,00%

## Principales hitos de BBVA Colombia



## Datos Relevantes de BBVA Colombia

	2008	2009	2010	Var.
<b>Balance BBVA Colombia (En Miles de Millones de Pesos)</b>				
Activo Total	20.232	18.924	22.085	3.161
Recursos Gestionados	15.165	13.163	15.364	2.201
Inversión Crediticia Neta	13.563	11.640	14.491	2.851
Fondos Propios	1.775	2.022	2.254	231
<b>Cuenta de Resultados BBVA Colombia (En Miles de Millones de Pesos)</b>				
Margen de Intereses	1.174	1.230	1.182	-47
Comisiones	269	269	261	-8
ROF's	133	180	85	-96
Gastos de Personal	301	310	324	14
Gastos Generales	239	249	246	-3
Beneficio Antes de Impuestos	512	498	534	36
Beneficio Después de Impuestos	359	365	420	55
<b>Ratios</b>				
Ratio de Recurrencia	42,63%	42,24%	40,21%	-203
Ratio de Eficiencia	40,99%	39,12%	42,89%	377
ROE	22,69%	19,63%	20,06%	43
ROA	1,95%	1,82%	2,13%	30
Morosidad	2,96%	3,62%	1,60%	-201
Cobertura de Mora	145,94%	157,11%	268,57%	11.146
<b>Cuotas de Mercado</b>				
Depósitos	11,47%	9,32%	8,86%	-46
Colocaciones	11,25%	9,55%	9,36%	-19
Depósitos + Colocaciones	11,36%	9,43%	9,11%	-32
<b>Otros Datos</b>				
Empleados	4.323	4.284	4.338	54
Oficinas Banca Comercial	298	298	291	-7
Oficinas Corporate & Investment Banking	3	3	3	-
Oficinas Banca de Empresas	21	18	12	-6
Oficinas Banca Institucional	2	2	1	-1
Oficinas Banca Personal	1	1	1	-
Corresponsales No Bancarios (Puntos)	32	107	171	64
Cajeros Automáticos	755	784	852	68

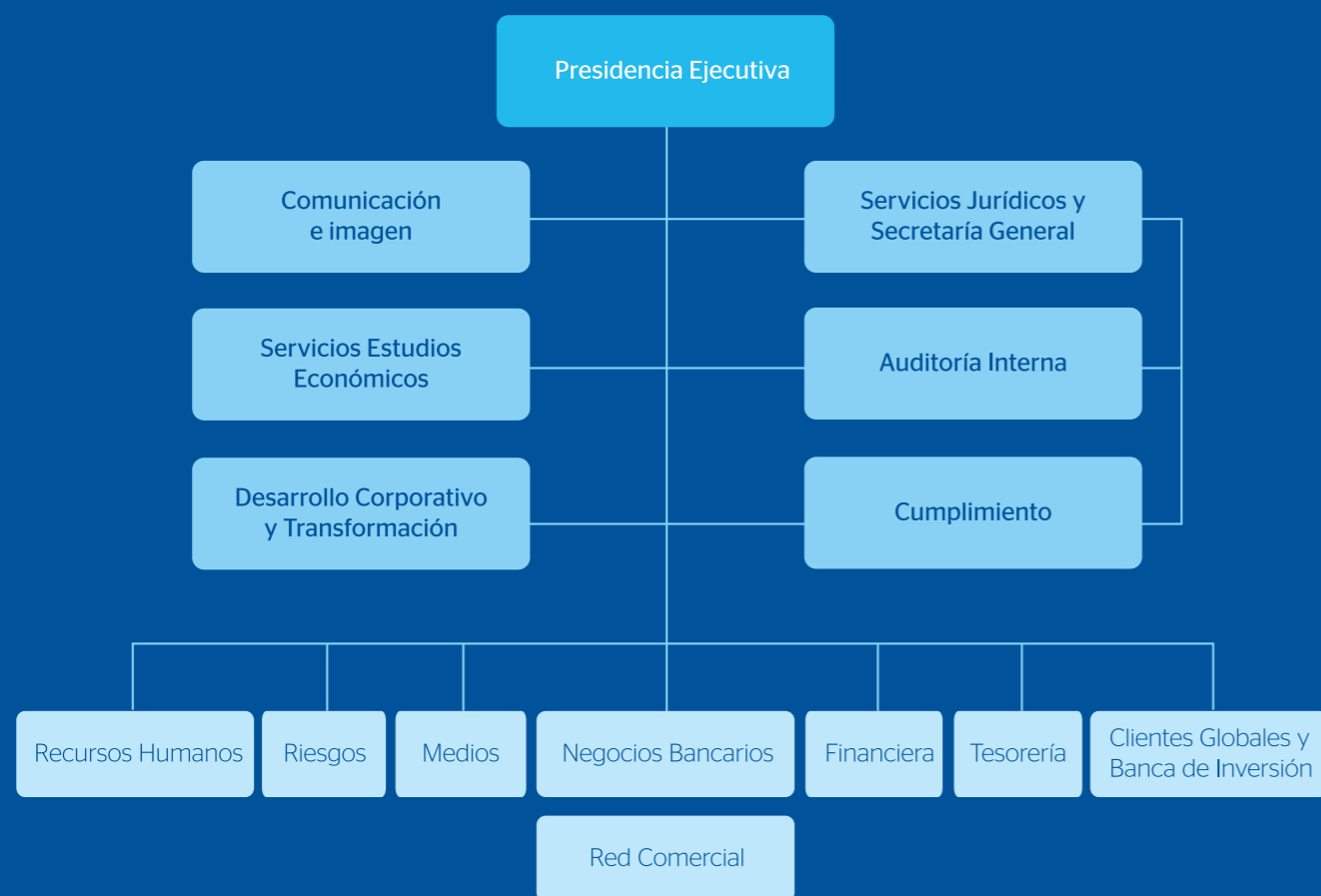
### Cuenta de Resultados Grupo BBVA Colombia (En Miles de Millones de Pesos)

	2008	2009	2010	Var.
Margen de Intereses	1.225	1.314	1.257	-57
Comisiones	416	450	447	-3
ROF's	175	254	147	-107
Gastos de Personal	358	358	380	23
Gastos Generales	295	320	308	-12
Beneficio Antes de Impuestos	615	706	766	59
Beneficio Después de Impuestos	426	479	560	81

### Cartera de Créditos por Línea de Negocio (En Millones de Pesos)

	2008	2009	2010
Cartera de Créditos Bruta	14.175.862	12.340.964	15.142.550
Consumo	4.502.922	3.481.210	4.012.347
Comercial	7.189.920	6.079.662	7.200.374
Microcréditos	2.830	1.910	554
Hipotecarios	2.480.190	2.778.182	3.515.485
Leasing	-	-	413.790
Provisiones	612.395	700.963	651.882
Cartera de Créditos Neta	13.563.468	11.640.001	14.490.668

## Organigrama del Banco



## Estructura del negocio

Para BBVA Colombia continúa siendo prioridad que sus acciones lleven a que cada día un mayor porcentaje de la población tenga acceso a los servicios financieros; por esto, durante 2010, se abrieron oficinas en nuevas poblaciones y en zonas de expansión de las ciudades principales.

La conformación de nuestra red de oficinas aumentó su presencia a 92 ciudades y en algunas de ellas, como único banco; así mismo, permanece en 30 departamentos y ocupa el cuarto puesto en red de oficinas del sistema financiero. BBVA no solo brinda atención a las personas naturales en la prestación de productos y servicios financieros, sino que cuenta con especialistas para la atención de las necesidades financieras al sector de las pequeñas, medianas y grandes empresas del país.

La red bancaria del BBVA se encuentra conformada por 308 oficinas, distribuidas en la geografía nacional de la siguiente manera:

Banca Comercial	Total
Bogotá	87
Antioquia	37
Valle del cauca	31
Atlantico	15
Santander	14
Cundinamarca	10
Bolivar	9
Magdalena	7
Risaralda	7
Boyaca	6
Caldas	6
Cordoba	6
Guajira	6
Huila	6
Tolima	6
Cesar	5
Meta	5
Norte de santander	5
Nariño	4
Casanare	3
Quindio	3
Sucre	3
Cauca	2
Putumayo	2
Amazonas	1
Arauca	1
Caqueta	1
Choco	1
San andres	1
Vichada	1
<b>Total</b>	<b>291</b>

Oficinas Corporate & Investment Banking	Total
Bogotá	1
Medellín	1
Cali	1
<b>Total</b>	<b>3</b>

Oficinas Banca de Empresas	Total
Bogotá	5
Medellín	2
Barranquilla	1
Bucaramanga	1
Cali	1
Cartagena	1
Manizales	1
<b>Total</b>	<b>12</b>

Oficinas Banca Personal	Total
Bogotá	1
<b>Total</b>	<b>1</b>

Oficinas Banca Institucional	Total
Bogotá	1
<b>Total</b>	<b>1</b>

# Principios y políticas de Responsabilidad Corporativa



En el entorno actual el modelo de negocio basado en la rentabilidad ajustada a principios está más vigente que nunca y supone una competencia distinta para generar valor para todos los grupos de interés de forma equilibrada y sostenida en el tiempo.

## Misión y visión

BBVA es un grupo global de servicios financieros cuyo principal compromiso consiste en aportar las mejores soluciones a sus clientes, un crecimiento rentable a sus accionistas y progreso en las sociedades en las que está presente. Esta es la misión que da vida a la organización y justifica el proyecto empresarial que representa la compañía.

Además, BBVA tiene una visión como empresa, una aspiración que impulsa sus ambiciones como organización y que se define en una idea: trabajamos por un futuro mejor para las personas.

BBVA concibe su futuro como parte del de todos aquellos que rodean su actividad. Entiende que el desarrollo de su negocio está vinculado a la prosperidad de las personas presentes en las sociedades y países donde la compañía actúa y, por ello, aspira a que su labor como empresa contribuya a construir un futuro mejor para todas ellas.

De este modo, BBVA se compromete con las personas que rodean su actividad y en especial con sus clientes, concebidos como el centro del negocio. Una determinación que define la identidad y el posicionamiento de la marca BBVA, haciendo de esta una referencia de comportamiento empresarial responsable.

## Rentabilidad ajustada a principios

Trabajar por un futuro mejor para las personas es un compromiso que BBVA define desde los fundamentos básicos del comportamiento empresarial responsable: los principios. BBVA es una organización que construye y se construye desde los principios de integridad, prudencia y transparencia. La integridad como manifestación de la ética en las actuaciones del Grupo y en todas sus relaciones con los grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad en general). La prudencia, entendida como el principio de precaución en la asunción del riesgo. La transparencia como máxima de toda la actividad para ofrecer un acceso a la información clara y veraz dentro de los límites de la legalidad.

Estos principios sitúan a las personas en el centro del negocio y convierten a BBVA en una empresa que se guía no solo por la rentabilidad sino también por las convicciones y el deseo de impulsar un desarrollo más sostenible, en el que el beneficio económico acompañe al progreso social y la protección del medio ambiente.

Un modo de trabajar y de hacer empresa que se resume en un modelo de negocio basado no solo en la tradicional Rentabilidad Ajustada al Riesgo sino también en la Rentabilidad Ajustada a Principios.

Como primera expresión de estos principios, BBVA cuenta con siete valores corporativos que concretan la aplicación de los principios en la actividad diaria de la organización, mostrando algunas de sus manifestaciones más específicas.

## Los 7 Principios corporativos de BBVA

- 1 Clientes**  
El cliente como centro de nuestro negocio
- 2 Creación de valor**  
La creación de valor para nuestros accionistas como resultado de nuestra actividad
- 3 Equipo**  
El equipo como artífice de la generación de valor
- 4 Estilo de Gestión**  
El estilo de gestión como generación de entusiasmo
- 5 Ética e Integridad**  
Un comportamiento ético e integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar nuestra actividad
- 6 Innovación**  
La innovación como palanca de progreso
- 7 Responsabilidad Social**  
La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo

## Posicionamiento

La identidad y el posicionamiento de la marca corporativa de BBVA se enmarcan por cuatro valores que son parte de su esencia: customer centric, sencillez, confiabilidad y globalidad.

**Customer Centric:** En BBVA queremos establecer una nueva relación banco-cliente, en la que el cliente pasa a ser "lo primero". Antepone su beneficio al nuestro y lo convertimos en el eje de nuestra actividad. Es el valor que define el objetivo de nuestras acciones y nos sitúa como el banco que más beneficia a sus clientes.

**Sencillez:** es nuestra manera diferente de enfocarnos en el cliente. Queremos que piense y sienta que BBVA es el banco que más lo beneficia porque le hace la vida más sencilla. La sencillez debe ser la guía de nuestras actitudes y de cada uno de nuestros actos.

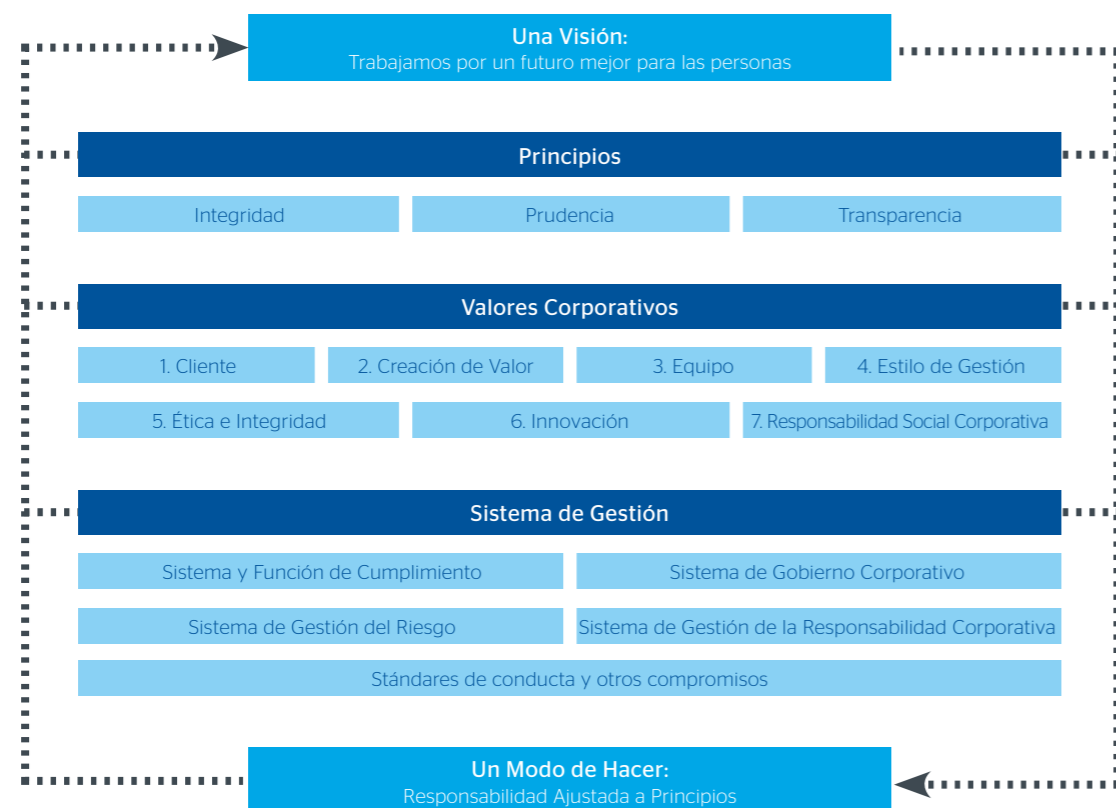
**Confiabilidad:** BBVA es una marca confiable que quiere transmitir al cliente la seguridad y la tranquilidad de

tener su dinero a buen recaudo. La confiabilidad es un valor necesario y básico en el sector financiero.

**Globalidad:** En BBVA aspiramos a ser una marca global, de referencia en el mundo. Nuestra presencia en más de 30 países es una prueba de esta globalidad. Ser globales nos permite entregar más valor y confiabilidad a nuestros clientes y nos diferencia de una forma que es difícil de replicar. Siendo globales, el cliente percibe más. La marca BBVA es global y al mismo tiempo responde a las expectativas de sus clientes con soluciones adaptadas a cada país en el que opera.

La marca Adelante sintetiza todos estos planteamientos y simboliza el espíritu de constante impulso que guía la actividad de la empresa en el día a día, determinando su horizonte en el largo plazo.

### Estrategia basada en principios



## La Responsabilidad Corporativa en BBVA

### Objetivos

La política de Responsabilidad Corporativa tiene como principal objetivo definir los comportamientos e impulsar aquellos que permitan generar valor para todos los grupos de interés (valor social) y para BBVA (valor reputacional y valor económico directo).

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

Los principales compromisos que el Grupo pretende cumplir por medio de su política de Responsabilidad Corporativa son:

- Desarrollar en todo momento su actividad principal de forma excelente.
- Minimizar los impactos negativos derivados de la actividad de negocio.
- Desarrollar "oportunidades sociales de negocio" que generen valor social y valor económico para BBVA.
- Invertir en las sociedades donde estamos presentes mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente las relacionadas con la educación.

### Gestión y gobierno de la Política de Responsabilidad Corporativa

Desde 2007 BBVA Colombia creó su Comité de Responsabilidad Corporativa, en un compromiso de la alta dirección para el desarrollo de las acciones como empresa responsable. Este comité actúa como auditor y regulador de todas las acciones desarrolladas por BBVA Colombia. Algunas de sus principales funciones son:

- Apoyar a la administración en los programas que este recomiende realizar dentro de la Política de Responsabilidad Corporativa del banco.
- Asistir a las reuniones convocadas por la administración.

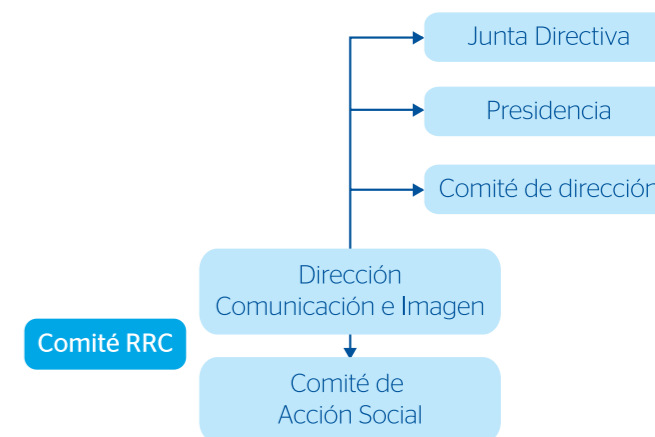
- Efectuar recomendaciones a la entidad sobre temas de Responsabilidad Corporativa.
- Definir las políticas integrales de actuación de BBVA Colombia como empresa responsable.

En 2008 se produjo la consolidación del Comité de RRC, presidido por el primer ejecutivo –country manager– y constituido por directivos de las áreas financiera, Recursos Humanos, Jurídica, Comunicación e Imagen, Operaciones, Innovación y Desarrollo, Dirección de Redes, Banca de Redes, Tesorería y Riesgos.

La gestión de la Responsabilidad y la Reputación Corporativa está a cargo del Departamento de Comunicación e Imagen, que integra dos funciones diferenciadas, pero vinculadas y complementarias: la coordinación de la Política de Responsabilidad Corporativa y la gestión de la reputación. Estas dos funciones se materializan en tres líneas de actuación:

- Seguimiento y evaluación de la opinión de los grupos de interés (escuchar).
- Propuesta de criterios, políticas y comportamientos responsables en todas las áreas de la actividad y de manera transversal (hacer).
- Comunicación y diálogo de las actuaciones realizadas (comunicar).

### La Responsabilidad Corporativa en BBVA Colombia





# Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativa

En mayo de 2008 se aprobó el Plan Estratégico de RRC, cuya misión consiste en definir cómo la Responsabilidad Corporativa es palanca de diferenciación para BBVA frente a todos sus grupos de interés, reforzando de este modo la reputación y el posicionamiento del Grupo.

## El Plan Estratégico de RRC permite, además:

- Ser motor de innovación y transformación para el Grupo, contribuyendo a alcanzar los objetivos estratégicos fijados en el Plan Estratégico de Innovación y Transformación.
- Dar la mejor respuesta ante el nuevo contexto competitivo en el que las cuestiones sociales, medioambientales y reputacionales están aflorando nuevos riesgos y oportunidades.
- Implicar a todas las entidades de BBVA para el desarrollo progresivo de la RRC en el negocio.

Para su elaboración se han tenido en cuenta dos criterios básicos.

En primer lugar, ha sido importante determinar el foco preferente de actuación. Aunque una entidad como BBVA debe dar la mejor respuesta posible a las expectativas de todos sus grupos de interés, es necesario también focalizar los esfuerzos para aprovechar sinergias y alcanzar un mayor y mejor impacto.

En segundo lugar, se ha realizado una aproximación "glocal", es decir, sin dejar de lado la importancia del tema global en el que estamos insertos, permanecemos atentos a las iniciativas que se generen en el entorno de las comunidades en las que estamos presentes y en adaptarnos a las especificidades de cada una de ellas.

El plan establece las líneas de trabajo en materia de RRC en las que el Grupo va a seguir trabajando. Todas ellas están estructuradas por los asuntos relevantes, indicadas en el presente Informe.

El foco seleccionado para priorizar los esfuerzos tiene dos ejes básicos:

- La inclusión financiera/accesibilidad.
- La educación, incluida la educación financiera

Ambos ejes mantienen una clara alineación con la visión, los principios corporativos y el posicionamiento de BBVA.

La educación favorece la integración de las personas y es una línea tradicional de trabajo en BBVA, que hemos fortalecido en los últimos años a través de nuestro Plan de RC.

### • La inclusión financiera

Para millones de personas, el acceso a los servicios financieros no es fácil. Los segmentos sociales de rentas más bajas no cuentan, en la mayoría de los casos, con las garantías que solicita la banca tradicional para conceder crédito y otros servicios financieros. Esta circunstancia les expone a la usura y limita extraordinariamente sus oportunidades de emprendimiento y de apoyo económico para necesidades básicas como la escolarización, los tratamientos médicos o las mejoras en la vivienda familiar. Resolver la exclusión financiera se convierte, por tanto, en una prioridad social y una oportunidad económica.

BBVA considera que luchar contra la exclusión financiera es un objetivo coherente con sus propósitos empresariales y su compromiso ético y social.

El Grupo BBVA mantiene una fuerte apuesta por innovar en esta materia y encontrar los medios para facilitar el acceso global a los servicios financieros. Con este propósito, BBVA dispone de varios proyectos relacionados con la inclusión financiera, entre los que cabe destacar Bancamia

### • La educación financiera

BBVA valora la educación como un pilar fundamental en cualquier estrategia para la construcción de sociedades más igualitarias y equitativas y entiende que su difusión es garantía de progreso y prosperidad. Por estos motivos, el apoyo a la educación es uno de los ámbitos de intervención social más importantes para BBVA. Y, dentro de la educación, la educación financiera surge como un área de implicación especial para BBVA por su clara conexión con la actividad del Grupo, ya

que se concentra en difundir y facilitar la comprensión del funcionamiento del sector financiero y sus servicios.

La crisis económica internacional ha puesto de manifiesto la necesidad y la oportunidad de fortalecer la cultura financiera de la población, a fin de renovar y mejorar la relación de la ciudadanía con el sector financiero, favoreciendo el uso informado de sus servicios.

Así mismo, la educación en esta materia forma parte de la lucha por la inclusión financiera, ya que conocer el funcionamiento y la oferta del sector financiero facilita un uso prudente de estos servicios, en línea con las necesidades personales del cliente, contribuyendo de forma positiva a su bienestar y prosperidad económica.

Sin olvidar que para las entidades financieras, el hecho de que los clientes tomen decisiones informadas mejora la gestión del riesgo, favorece el ahorro y fortalece el sistema financiero en su conjunto. Una decisión informada revierte en un deudor más responsable y un ahorrador más consistente.

Somos conscientes de la necesidad de fundamentar los conocimientos básicos del sistema financiero colombiano, especialmente entre la población que no tiene acceso a los productos bancarios o que de alguna manera apenas se está acercando como cliente o usuario de nuestros servicios.

Durante 2010, BBVA Colombia se preocupó por este tema y desde comienzos del año empezamos a trabajar en una serie de propuestas enfocadas a dar vida a un proyecto que permitiera, en el corto plazo, ofrecer herramientas, tanto prácticas como conceptuales, de lo que es y de lo que no es el sistema financiero.

A partir de la implementación de un grupo de módulos y sus respectivos desarrollos, estructuramos un programa que pasa por diversas etapas, desde una inicial en donde la historia y los conocimientos básicos de nuestro sistema financiero marcan la pauta, hasta otras más profundas en donde los conceptos de ahorro, cuenta corriente, tarjetas de crédito, etc., se presentan de manera clara y pedagógica.

Hemos hecho mención y énfasis especiales en aspectos como el crédito, que permiten a todas las personas, usuarios o no usuarios, tener claros los diversos manejos que se pueden dar de cada una de las líneas que ofrece el sistema y que facilita de manera específica su manejo, programación, utilización, y especialmente aporta herramientas para hacer de este un recurso importante en el desarrollo de las personas y las empresas.

Otro de los pasos cumplidos en este periodo en relación con el proyecto, fue el de articular los mecanismos adecuados para que el proyecto pueda llevarse por todo el país; así, concebimos a partir de análisis y estudio de diferentes propuestas, un vehículo que recorrerá Colombia, presentando cada uno de los programas de educación financiera a modo de aula móvil y que a mediados de 2011 comenzará su recorrido.

## Sistema de Gobierno Corporativo

El Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA Colombia lo conforman el Código de Gobierno Corporativo; el Reglamento de la Asamblea General de Accionistas en el que se regula su funcionamiento y facultades, al igual que los derechos de los accionistas; el Reglamento de la Junta Directiva, que comprende su funcionamiento y facultades, así como los derechos y deberes en las labores propias del cargo de los directores, y el Reglamento del Comité de Auditoría y Cumplimiento.

Adicionalmente, el sistema cuenta con normas de conducta internas, contenidas en el Código de Conducta del Grupo BBVA, el Código de Conducta en el Ámbito del Mercado de Valores y el Código de Conducta para la Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, que consagran los postulados que rigen las actuaciones de sus directivos, administradores y empleados.

El Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA Colombia contempla una distribución de funciones entre la Junta Directiva y los diferentes comités, que han adoptado su propio reglamento, destacándose los siguientes:

*1) Comité de Auditoría y Cumplimiento:* brinda apoyo a la Junta Directiva respecto a la verificación de los estados financieros e implementación y supervisión del Sistema de Control Interno.

Se destaca dentro de su gestión para este ejercicio el apoyo y seguimiento realizados a los planes de la administración para la implementación, adecuación y/o ajuste de los diferentes elementos que conforman el Sistema de Control Interno (SCI) del banco.

La efectividad del SCI fue objeto de evaluación independiente, y concluyó que el banco tiene un sistema de administración de riesgos que permite la minimización de los costos y los daños causados por estos, con base en el análisis

del contexto estratégico que incluye la identificación de riesgos y su priorización, la medición de la probabilidad de ocurrencia y su impacto, la construcción de mapas de riesgo y la divulgación de estos y de las políticas definidas para su administración, registro y medición entre los funcionarios que intervienen en los procesos de la entidad.

*II) Comité de Responsabilidad Corporativa:* apoya a la administración en el cumplimiento de los programas de responsabilidad social del banco. Forman parte de este comité dos miembros independientes de la Junta Directiva.

Durante el ejercicio 2010, el comité sesionó en cuatro oportunidades y dentro de su gestión sobresale el apoyo a la administración en los programas de Responsabilidad Corporativa, impulsando el programa de becas y entrega de morrales con útiles escolares, que contribuye con la educación de la niñez de escasos recursos, el programa de voluntariado y el programa Manos a la obra, entre otros.

*III) Comité de Gobierno Corporativo:* apoya a la Junta Directiva en temas relacionados con la implementación y mejoramiento de buenas prácticas de gobierno corporativo, la protección de los accionistas y el mercado en general en cuanto al acceso de información relevante, evaluación del desempeño del Comité de Auditoría y la Junta Directiva, entre otros. Este comité sesiona cada cuatro meses y puede reunirse extraordinariamente cuando se requiera. En él participa un miembro independiente de la Junta Directiva.

Su gestión ha sido reconocida y durante 2010 BBVA Colombia recibió el premio al mejor banco colombiano en buenas prácticas de gobierno corporativo, responsabilidad social y ética, de la revista Latin Finance.

*IV) Comité de Nominaciones y Retribuciones:* propone las políticas de remuneración, salarial y designa al presidente y vicepresidentes.

Durante 2010, este comité sesionó en tres ocasiones y dentro de su gestión se destaca la propuesta de un sistema y una política de retribución que se compone de factores de compensación fijos y variables, vinculados no solo al cumplimiento de resultados financieros y de negocio, sino también a indicadores de gestión de riesgo.

Dicha política contempla la propuesta de un sistema retributivo que aplica a los directores independientes de la Junta Directiva, con base en el reconocimiento de una cantidad fija atribuida

por el desempeño del cargo de director, que tiene en cuenta la responsabilidad, dedicación e incompatibilidades que ello comporta, y otra cantidad fija para los directores que formen parte de los distintos comités (de Auditoría, de Buen Gobierno, de Nominación y Compensación, de Responsabilidad Social Corporativa, etc.), valorando, así mismo, la responsabilidad, dedicación e incompatibilidades que cada una de ellas supone.

#### Encuesta Código País

En relación con las prácticas corporativas, la Superintendencia Financiera de Colombia realizó una encuesta sobre el grado de asunción de las recomendaciones del Código de Mejores Prácticas Corporativas, cuyo informe fue dado a conocer en el año 2010.

La encuesta evalúa temas relacionados con el desarrollo de las asambleas, el funcionamiento y conformación de la Junta Directiva, la revelación de información y la atención a los accionistas, cuyos resultados evidenciaron que BBVA Colombia cuenta con 36 medidas implementadas, siendo la entidad financiera en Colombia con más recomendaciones adoptadas.

El banco, igualmente, ha adoptado prácticas de gobierno corporativo adicionales a las recomendadas por el Código de Mejores Prácticas Corporativas.

#### Información adicional

Durante 2010 se realizaron dos reuniones de asambleas generales de accionistas, una ordinaria y otra extraordinaria, conforme a los términos establecidos en la ley, los estatutos sociales, el Código de Buen Gobierno Corporativo y el Reglamento de Asamblea General de Accionistas, destacándose las siguientes prácticas:

- La convocatoria de las asambleas realizadas durante el año se efectuó a través de medios de comunicación escritos y de la página web del banco.
- El banco transmitió en línea la Asamblea Ordinaria de Accionistas celebrada el 23 de marzo de 2010 a través de la web y publicó las decisiones tomadas.
- Se reformaron los estatutos sociales en asamblea extraordinaria celebrada en el mes de julio de 2010, con el fin de definir los lineamientos del Sistema de Control Interno (SCI) y complementar las funciones y responsabilidades que al respecto tienen tanto la Junta Directiva como el representante legal, con el propósito de contribuir a una eficiente gestión de riesgos y al logro de los objetivos de BBVA Colombia.

## Sistema y función de cumplimiento

BBVA Colombia está comprometido con el estricto cumplimiento de la ley, pero además considera que la observancia sistemática de estándares de comportamiento ético es una fuente de creación de valor estable y se constituye en requisito indispensable para preservar la confianza de la sociedad en cualquier institución.

Se tienen establecidos los principios básicos asumidos por BBVA para la gestión de determinadas cuestiones que pueden llegar a afectar a la integridad corporativa y que se enmarcan dentro del denominado Riesgo de Cumplimiento, que deriva básicamente de la forma como una entidad conduce sus relaciones de negocio con terceros y sus actuaciones en los mercados, y que principalmente tiene su origen en obligaciones recogidas en disposiciones normativas sobre las materias que se citan más adelante.

Las medidas dirigidas a asegurar el cumplimiento de estas obligaciones son responsabilidad de diferentes departamentos dentro de la organización, cada uno de ellos especializado en un ámbito concreto de actuación.

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

- Conducta en los mercados.
- Tratamiento de los conflictos de intereses.
- Riesgo de lavado de activos y de la financiación del terrorismo.
- Protección de datos personales

#### Principio de Precaución: la gestión del riesgo

El riesgo forma parte del negocio bancario, es un elemento inherente a esta actividad, y su gestión supone un reto diario para las compañías del sector. BBVA aplica el principio de precaución en todas sus operaciones.

Este principio se convierte así en un criterio general que implica la asunción solo de riesgos prudentes, consistentes y basados



en la experiencia. La actividad financiera se ve expuesta a rápidos cambios y, por tanto, a nuevos riesgos que deben ser detectados y valorados de forma adecuada. Riesgos de muy distinta naturaleza no solo vinculados a aspectos financieros sino también sociales, ambientales y reputacionales de diversa índole. En respuesta a esta permanente transformación del contexto operativo y la pluralidad de riesgos posibles, el Grupo BBVA mantiene varios objetivos complementarios.

Por una parte, preservar la solvencia de la entidad. Para ello, BBVA se asegura de que la exposición al riesgo se mantenga en unos límites controlados, basados en parámetros previamente establecidos y con un perfil equilibrado. Así mismo, se aborda la gestión de riesgos de modo que las políticas que de ella se derivan conecten claramente con los objetivos estratégicos del Grupo. Finalmente, BBVA trabaja en torno a la idea de una rentabilidad ajustada a riesgo, es decir, conseguir que todas las decisiones contribuyan a crear valor mediante la consideración de los riesgos.

Para cumplir con estos propósitos, la empresa cuenta, en primer lugar, con unos principios básicos de actuación.

El primero de ellos reconoce la independencia y globalidad de la gestión de riesgos dentro del Grupo. Y el segundo habla de que la gestión del riesgo debe producirse a lo largo de toda la vida de este, es decir, del análisis previo a la aprobación y a la extinción del riesgo.

## Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

### Código de Conducta

Un elemento básico en el sistema de cumplimiento es el Código de Conducta del Grupo BBVA, que define y desarrolla los fundamentos del comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias para preservar una de sus principales fuentes de creación de valor: la integridad corporativa.

El Código de Conducta es aplicable a la totalidad de las entidades y de los empleados de BBVA en Colombia. Refleja públicamente el conjunto de los compromisos de BBVA con sus grupos de interés directos –accionistas, clientes, empleados y proveedores– y con las sociedades en las que opera la compañía.

Los siguientes son los principios orientadores del Código de Conducta de BBVA:



Entre las principales herramientas que apoyan la gestión del Código de Conducta se encuentran los canales de comunicación de actitud responsable, a través de los cuales los empleados pueden denunciar de manera confidencial y segura situaciones que puedan ser violatorias de las disposiciones contenidas en el código o de la normativa legal vigente; aquellas actuaciones consideradas éticamente cuestionables son conocidas por el Comité de Integridad Corporativa, constituido por los máximos responsables de las áreas de Servicios Jurídicos, Recursos Humanos, Cumplimiento y Auditoría Interna.

Principales aspectos que pueden ser tratados en los canales de actitud responsable:



### Política de conducta en el ámbito de los mercados de valores

La política de conducta en el ámbito de los mercados de valores es un desarrollo de las pautas establecidas en el Código de Conducta BBVA en relación con los mercados, e incorpora una serie de principios y criterios generales de actuación comúnmente aceptados a escala internacional y dirigidos a preservar la integridad en los mercados, y que los empleados de BBVA hemos de respetar en relación con:

- El tratamiento de la información privilegiada.
- La prevención de la manipulación de cotizaciones.
- La gestión de los potenciales conflictos de interés que pudieran surgir.
- Nuestras propias operaciones en los mercados de valores.

### Códigos específicos de áreas funcionales

Además del Código de Conducta para los empleados del BBVA en Colombia, la compañía se ha dotado de otros instrumentos específicos para la gestión de los compromisos básicos en cada área funcional.

Los más importantes son:

- Reglamento Interno de Conducta del Mercado de Valores
- Estatuto de la función de cumplimiento.

- Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA.
- Principios aplicables a los procesos de enajenación de bienes y equipos propiedad de BBVA mediante oferta a sus empleados.
- Código de Conducta para la Administración del Riesgo del Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo

### Conducta en los negocios

Durante 2010 se continuó con el desarrollo de las pautas generales contenidas en el Código de Conducta del BBVA. Por tal motivo se actualizó el marco interno de pautas de conducta y se emitió el Reglamento Interno de Conducta en el Mercado de Valores (RIC). El RIC, inspirado en los principios contenidos en el Código de Conducta del Grupo BBVA y en la política corporativa en los mercados de valores, coincide con los contenidos del Código de Conducta en el ámbito de los mercados de valores al que sustituyó.

El RIC establece las pautas de comportamiento requeridas para asegurar que las actuaciones institucionales y personales de los profesionales de BBVA en Colombia en los mercados de valores se lleven a cabo en estricto cumplimiento de la legalidad vigente y de acuerdo con normas éticas de general aceptación, orientadas a fomentar la transparencia en los mercados y a preservar, en todo momento, el interés de los inversionistas.

Con el apoyo de Recursos Humanos y dentro del marco del Compliance Testing se mantuvieron las estrategias de capacitación para afianzar aún más la cultura ética en la entidad. Para tal efecto se continuó con la realización del curso virtual sobre el Código de Conducta, así como la capacitación presencial sobre este tema, con los siguientes resultados: capacitación virtual: 467 funcionarios; capacitación presencial: 1.800.

A partir del segundo trimestre de 2010 y en coordinación con el Área de Comunicación e Imagen, se adelantó una campaña formativa dirigida a todos los empleados con el propósito de afianzar y recordar los siguientes aspectos del Código de Conducta: i) conflictos de interés, ii) protección de datos personales, iii) desarrollo de otras actividades profesionales y iv) actitud responsable.

También se realizaron actividades de capacitación a todas las personas sujetas al Reglamento Interno de Conducta en el mercado de valores y se llevó a cabo el proceso de implantación de restricciones especiales



a la operativa por cuenta propia de las mismas.

### Acuerdos internacionales suscritos

En BBVA mantenemos vigentes los siguientes acuerdos y seguimos apoyando estas iniciativas:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas ([www.globalcompact.org](http://www.globalcompact.org))
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (Unepfi) ([www.unepfi.org](http://www.unepfi.org)).
- Principios de Ecuador ([www.equator-principles.com](http://www.equator-principles.com)).
- Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas ([www.unpri.org](http://www.unpri.org)).

Por otro lado, BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas ([www.un.org](http://www.un.org)) y a la normativa laboral básica de la Organización Internacional del Trabajo ([www.ilo.org](http://www.ilo.org)).

### Creación de valor para los grupos de interés

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

Entre otras muchas funciones, canalizan recursos desde agentes

con excedentes hacia agentes que los necesitan para la inversión o el consumo (desarrollando, además, una labor de multiplicación de los recursos financieros, básica para el funcionamiento de la economía), y ejercen una función decisiva en el análisis de las oportunidades y decisiones de inversión. Ocupan, así, una posición clave en el sistema económico como facilitadores esenciales de la actividad de todos los agentes (administraciones públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro y familias), convirtiéndose en elementos fundamentales en la creación de valor.

El segundo principio corporativo que BBVA plantea es "la creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resultado de la actividad". BBVA entiende la creación de valor como una de sus funciones principales y el aporte más importante a las sociedades en las que actúa, pues no se trata solo de valor económico para los accionistas, sino que se crea valor también para los clientes, los empleados, los proveedores y la sociedad en general.

Creación de Valor Directo Tangible: Detalle por Grupos de Interés (Millones de Pesos)						
Grupo	Indicador de Valor	2006	2007	2008	2009	2010
Accionistas	Dividendos	123.158	159.703	249.070	267.097	210.197
Empleados	Gastos de Personal	299.292	133.368	180.160	84.539	324.000
Clientes	Intereses y Cargas Asimiladas	500.425	741.244	1.116.329	921.126	462.208
Proveedores	Otros Gastos de Administración <sup>(1)</sup>	237.364	215.009	229.826	249.331	245.831
Sociedades	Contribuciones, Impuestos Sobre Beneficios y otros Impuestos	22.635	113.169	180.450	160.166	134.652
	Recursos destinados por BBVA Colombia para el apoyo a la comunidad		2.160	3.668	4.021	4.295

<sup>1</sup> Se ha seleccionado este concepto como aproximación adecuada a los pagos realizados a terceros por compras y servicios prestados

Valor Económico Generado y Distribuido (Millones de Pesos)					
Grupo	2006	2007	2008	2009	2010
Valor Económico Generado (VEG) <sup>(1)</sup>	1.016.343	1.213.391	1.533.795	1.612.353	1.501.777
Margen de Intereses	786.738	944.905	1.174.135	1.229.563	1.182.406
Comisiones Netas	263.493	253.896	268.875	268.534	260.956
ROF	10.362	50.554	133.368	180.160	84.539
Otras ganancias o pérdidas netas <sup>(1)</sup>	-44.249	-35.964	-42.582	-65.904	-26.125
Valor Económico Distribuido (VED)	682.449	785.271	900.376	901.842	914.680
Dividendos	123.158	159.703	171.324	174.285	200.592
Resultados Atribuidos a la Minoría	-	-	8.204	8.345	9.605
Proveedores y otros Gastos Administración (Excluidos Sueldos y Salarios)	237.364	215.009	238.930	249.331	245.831
Impuestos	22.635	113.169	180.450	160.166	134.652
Gastos de Personal	299.292	297.390	301.469	309.715	324.000
Valor Económico Retenido (VER=VEG-VED)	333.894	428.120	633.419	710.511	587.097
Reservas	123.358	510.477	179.528	182.630	210.197
Provisiones y Amortizaciones <sup>2</sup>	210.535	268.312	453.891	527.881	376.900

<sup>(1)</sup> Incluye Resto de Ingresos Netos Ordinarios y No Ordinarios <sup>2</sup> Incluye Amortizaciones + Pérdida por deterioro de Activos + Dotaciones a Provisiones

# Grupos de interés

## Identificación y diálogo con los grupos de interés en BBVA

En BBVA definimos a los grupos de interés como todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente nuestra actividad y decisiones, y, o, que se ven afectadas por ellas.

El mapa de grupos de interés y los canales de escucha y diálogo son los instrumentos para dar a conocer a los grupos de interés los comportamientos responsables de la empresa. La finalidad de este proceso es ofrecer la mayor información y transparencia posible para diferenciarnos, ganar su confianza e influir de forma positiva en las percepciones y en los comportamientos favorables de estos grupos de interés.

La finalidad de la escucha y el diálogo es dar respuesta, de forma oportuna y completa, a las inquietudes planteadas por nuestros grupos de interés y que hagan referencia a temas de relevancia para ellos. En este sentido, es una de las herramientas de gestión que emplea BBVA para tomar decisiones sobre los temas prioritarios que deben integrarse en nuestro desempeño cotidiano, sobre las oportunidades nuevas de creación de espacios de valor compartido y sobre los que debemos informar y comunicar a los grupos de interés. El objetivo de BBVA es avanzar en un modelo de empresa que escucha y aprende a relacionarse con sus grupos de interés.

Esta estrategia compleja y difícil de imitar, genera los dos recursos intangibles de gran valor para las organizaciones: la innovación y la reputación. Una tarea que debe llevarse a cabo de forma ordenada y sistemática, mediante canales y sistemas robustos de investigación que permitan crear

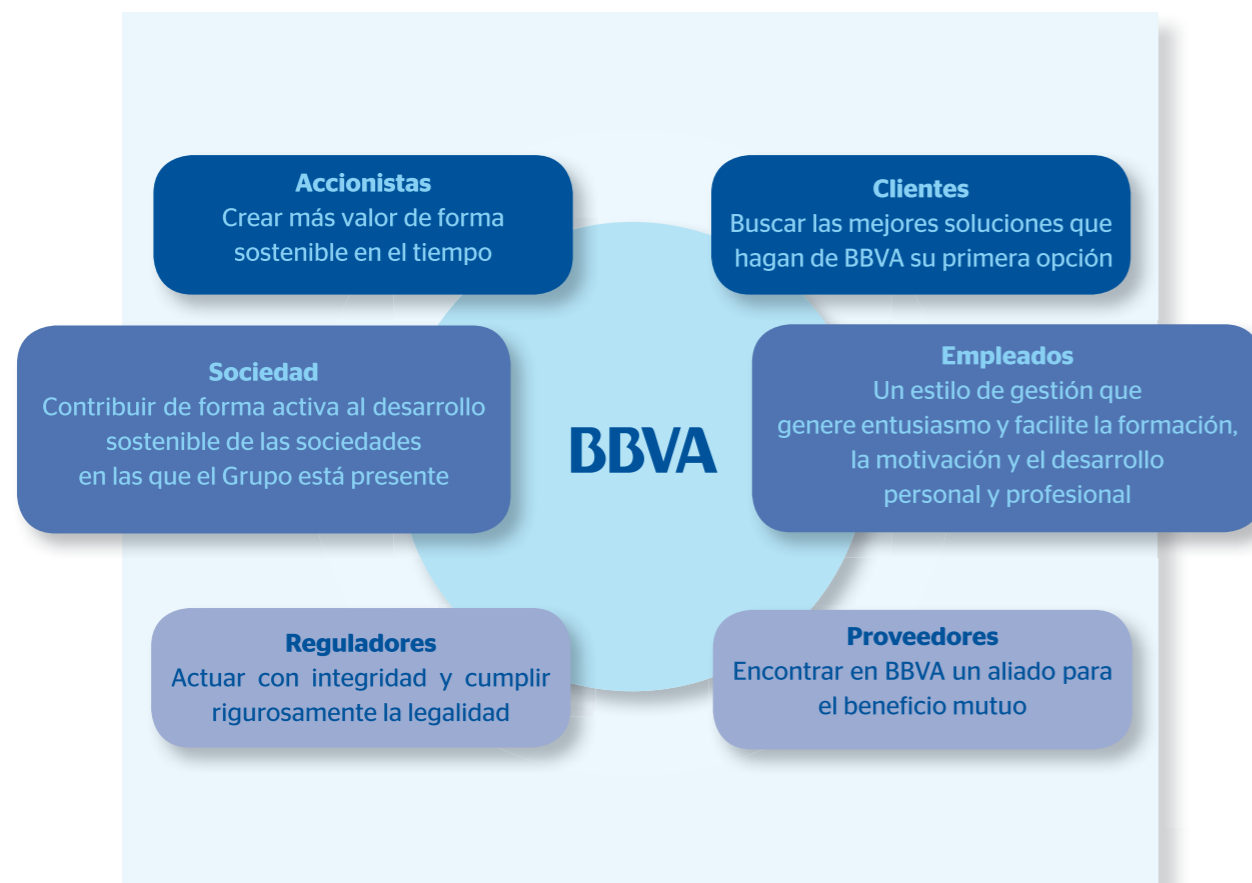
En BBVA trabajamos para cumplir las expectativas de todos nuestros grupos de interés en nuestras actividades a través de la comunicación permanente, el desarrollo de relaciones y la construcción de alianzas.

indicadores y cuadros de mando capaces de recoger las expectativas de los grupos de interés y de demostrar el retorno positivo para la organización de este proceso. El retorno en diferenciación y generación de valor se concreta en tres ámbitos complementarios: 1) elegibilidad, una diferenciación que atrae accionistas e inversores institucionales, 2) oportunidades sociales de negocio, una diferenciación basada en la innovación, en nuevos productos y servicios, nuevos modelos de negocio y nuevos segmentos de población, y 3) captación y retención del talento, una diferenciación que atrae más eficientemente a nuevos empleados y compromete a los actuales.

Este retorno se resume en la capacidad de BBVA para generar confianza y fortalecer su buena reputación ante los grupos de interés.

La escucha y el diálogo con los grupos de interés permite establecer objetivos y definir planes para la mejora continua, así como para identificar con anticipación, temas y asuntos que pueden convertirse en futuros riesgos y amenazas, estableciendo planes de acción para poder mitigarlos.

### Principales grupos de interés de BBVA y compromisos del Grupo con cada uno de ellos



En definitiva, un contacto activo con los grupos de interés a través del diálogo aporta una percepción más certera de la amplia y compleja realidad que configura el entorno de negocio, contribuyendo a neutralizar posibles amenazas y considerar nuevas posibilidades.

## Integración de las expectativas de los grupos de interés en la gestión

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

Por un lado, la relación ordinaria que mantienen las áreas de negocio y las áreas de apoyo al negocio con cada grupo de interés nos permite identificar, mediante herramientas de escucha específicas y técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas (grupos de trabajo y encuestas con clientes, encuestas de satisfacción a empleados, estudios de percepción de accionistas, etc.), los temas relevantes y la valoración que hacen de nuestras actividades y desempeño. Esta información permite establecer planes de actuación y de comunicación.

Por otra parte, el comité de RRC tiene como una de sus funciones servir de vínculo entre los grupos de interés y la organización.

Para cumplir con esta función aglutina la información procedente de las áreas de negocio y de apoyo al negocio, y la complementa con la realización de actividades e investigaciones específicas en los ámbitos de la responsabilidad, la reputación, la percepción y la fortaleza de la marca corporativa.

Algunas de las principales herramientas empleadas para detectar las demandas de los grupos de interés son las siguientes:

1. El sistema de monitorización de reputación corporativa, denominado Reprtrak (Reputation Tracking), que mide de forma periódica la relevancia de distintos temas para los grupos de interés, así como los juicios y percepciones de estos sobre nuestra actividad.

El Reprtrak tiene un modelo de medición y gestión de la reputación estrechamente vinculado a la gestión de la responsabilidad y

orientado a la creación de valor para el Grupo, que gestiona directamente el Departamento de Comunicación e Imagen.

El Reprtrak mide la reputación como un índice que integra la opinión, la estimación, la admiración y la confianza de los grupos de interés en las organizaciones empresariales. El modelo descompone este índice en una serie de atributos concretos, agrupados en siete dimensiones (oferta, trabajo, ciudadanía, ética, innovación, liderazgo y finanzas), cuyo análisis permite la gestión y la mejora de la reputación general ante cada grupo de interés.

Las siete dimensiones que construyen la reputación integran los siete principios corporativos del Grupo BBVA, implantados en todas las actuaciones y que transmiten a sus grupos de interés gracias a sus canales y soportes de comunicación y diálogo.

Este modelo de medición posibilita a BBVA:

- a) Conocer la percepción que sobre la entidad tiene cada uno de los grupos de interés analizados, y en concreto, los puntos fuertes y débiles en términos absolutos y en relación con otras empresas, dentro y fuera del sector.
- b) Entender el nivel de relevancia y prioridad de cada aspecto para cada grupo de interés, lo que permite una mayor eficiencia en la focalización de esfuerzos para integrar las expectativas de cada grupo en la gestión.
- c) Facilitar la implicación transversal de las distintas áreas del Grupo en la ejecución de planes de acción que fortalezcan la responsabilidad y la reputación corporativa.

2. En 2010 se realizó una consulta cualitativa a nuestros grupos de interés en los principales países en los que operamos, mediante cuestionarios, entrevistas, talleres y grupos de discusión. Participaron accionistas, empleados, proveedores y clientes, además de expertos en sostenibilidad, medios de comunicación, representantes de organizaciones sociales, culturales y medioambientales. El resultado de este trabajo permitió la identificación y caracterización de los asuntos más relevantes, tanto para informar como para generar políticas específicas.

### Asuntos relevantes: riesgos y oportunidades

La Política de Responsabilidad Corporativa se desarrolla en torno a los asuntos relevantes para BBVA que integran,

además de la visión, los principios y la estrategia de negocio, las expectativas de los grupos de interés obtenidas a partir de los múltiples canales de diálogo y la relación.

Estos asuntos se traducen en riesgos para la compañía, pero también en oportunidades para generar valor social y valor para esta. El Grupo BBVA centrará su actividad de responsabilidad corporativa en los siguientes asuntos:

1. Orientación al cliente.
2. Inclusión financiera.
3. Finanzas responsables.
4. Oferta de productos y servicios responsables.
5. Gestión responsable de recursos humanos.
6. Compras responsables.
7. Gestión ambiental y cambio climático.
8. Compromiso con la sociedad.

Este conjunto de sistemas de escucha, métodos de investigación y canales de comunicación, permite obtener de forma objetiva un diagnóstico y un seguimiento periódico riguroso de las demandas y expectativas más relevantes de los grupos de interés. La integración de los indicadores y cuadros de mando utilizados permiten establecer objetivos de mejora e indicadores de progreso para el Grupo.

## Comunicación a los grupos de interés

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

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

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

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

El Informe Anual de Responsabilidad Corporativa es el principal instrumento de comunicación; la aplicación de estándares, métodos de verificación, certificación y aseguramiento respaldan la veracidad y la relevancia de la comunicación que establecemos con nuestros grupos de interés para mejorar sus percepciones y fortalecer, por tanto, nuestra buena reputación.

# Inclusión Financiera

## Corresponsales No Bancarios

Dentro de la política gubernamental de la Banca de las Oportunidades y con el fin de que los servicios financieros lleguen a todos los municipios de Colombia, a las clases menos favorecidas, a los pequeños empresarios, a los profesionales recién graduados, el Gobierno Nacional autorizó la operación de los establecimientos financieros a través de Corresponsales No Bancarios (CNB) desde el año 2006.

A partir de ese año, BBVA ha trabajado en la creación de nuevos puntos de CNB en todo el país, a través de los cuales ha logrado llevar su presencia a municipios y zonas urbanas de las grandes ciudades en donde nunca antes había llegado, para permitir a miles de personas acceder a los servicios globales de un grupo que, como BBVA, está en todo el mundo.

Los corresponsales no bancarios son una apuesta importante de BBVA. En 2010 llegamos a 171 puntos, operando con más de trescientas mil transacciones en el año, fundamentalmente retiros y pagos de servicios públicos. Esto significó multiplicar por 10 la transaccionalidad en un año y aumentar considerablemente nuestra presencia en las diferentes regiones no cubiertas por nuestra red comercial, contribuyendo a la bancarización y a la inclusión financiera de comunidades que antes estaban relegadas de estos servicios.

Poder acceder a servicios financieros es uno de los más importantes factores que contribuyen a un futuro mejor de las personas. En BBVA trabajamos para facilitar a nuevos segmentos de la población el acceso a los servicios financieros.

CNB	2008	2009	2010
Número de CNB	50	107	171
Número total de transacciones en el año	117.117	36.000	336.933





## Hipotecario fácil

En crédito hipotecario procuramos que los colombianos accedan a una vivienda digna, y por ello nos hemos comprometido decididamente en la difusión del beneficio de cobertura condicionada otorgada por el Gobierno Nacional. Desde el inicio del programa, en BBVA hemos tramitado más de 9.500 reservas de cupos, de los cuales 52% han correspondido a vivienda de interés social, ratificando nuestra vocación de atención a este segmento de clientes, que requieren con mayor prioridad el apoyo del sector financiero para hacer realidad el sueño de una vivienda propia.

Durante el programa de subsidio a la tasa, hemos desembolsado un total de \$317.643 millones, representados en 7.500 familias beneficiadas.

En este sentido, BBVA seguirá fortaleciendo su oferta crediticia para compra de vivienda, a fin de llegar a todos los hogares colombianos con un producto que se adapte a las necesidades propias de cada segmento.

## Cuenta de ahorros para VIS (Vivienda de Interés Social)

Mediante un ahorro programado, BBVA proporciona a personas y, o, familias con ingresos menores a cuatro salarios mínimos legales

mensuales, que no poseen vivienda propia, la posibilidad de alcanzar la meta del 10% del valor de la vivienda escogida, requisito indispensable para obtener el subsidio de vivienda de interés social que otorgan las cajas de compensación familiar por una sola vez.

Al corte de diciembre de 2010, BBVA Colombia reportó la apertura de 2.204 en lo corrido del año.

## Pago de nómina activa y pensional

En el segmento de asalariados, BBVA Colombia ofrece a sus clientes la opción de vincularse al esquema de portafolios de nómina, los cuales contemplan productos acordes con sus necesidades y, además, brinda tarifas especiales que les representan ahorros superiores al 75% respecto a las tarifas plenas. Como complemento de esta oferta, nuestros clientes también ingresan al Club Nómina Preferente BBVA, programa que pionero en el mercado colombiano, que les permite tener acceso a descuentos en establecimientos de comercio en diferentes rubros, algunos de los cuales impactan directamente la canasta familiar de nuestros clientes.

Como complemento al servicio de nómina, BBVA Colombia continúa apoyando al segmento de pensionados, ofreciéndoles la posibilidad de recibir la mesada directamente en una Cuenta de

Ahorros Pensional, con beneficios exclusivos como la entrega de la libreta de ahorros totalmente gratis, el trámite de la supervivencia en cualquiera de nuestras oficinas por lo menos una vez cada 90 días y el manejo de otros ingresos o ahorros en la misma cuenta.

## Segmento Infantil Blue Kids

El año 2010 ha sido de consolidación para nuestras cuentas infantiles. Logramos un stock cercano a las 12.000 cuentas y a los \$5.000 millones al cierre del año. Blue Kids es un producto en constante crecimiento y cuenta con una magnífica oferta de tarjetas, promociones y extractos diferenciados por género, además de concursos y sorteos que contribuyen a la responsabilidad social de BBVA, en donde los niños aprenden mientras juegan en un portal en internet creado exclusivamente para ellos.

Blue Kids realizó a lo largo del año sorteos trimestrales en donde participan los niños que juegan en el portal y que responden acertadamente el test del ahorro, así como el sorteo de una póliza educativa de Mapfre, donde la afortunada ganadora fue una niña de 2 años de edad, hija de un matrimonio perteneciente a las Fuerzas Militares de Colombia.

Además, Blue Kids participa continuamente en actividades realizadas en colegios, donde BBVA fomenta la importancia del ahorro entre los niños y sus padres.

# Banca Responsable

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

## Finanzas responsables

Hablar de sostenibilidad en el negocio financiero implica considerar de manera específica los impactos sociales y medioambientales de las actividades de nuestros clientes. En BBVA nos comprometemos a tener en cuenta estos aspectos en el momento de aportarles soluciones.

### Inversión Socialmente Responsable

En BBVA apostamos por la inversión socialmente responsable (ISR) como una concreción natural de nuestra política de responsabilidad corporativa. La ISR incorpora en el análisis y en la toma de decisiones de inversión, además de los criterios económicos tradicionales, el impacto de factores medioambientales, sociales, éticos y de gobierno corporativo (conocidos éstos estos con la sigla inglesa ESG) con el objetivo de obtener mayor rentabilidad desde una gestión proactiva de los aspectos extrafinancieros de la cartera de inversión a medio y largo plazo.

Un componente fundamental del proceso de gestión del riesgo de emisor y contraparte, adelantado e incorporado dentro de las prácticas de BBVA Horizonte, es el Principio de Inversión Responsable. Este principio, junto con la evaluación de la calidad de la gestión directiva, tiene por objetivo verificar aspectos cualitativos del emisor, tales como la idoneidad de la alta gerencia, el impacto de la compañía en el mercado, la

relación que tiene con sus clientes y proveedores, la legalidad de los recursos que componen el capital social de la compañía, y otra serie de aspectos que buscan verificar los principios éticos, sociales y legales de las firmas en las que se invierte.

Con este fin se ha implementado la "Metodología de medición de prácticas de buen gobierno corporativo". Esta metodología se basa en el diligenciamiento y actualización de la encuesta de Código País y Gobierno Corporativo elaborada por la Superintendencia Financiera de Colombia.

Esta encuesta es un compendio de ochenta preguntas que deben ser respondidas anualmente por todos los emisores de valores del mercado colombiano, que reportan sus respuestas a la Superintendencia Financiera para que esta publique dicha información, la cual debe estar a disposición de cualquier inversionista.

La encuesta de Código País y Gobierno Corporativo está segmentada en tres líneas temáticas: Asamblea de accionistas, Junta directiva y Revelación de información financiera y no financiera, las cuales, en conjunto, abarcan los puntos clave de gestión gerencial, social y directiva, de interés de los inversionistas al momento de incorporar en su portafolio algún emisor en particular.

Actualmente, BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías ha dividido las preguntas de la encuesta en tres tipos, con base en la prioridad de estas dentro de nuestro modelo de gestión de riesgo e inversión, el cual tiene como principal resultado el cupo máximo de inversión aprobado para cualquier emisión.

El primer grupo de preguntas se considera dentro del modelo de "mayor relevancia" y son 15 preguntas que representan el 50% de la calificación asignada al emisor. En el segundo grupo se encuentran las preguntas de "relevancia considerable", que son 14 y representan el 25% de la calificación final. Por último están las cincuenta preguntas que se consideran de "poca relevancia" y que a su vez ponderan por el 25% restante de la calificación.

De esta manera, entre más preguntas que evidencien la adopción de mejores prácticas responda el emisor, mejor será la calificación que este obtenga y mayor el cupo de inversión otorgado para los activos que está ofreciendo en el mercado.

Para 2011, BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías piensa desarrollar un complemento a su práctica de análisis de Código País y Gobierno Corporativo, que tiene por objetivo ampliar el marco de evaluación del Principio de Inversión Responsable. Por esta razón se

elaborará una sencilla encuesta de 11 preguntas, que será remitida a cada uno de los emisores corporativos del mercado colombiano. La encuesta está constituida por dos grupos de preguntas: el primero busca evaluar las políticas de "Responsabilidad Social" del emisor, mientras que el segundo grupo está enfocado en contrastar la "Responsabilidad Ambiental" de la compañía. Esta encuesta afectará el resultado del modelo de análisis y podrá incrementar o reducir el cupo máximo de inversión aprobado, de acuerdo con las respuestas suministradas por cada emisor.

## Grandes empresas y financiación de proyectos

En 2010, a través de la banca empresarial de BBVA, se financiaron inversiones por 2,5 billones de pesos, en apoyo de diferentes sectores económicos, tales como obras civiles, transporte, agroindustria, servicios, industria y comercio, entre otros, fortaleciendo el progreso del país.

Es de destacar la participación en importantes proyectos, como Transversal de las Américas, Sistema Integrado de Transporte, Porce IV, Autopistas de la Montaña, Ruta del Sol tramo 1, El Mío Cali, Transversal del Sur, etc., considerados indispensables para el cumplimiento de la responsabilidad macroeconómica que tiene Colombia de ponerse al nivel de los mejores países de Latinoamérica, además de aportar con la generación de empleo formal.

Para la evaluación de dichos proyectos se cuenta con una metodología de manejo de riesgo, vigilancia de pliegos licitatorios, transparencia del flujo de recursos y, por lo tanto, garantizamos que los proyectos financiados por el BBVA tienen un adecuado manejo de los recursos.

## Gestión de riesgos

Los grandes proyectos de inversión contribuyen de manera importante al desarrollo de infraestructuras para el progreso económico y el bienestar social; al mismo tiempo, pueden presentar riesgos ambientales o impactos negativos sobre comunidades locales. Frente a esta situación, las entidades financieras deben encontrar el modo de mantener sus estrategias de negocio y, de igual manera, asegurar la coherencia de estas respecto a sus compromisos de responsabilidad y sostenibilidad social y ambiental. Para el otorgamiento de operaciones comerciales,



BBVA Colombia ha fijado algunas condiciones especiales con el fin de mitigar los riesgos ambientales y sociales existentes.

Así, BBVA Colombia, en línea con los Principios de Ecuador, mantiene dentro de sus criterios de evaluación el otorgar préstamos únicamente para proyectos (enmarcados en Project Finance), cuyos promotores demuestren a satisfacción del banco, su capacidad e interés para adoptar procesos y prácticas que aseguren la ejecución de los proyectos de manera social y ambientalmente responsable.

Esta política y los procedimientos que se han venido trabajando en BBVA Colombia nacen de documentos rectores para el Grupo, dentro de los que se incluyen:

1. Manual de Principios de Ecuador (2006)
2. Manual de gestión del riesgo medioambiental y social en materia de financiaci3nes y garantías (2009)

En el primero se describen los requisitos y metodologías para la implantación de los Principios de Ecuador en el Departamento de Financiación Estructural de BBVA. El segundo muestra las líneas de actuación en vigor en BBVA, que integran la identificación, evaluación, gestión y mitigación del riesgo medioambiental y social en los circuitos de decisión en materia de financiaci3nes y garantías. En este último documento se señala que toda propuesta de financiación de proyecto debe incorporar una ficha de valoración ambiental, herramienta para categorizar los proyectos según su nivel de riesgo ambiental y social.

De acuerdo con los principios de Ecuador, los proyectos se clasifican por su riesgo medioambiental y social en:

**Categoría A:** Proyectos de riesgo alto. Un proyecto se clasifica como Categoría A si es probable que tenga impactos ambientales adversos, sensibles (irreversibles, afectan a grupos o minorías étnicas vulnerables, implican desplazamientos involuntarios o afectan patrimonios culturales significativos), diversos o sin precedentes. Estos impactos pueden afectar un área más extensa que la ocupada por el proyecto.

**Categoría B:** Proyectos de riesgo medio. Un proyecto se clasifica como Categoría B si sus impactos ambientales potenciales negativos son menos adversos que los de Categoría A. Estos proyectos pueden causar impactos negativos localizados y de

corto plazo, para los cuales se dispone de medidas de mitigación efectivas y, por lo general, sus impactos no son irreversibles.

**Categoría C:** Proyectos de riesgo bajo. Un proyecto se clasifica como Categoría C si es probable que no tenga impactos.

En virtud de lo descrito, en el segundo semestre de 2010 se publicó a través de la herramienta de normatividad, FARO, el procedimiento para la contratación de financiaci3nes especializadas y el procedimiento para análisis de proyectos. Estas fichas incluyen el procedimiento para la evaluación de Project Finance, donde se establece que BBVA Colombia aplicará los Principios de Ecuador en toda operaci3n de financiación de proyectos (enmarcada en Project Finance) con independencia de su importe.

Dentro de los aspectos más relevantes del procedimiento de análisis de proyectos (enmarcados en Project Finance), se incluyen:

1. Se utiliza como herramienta el Formulario de Actividades y Procesos, el cual debe ser diligenciado por el cliente con asesoría del Área de Negocio que origina el proyecto. Este formulario da idea de la ubicaci3n y características del proyecto, manejo de desechos y emisiones contaminantes y descripci3n de insumos que se manejen.

2. El Área de Negocio que origina el proyecto debe remitir, junto con el Formulario de Actividades y Procesos, la Ficha de Valoraci3n Medioambiental en donde se categoriza el proyecto de acuerdo con los Principios de Ecuador.

Posteriormente, el Área de Negocio debe remitir al Área de Riesgos de Crédito Mayorista junto con: i) la evaluaci3n del proyecto, una Evaluaci3n de Impacto Ambiental (EIA) para proyectos Categoría A –riesgo alto–, en donde se incluya un resumen de los marcos normativo, jurídico y administrativo que afectan el proyecto; ii) una evaluaci3n del impacto ambiental y social, y iii) en donde se señalan las medidas de mitigaci3n y todo impacto negativo residual que no se pueda atenuar.

Durante 2010 se evaluaron los siguientes proyectos, categorizados según Principios de Ecuador, así:

Proyectos*	Calificaci3n*
2	B

\* Aunque fueron evaluadas bajo la metodología de principios de Ecuador, no fueron desembolsados.

Por otra parte, el manual incorpora los principios, criterios y normas de actuaci3n para solicitud de financiaci3nes relacionadas con el sector de defensa, aplicados por el Grupo BBVA. Por ello, BBVA Colombia adopta en su política general, el no participar en operaciones de financiación de este tipo, si:

- El país de ubicaci3n de la empresa figura en la relaci3n de países con conflictos armados
- El país de ubicaci3n de la empresa figura en la relaci3n donde al menos 1 de cada 100 personas est3n refugiadas en otros países
- El país de ubicaci3n de la empresa figura en la relaci3n de países sometidos a embargos de armas por la ONU y la UE o países denunciados por ONU/UE sobre derechos humanos
- El país de ubicaci3n de la empresa figura en la relaci3n de países que incorporan menores como soldados

Finalmente, en línea con la política general del Grupo BBVA, BBVA Colombia se compromete a no participar en la financiación de aquellas operaciones relacionadas con material de defensa o productos de doble uso.

## Sobreendeudamiento

BBVA Colombia mantiene políticas conservadoras de otorgamiento de riesgos, fundamentadas en la adecuada capacidad del cliente para atender el pago oportuno de una operaci3n de crédito; de igual manera, si se considera necesario se busca que la operaci3n de crédito cuente con fuentes alternativas de generaci3n o colaterales, que aseguren durante toda la vigencia del crédito su correcto cumplimiento.

La evaluaci3n de riesgo del cliente incluye la trayectoria y experiencia en la actividad que ejerce, la capacidad de generaci3n de ingresos sostenibles en el futuro, la solvencia patrimonial, el correcto historial de pagos, la constituci3n de adecuadas y suficientes garantías que permitan una efectiva recuperaci3n de la operaci3n en caso de que el cliente entre en default.

Adicionalmente, dentro del análisis y evaluaci3n de cualquier operaci3n de crédito, siempre se busca el equilibrio y la correlaci3n entre el destino, el monto o importe, el plazo y la forma de amortizaci3n del crédito, con la generaci3n de recursos y las garantías del cliente; esto tiene como propósito evitar en el futuro

situaciones de incumplimiento, que afecten de manera negativa la situaci3n económica del cliente y la cartera de BBVA Colombia.

BBVA Colombia, siguiendo los lineamientos de prudencia en la gesti3n de riesgos establecida por el Grupo, y adoptando la nueva regulaci3n de la Superintendencia Financiera de Colombia, ha incorporado los modelos de referencia para cálculo de provisiones:

- *Cartera Comercial MRC:* en esta nueva metodología, la provisi3n est3 en funci3n del tamaño de la empresa, de las garantías existentes y del comportamiento de pago interno y externo (alineamiento).

- *Cartera de Consumo MRCO:* se adoptó un modelo estadístico, el cual incluye para el cálculo de las provisiones, variables como destino del crédito, comportamiento histórico de pagos con la entidad en los últimos tres años, comportamiento externo (alineamiento) y tipo de garantías existentes, entre otras.

Adicionalmente, se ha implementado el nuevo modelo definido por la Superintendencia Financiera para el cálculo de provisiones contracíclicas, el cual busca en épocas de expansi3n económica, un aumento en la constituci3n de provisiones en virtud del deterioro en las calificaciones de los deudores y, por tanto, un impacto considerable en el estado de resultados, las cuales compensarán parte del incremento de las provisiones en épocas de recesi3n.

En el ámbito de seguimiento a la inversi3n crediticia, se mantiene la ejecuci3n de políticas estrictas de observaci3n al desempeño de los sectores económicos, con miras a identificar alertas que requieran implementaci3n de actuaciones preventivas al deterioro de cartera, así como una dinámica mensual de revisi3n a la calidad de la misma, en un análisis interdisciplinario de las áreas de Riesgos y Negocio.

La recuperaci3n de cartera se adelantó con importante énfasis en la contenci3n de entradas a mora, mediante la gesti3n integral y coordinada de los equipos de recuperaci3n y la Red de oficinas, con resultados favorables en saldos y ratios, y un bajo incremento en los castigos frente al año anterior, de 5,4%.

Al cierre del año, la cartera vencida reporta un indicador de 0,34%, 18 pb menos que el año anterior, y un saldo de mora de \$49.330.0M, equivalente al 0,65%, 66 pb por debajo del año inmediatamente anterior, conservando la brecha frente a la media del sector, que reportó un ratio de 1,45%.

## Sistema de administración del riesgo de lavado de activos y de la financiación del terrorismo - SARLAFT

El banco tiene implementado un Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo que contempla el cumplimiento de las normas establecidas en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y las instrucciones impartidas por la Superintendencia Financiera de Colombia, lo mismo que las recomendaciones y mejores prácticas internacionales, principalmente las del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI).

Las políticas, controles y procedimientos implementados buscan la debida diligencia con el fin de prevenir que la entidad sea utilizada para dar apariencia de legalidad a activos provenientes de actividades delictivas o para la canalización de recursos hacia la realización de actividades terroristas.

En 2010, la Superintendencia Financiera de Colombia emitió un informe con algunas recomendaciones de mejora al SARLAFT implantado en la entidad, producto de las revisiones y evaluaciones efectuadas por la comisión de supervisión delegada que a finales de 2009 realizó un proceso de supervisión in situ al modelo de desarrollo utilizado por el banco para la implementación del SARLAFT y de todas las herramientas tecnológicas que lo soportan.

Como resultado de este informe se diseñó un plan estratégico que contempla el desarrollo e implementación de mecanismos que permitan dar cumplimiento oportuno a lo solicitado por la S.F.C., así como fortalecer el conjunto de componentes a través de los cuales se instrumenta de forma organizada y metódica la administración del riesgo de LA/FT en la entidad.

Dado que la evolución propia del negocio exige una valoración periódica y dinámica del SARLAFT, durante 2010 se realizó relevamiento semestral a la matriz de riesgos LAFT, lo que permitió la identificación de los riesgos inherentes asociados a los procesos de exposición al riesgo de LAFT; implementar controles orientados a minimizar la probabilidad de ocurrencia de los eventos que expongan a la entidad a la materialización de riesgos de LA/FT; determinar un riesgo residual, definir planes de mitigación orientados disminuir el riesgo y enmarcarlo dentro de los márgenes de aceptación definidos por la institución, así como determinar el riesgo consolidado de LA/FT para la entidad.

Como apoyo a la gestión del negocio se realizó un trabajo en equipo con las diferentes áreas, orientado a la ejecución de la valoración de riesgo de LA/FT, previo al lanzamiento, modificación, mejoras a nuevos productos, servicios y, o, canales de distribución contemplados en los planes de negocios. Igualmente, el equipo de la gerencia SARLAFT visitó de manera presencial 90 oficinas a escala nacional con el fin de realizar testeo a controles LA/FT y sensibilizar a los funcionarios sobre la importancia de la debida diligencia en el proceso de conocimiento del potencial cliente y el cumplimiento en la exigencia de los requisitos de vinculación para los diferentes segmentos y aclarar dudas e inquietudes en temas de LAFT.

Como resultado de estas jornadas se crearon planes de acción que fueron remitidos a las gerencias territoriales a fin de ejecutar las actividades de mejoras propuestas.

De igual forma, se gestionó la actualización permanente de la Base especial de personas y se dispuso para que la red pudiera realizar las consultas pertinentes, de manera previa a la ampliación del portafolio de productos y servicios y, o, vinculación de un potencial cliente, reforzándose esta recomendación en las jornadas de capacitación presencial realizadas a escala nacional.

En cuanto a la colaboración de BBVA con los organismos del Estado, se dio cumplimiento ágil y oportuno con todos los reportes de ley y se atendieron los requerimientos solicitados por los diferentes entes de control, para el desarrollo de su labor.

Participación de empleados en acciones formativas anticorrupción	
Sistema de Administración de riesgo de Lavadosde Activos y Financiación del Terrorismo	2.025
Boletín SARLAFT N7 -2009	482
Boletín SARLAFT N9 -2010	1.014
Evaluación Boletín SARLAFT 9 y 10 -2010	1.017
Sistema de Administración de Riesgo Operacional	628
Total	5.166
No. De empleados asistentes a las acciones formativas anti- corrupción	3.859
No. De cursos anticorrupción promedio por empleado	1,3

## Orientación al Cliente

### Calidad más cerca

En el año 2010, BBVA Colombia potenció la calidad percibida y operativa, siempre con el objetivo de crear mejores experiencias a nuestros clientes e incrementar la satisfacción, de acuerdo con los lineamientos del BBVAX3 y de nuestro Plan Unidos.

Dentro de nuestra ejecución, se dio continuidad al Comité de Calidad, donde se promovieron y posteriormente implementaron iniciativas como la Campaña de servicio, la Reingeniería del proceso de quejas y reclamos, el Mystery Shopper, El valor de servir, entre otros.

Entre los logros alcanzados este año se encuentra la valoración del Cliente Oculto a más de 1.320 funcionarios de la Red Comercial, visitando tres veces las oficinas principales, dos veces la intermedias y una vez las lejanas, completando así 662 visitas por Mystery Shopper. Se dio continuidad al programa El Valor de Servir después de una campaña en misión nacional realizada en el 2009, donde todos los funcionarios conocieron nuestro nuevo Protocolo de Servicio y vivieron un cambio Cultural "Yo vivo el Valor de Servir".

En 2010 este programa centró esfuerzos en visitar cerca de 200 oficinas, llegando a más de 2.000 funcionarios del BBVA, donde continuamos divulgando la importancia de la calidad para mejorar la percepción y la experiencia de nuestros clientes, a través de videos motivacionales, mediciones de calidad operativa y percibida alrededor del año y el contacto frecuente con las oficinas, donde el 100% de nuestro esfuerzos se enfocaron hacia la atención de las inquietudes en cada una de nuestras bancas.

Con el fin de fortalecer la atención y el Servicio se dio inicio a un plan piloto en 16 oficinas, denominado "La campaña de servicio", proyecto que tuvo como objetivo abrir un canal más personalizado de comunicación entre el cliente y la organización, para hacerle ver que su sentir nos interesa. Se trató de una

El cliente es lo que da sentido a todo lo que hacemos en BBVA. Nuestro compromiso es ofrecerle un servicio de calidad para acompañarle en las principales etapas de su vida, aportándole a tiempo la mejor solución.



**Tu opinión**  
sobre nuestra atención  
es muy importante.

Observa  
Cuéntanos  
Te escuchamos

**Llámanos.**  
Línea BBVA • 401 00 00.  
Opción 3 asesor, de lunes a viernes de 8:30 a.m. a 5:30 p.m.

**BBVA**

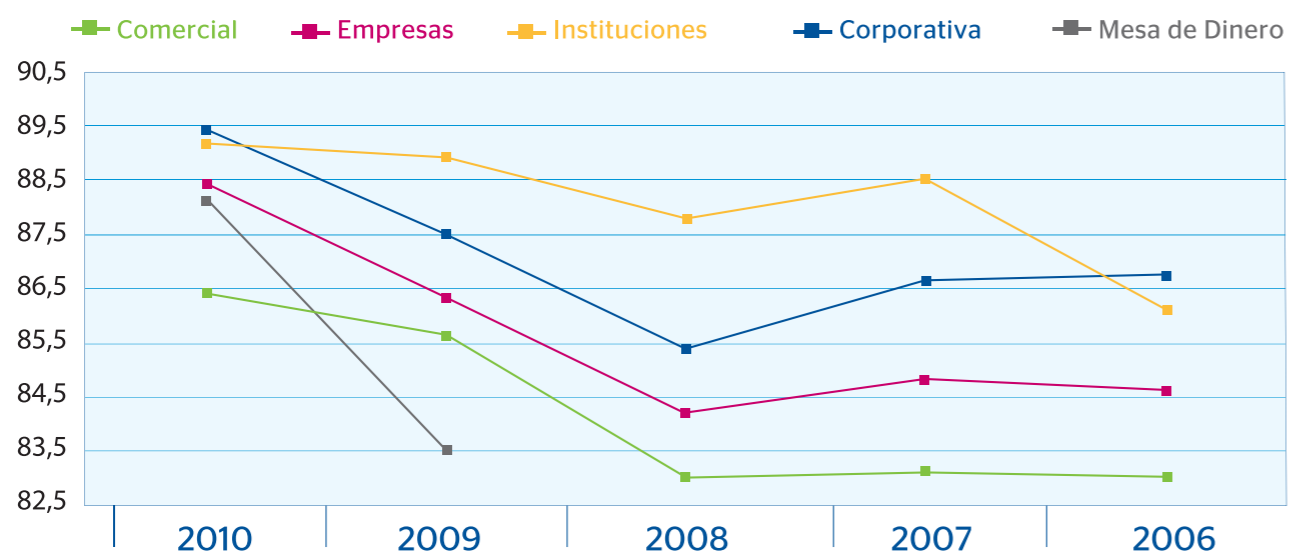
adelante.

campana diferenciadora, basada en la primera impresión, con el mensaje: "Tu opinión es muy importante para nosotros", "Observa", "Cuéntanos" y "Te escuchamos", logrando en tres meses conocer la experiencia de nuestros clientes de manera más cercana. Sus resultados satisfactorios nos permitieron extenderla a todas las oficinas del ámbito nacional.

El resultado de estas visitas, seguimientos y mediciones ha permitido incrementos considerables en los resultados de las encuestas de satisfacción, obteniendo los mejores niveles de los últimos cuatro años, todo desde la interiorización de la calidad operativa y percibida en el BBVA Colombia, siendo una estrategia para posicionarse como una organización diferenciadora y con una clara cultura de calidad.

Véase gráfico 1

**Gráfico 1. Satisfacción global bancas BBVA Colombia**



## Siempre construyendo juntos, innovando

Pensando en las necesidades de nuestros clientes, el área de Desarrollo Corporativo y Transformación implementó diversas iniciativas para mejorar en cada uno de los momentos de contacto con el cliente, mejorando la primera impresión y su experiencia con nosotros.

Una de estas iniciativas fue el Nuevo Modelo de Atención en Caja, donde BBVA Colombia dotó a más del 60% de las oficinas comerciales con una nueva generación de máquinas contadoras de billetes, que tienen la capacidad de contar, totalizar múltiples denominaciones y autenticar las características de seguridad de billetes colombianos, dólares y euros, a una velocidad superior a mil billetes por minuto. Durante 2010 se llevó a cabo la primera fase de este proyecto, con la instalación de 339 máquinas; en 2011 se proyecta instalar más de 480 máquinas, para un cubrimiento del 100% de la red comercial. En la misma línea, el Nuevo Modelo de Atención incorporó la optimización del sistema Nacar en todo su procedimiento de navegación, que logró una reducción cercana al 19% en la atención en ventanilla, en las 13 operaciones de mayor recurrencia.

Estos nuevos niveles de innovación con la calidad operativa se encadenan con iniciativas como la industrialización de la formalización, un avance dinámico que incorpora herramientas internas y permite la utilización de documentos digitales en procesos de formalización de documentos; a su vez, se optimizó el proceso de referenciación (validación de datos del cliente), que disminuye este procedimiento de las oficinas y se lleva a cabo en áreas de riesgos minoristas, eliminando tiempos muertos y carga operativa en las oficinas, además de mejorar la seguridad en el manejo de la información para la validación telefónica a nuestros clientes VIP.

Estos avances en innovación, dinamismo y tecnología potencian el interés de BBVA en posicionarse como un banco ágil, moderno y con amplio interés en las necesidades de nuestros clientes. Por ello hemos trascendido en conocer nuestra actuación, al implementar la herramienta Balance ScoreCard, unificador de los principales indicadores de negocio, de calidad percibida y de calidad operativa, con información inmediata para nuestros niveles directivos en BBVA Colombia.

## Innovando en la gestión de reclamos

En nuestra búsqueda constante por hacer mejor y más eficiente el desarrollo de cada una de nuestras actividades, se ha implementado la reingeniería del proceso de quejas y reclamos, con el cual cada uno de los requerimientos presentados por nuestros clientes debe ser tomado más que como un reclamo, como una oportunidad para transformarnos y mejorar, con el propósito de disminuir la carga operativa de las oficinas en cuanto a la radicación, gestión y respuesta de cada una de las reclamaciones, centralizando estas labores en el nuevo Sistema de Gestión de Reclamos, con el cual se logrará la migración de 80% de las tipologías que se radicaba en la red comercial en su primera fase de implementación, que tiene como piloto a 56 oficinas a escala nacional. La migración de estas radicaciones se centraliza a través del Call Center, donde se han ejecutado labores coordinadas con el proveedor, para permitir una gestión y radicación integral, que ha sido posible gracias a la flexibilización de la herramienta Khronos.

La reingeniería del proceso de quejas y reclamos no solo consta de un cambio procedimental en las radicaciones, sino que ha permitido un cambio estructural y jerárquico, al centralizar y radicarlas por el Call Center en dos niveles de trabajo. Estos niveles reciben, respectivamente, las reclamaciones que requieren gestión inmediata,

las cuales poseen políticas de atención como las relacionadas con fraude, y las reclamaciones que precisan investigación, promoviendo de esta manera el trabajo en equipo y la asignación de cargos de mayor nivel para los responsables de estos procesos. El resultado alcanzado al optimizar la gestión de las reclamaciones ha permitido pasar de un tiempo de respuesta de 14,4 días en 2009, a 9 días en 2010, manteniendo nuestro rumbo de construir una entidad que prioriza las necesidades y requerimientos de nuestros clientes, atendiendo en el menor tiempo posible, porque calidad es construir juntos, innovando.

Gestión de Calidad Métricas y Proyectos				
Tiempos de respuesta a Quejas y Reclamos (días)				
	2007	2008	2009	2010
Entes de Control	14,0	8,1	12,6	7,5
Otras	16,0	12,4	13,5	9,4
<b>TOTAL</b>	<b>14,4</b>	<b>11,5</b>	<b>13,4</b>	<b>9,1</b>
Reclamaciones pendientes (número de casos)				
	2007	2008	2009	2010
Superintendencia Financiera	145	70	19	70
Defensoría del Cliente	262	151	51	84
Otras	2.903	1.428	1.663	1.542
<b>TOTAL</b>	<b>3.310</b>	<b>1.649</b>	<b>1.733</b>	<b>1.696</b>
Reclamaciones recibidas por tipo				
	2007	2008	2009	2010
Transacción no reconocida ATM/Datafono	11,8%	16,4%	19,7%	35,2%
Cobro servicios o comisiones	13,4%	14,7%	15,1%	10,0%
Reporte centrales de riesgo	3,0%	3,8%	13,4%	11,2%
Revisión o liquidación	12,0%	9,7%	10,2%	11,7%
Débito y no entregó ATM BBVA	20,4%	11,0%	6,9%	6%
Transacción no reconocida CallCenter/Internet	1,5%	3,4%	4,4%	4,4%
Débito y no entregó ATM otras redes	0,0%	4,3%	4,2%	2,5%
Suplantación presunta de persona	2,5%	3,7%	3,6%	0,5%
Incumplimiento de Condiciones	3,0%	4,7%	2,8%	2,5%
No se remite información al cliente	7,4%	6,2%	2,7%	1,2%
Transacción cargada doblemente	2,3%	2,7%	2,6%	0,7%
Otros Conceptos	22,7%	19,4%	14,4%	14,4%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
Número de reclamaciones ante la autoridad Superfinanciera				
	2007	2008	2009	2010
Reclamaciones recibidas	2.202	2.510	3.477	3.334
Reclamaciones pendientes	145	70	19	70

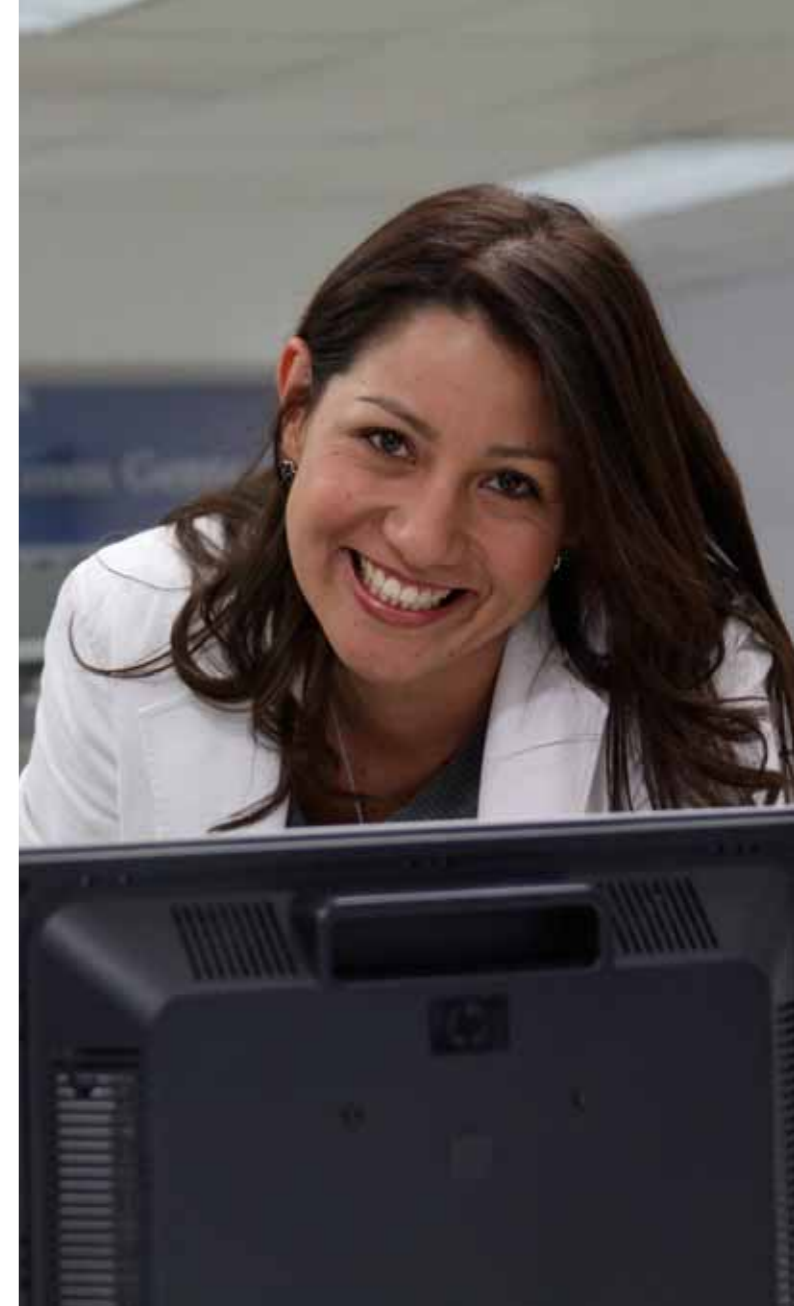
## Defensoría del cliente

Los doctores Eduardo Burbano Torres y Alejandro Páez Medina fueron designados por las asambleas generales de accionistas de las empresas de BBVA en Colombia (BBVA Colombia S.A., BBVA Seguros Colombia S.A., BBVA Seguros de Vida S.A., BBVA Valores Colombia S.A., BBVA Assest Management S.A., Sociedad Fiduciaria, BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías S.A.) mediante acta O87 del 23 de marzo de 2010 y ratificados en asamblea extraordinaria del 26 de julio de 2010 con acta O88, para desempeñarse como Defensores del Consumidor Financiero Principal y Suplente, respectivamente. Ya se encuentran posesionados y registrados ante la Superintendencia Financiera de Colombia.

El Defensor del Consumidor Financiero tiene dentro de sus funciones ser vocero de los consumidores financieros ante las entidades vigiladas y conocer y resolver de forma objetiva y gratuita las quejas y reclamaciones relativas al posible incumplimiento de las entidades vigiladas de normas legales, contractuales y demás asuntos relacionados con calidad en la prestación de productos y servicios, dentro del marco de la nueva Reforma Financiera (Ley 1328 de 2009) y Decreto Único 2555 de 2010, por medio del cual se recogen y reexpiden las normas en materia del sector financiero, asegurador y del mercado de valores.

Con esta nueva reglamentación legal, los términos del trámite ante el Defensor se reducen en cada etapa, de 15 días hábiles a 8 días hábiles. De igual forma, nace la figura del Defensor como conciliador, a solicitud del consumidor financiero y la entidad vigilada. En este evento se suspenderá el trámite de conocimiento ordinario del Defensor y se citará a audiencia de conciliación de conformidad con lo previsto en la Ley 640 de 2001.

	2007	2008	2009	2010
<b>Total entradas al año</b>	<b>2.823</b>	<b>3.264</b>	<b>4.382</b>	<b>4.387</b>
<b>Inadmitidos por causa reglamentaria</b>	<b>228</b>	<b>207</b>	<b>355</b>	<b>187</b>
<b>Concluidos (1)</b>	<b>2.545</b>	<b>3.733</b>	<b>4.141</b>	<b>4.525</b>
<b>Desestimada</b>	<b>152</b>	<b>1.691</b>	<b>1.804</b>	<b>2.085</b>
<b>Resolución formal ( a favor del reclamante)</b>	<b>353</b>	<b>614</b>	<b>412</b>	<b>332</b>
<b>Falta de constestación ( Solicitud de documentación adicional)</b>	<b>550</b>	<b>190</b>	<b>151</b>	<b>158</b>
<b>Pendientes por resolver a 31 de diciembre</b>	<b>736</b>	<b>267</b>	<b>506</b>	<b>504</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3.310</b>	<b>1.649</b>	<b>1.733</b>	





## Continuidad del negocio

En concordancia con los principios, normas y buenas prácticas que rigen la Administración de la Continuidad del Negocio, durante 2010 se creó en la Vicepresidencia de Medios la dependencia de Continuidad de Negocio, en busca consolidar la responsabilidad del BBVA con el sector en cuanto a contar con recursos e infraestructura que garanticen la prestación del servicio a nuestros clientes ante cualquier situación que, siendo muy poco frecuente, provoque una disrupción grave en el normal funcionamiento.

Adicionalmente, se destinó un presupuesto de 1,4 millones de dólares para trasladar y adecuar el Centro de Procesamiento de Datos Alterno (CPD), de acuerdo con las nuevas necesidades del banco, para disminuir los tiempos de recuperación, así como garantizar una disponibilidad de nuestras plataformas superior al 99,8%. De igual manera, se amplió la capacidad del Centro Operativo Alterno a más de 100 puestos de trabajo, disponibles para ser activados ante cualquier evento que impida la operación desde nuestra sede central.

Por otra parte, se actualizó la normativa corporativa con el fin de crear una mayor cultura de continuidad en la organización, se proporcionaron herramientas

metodológicas que facilitaron la identificación de los riesgos y se ampliaron los escenarios con los cuales se establecieron los planes para incluir nuevos procesos críticos.

Los planes de continuidad establecidos y probados durante el año, permitieron afrontar de manera exitosa la ola Invernal que se presentó en el país durante el último trimestre de 2010, lo cual nos permitió prestar servicio a nuestros clientes sin interrupción en municipios como Plato, Magangué y El Banco, afectados gravemente por las lluvias al inundarse más del 80% de sus localidades.

## Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio

En línea con el interés de BBVA Colombia de brindar seguridad a las transacciones de sus clientes y consolidar su imagen como un banco seguro, Gestión del Fraude y Seguridad de la Información enfocó durante el año 2010 su actividad a la mitigación y prevención del fraude mediante la adopción de medidas preventivas, con base en el conocimiento de nuevas

tendencias de fraude en el sector y en la banca internacional.

Para efectuar una gestión dirigida, se consolida en esta dependencia la base única de eventos, que le permite al banco conocer la ocurrencia de los mismos y efectuar un seguimiento permanente del fraude para la generación de acciones oportunas de prevención y mitigación. A partir de allí se han desarrollado acciones específicas para minimizar los riesgos de fraude en la red, cajeros automáticos y adquirencias; igualmente, se han puesto en marcha medidas para el aseguramiento de Pin Pad's y mitigar el fraude con cheques.

Como entidad financiera consciente de la dimensión del riesgo de fraude que toca todas las esferas de la sociedad, el Banco BBVA ha administrado la seguridad de la información con las mejores prácticas en materia de seguridad, implementando tecnologías de punta que permitan mitigar impactos derivados de riesgos de fraude, siendo pionero en la implementación de algunas medidas de seguridad que han evitado la ocurrencia de eventos de fraudes con alto impacto para nuestros clientes, además de económicos y reputacionales para el banco.

Así, en el año 2010 se inició el desarrollo a nivel local del "Plan Director de Seguridad de la Información (PDSI) Fase I", como despliegue del proyecto corporativo PDSI.

Las políticas para implementar en este gran proyecto, propenden por la protección del cliente mediante la postura de un conjunto de iniciativas, procesos y actividades enmarcados en 44 proyectos, que conducen a la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, mitigando el riesgo tecnológico en los ámbitos de banca a distancia, medios de pago e información estructurada (información que reposa en servidores) y, no estructurada (información que reposa en dispositivos móviles), lo que ha requerido importantes inversiones en sistemas avanzados de detección de fraude en tarjetas y en internet. Entre otras medidas, se destacan el robustecimiento del monitoreo transaccional del cliente y el monitoreo corporativo 7X24 para la prevención de delito informático, con las tipologías de phishing, troyanos y malware.

Las anteriores actividades, unidas a otras buenas prácticas y altos estándares de seguridad en el manejo, protección y aseguramiento de los datos de los clientes con tarjetas débito y crédito implementadas en estos últimos años, le permitieron al Banco BBVA obtener su primera certificación de cumplimiento del estándar PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standards), siendo la primera entidad Bancaria de Colombia en obtener esta certificación.

PCI DSS, un estándar de seguridad, tiene la finalidad de reducir el riesgo de fraude relacionado con las tarjetas crédito y débito e incrementar la seguridad de los datos asociados a estas. Este estándar establece los requerimientos para gestionar la seguridad, definir políticas y procedimientos de seguridad, arquitectura de red, diseño de software y todo tipo de medidas de protección que intervienen en el tratamiento, procesamiento o almacenamiento de información de tarjetas.

Los criterios considerados por la firma evaluadora –IQ Information Quality– para la obtención de la certificación, incluyeron la evaluación de controles asociados a procesos y procedimientos, infraestructura tecnológica y recurso humano relacionado con las transacciones realizadas por los clientes con tarjetas crédito y débito.

Paralelamente, ha continuado la implantación de medidas que recogen iniciativas enmarcadas en la circular 52/07 de la Superfinanciera, algunas de las cuales se han impulsado conjuntamente con nuestros clientes, gestar en ellos una cultura de autoprevención. Entre estas medidas están:

- La notificación vía SMS y correo electrónico, que alertan sobre la ejecución de transacciones en cuentas.
- La personalización de canales y servicios para fijar preferencias transaccionales conforme el hábito transaccional.
- La actualización de datos (número celular y fijo, dirección).
- Los ajustes de límites transaccionales.
- La implementación de doble sistema de autenticación robusta para acceso a la red Personas.
- La emisión de tarjeta con chip.
- Las capacitaciones a clientes sobre las seguridades a observar en el uso de nuestros servicios.
- La disposición de información didáctica en la web, sobre seguridades para transar en los diferentes canales del banco.

Estas medidas, apoyadas con la inscripción activa de los cuentahabientes y el accionar permanente del sistema de monitoreo transaccional del banco, en constante evolución y adaptación al entorno cambiante del fraude, constituyen un frente único contra el riesgo de fraude.

## Accesibilidad a servicios financieros

Los canales electrónicos, una forma de masificar los servicios financieros, les facilitan a los clientes el acceso y la comunicación con el banco de manera mucho más efectiva, amable, rápida y eficiente.

Así, hemos visto que durante el año 2010, cada vez más nuestros clientes tendieron a utilizar los canales, de forma que solo 23% de las transacciones monetarias se hicieron en oficinas. Entre los principales canales que prefieren nuestros clientes, están los cajeros automáticos y BBVA Net. Sin embargo, cada vez tenemos mayor participación de banca móvil, de reciente lanzamiento, y corresponsales no bancarios.

### BBVA Net

Este canal presentó un crecimiento del 11% en personas naturales, y cada vez participan más dentro del total de las transacciones monetarias de pagos y traspasos. Durante 2010 se registraron más de 31 millones de transacciones y más de 144 mil clientes activos.

Dentro de los desarrollos nuevos realizados en este canal, se destaca el lanzamiento de la Tarjeta Net Segura, que brinda un mecanismo de doble autenticación del cliente al utilizar el canal, que le brinda mayor seguridad y confianza en sus operaciones financieras.

### Línea BBVA

Nuestra Línea BBVA es el canal de comunicación por excelencia de los clientes con el banco. Durante 2010 brindamos niveles de servicio del más alto estándar a los diferentes segmentos de particulares y realizamos un esfuerzo muy importante para tener asesores adecuadamente capacitados, que puedan atender de manera correcta a los clientes.

También desarrollamos la oferta de servicios en el inbound, de tal forma que inscribimos a los clientes en el sistema de alerta SMS/e-mail; actualizamos sus datos, los inscribimos en Banca Móvil y les ofrecemos productos adecuados.

### Red B24

Fue un año de crecimiento de la red de ATM, que pasó de 784 a 852 máquinas en funcionamiento. Más de 53 millones de transacciones confirman que es un canal muy utilizado por los clientes.

## Banca Móvil

Este canal creció en 150% durante 2010, llegando a cerca de 800 mil transacciones, lo que refleja un potencial importante de uso por parte de los clientes.

## Servicio al cliente

Y como no podía ser de otra manera, BBVA reforzó su actividad en servicio al cliente, no solo con la creación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero de acuerdo con lo establecido en la Ley 1328 de 2009 y circulares asociadas, sino que prestó mucha atención a la gestión preventiva del fraude. Así, se visitaron numerosos colectivos de interés con el fin de inscribirlos en el servicio de alertamiento SMS o vía e-mail para transacciones monetarias a través de los canales. Pasamos de 7.000 clientes inscritos a más de 70 mil en un solo año. Así mismo, enseñamos a los clientes a personalizar el uso de canales de acuerdo con sus costumbres y hábitos.

Adicionalmente, se trabajó en la mejora del circuito de quejas y reclamos, para disminuir los tiempos de atención promedio a 7 días cuando no se trata de una atención masiva, que se hace máximo en 3 días.

BBVA, además, invirtió en un sistema de monitoreo transaccional, que identifica las transacciones no habituales de los clientes. En ese momento llamamos al cliente y verificamos la transacción, de tal manera que se puedan evitar fraudes.

Ahora bien, en cuanto al SAC, implementamos nuestro "Manual de atención al cliente" y bajamos las políticas a la red de oficinas; disponemos, además, de un plan de acción orientado a continuar la mejora en atención de quejas y reclamos, de educación financiera, de seguimiento y mejora de indicadores de calidad del servicio, así como de inclusión y manejo de los riesgos asociados en nuestra matriz de riesgo operacional. Sin duda, con el compromiso de todos, mejoraremos aún más nuestra atención.

# Productos y Servicios Responsables

Los aspectos sociales y medioambientales generan un mundo de nuevas necesidades y oportunidades. En BBVA trabajamos para generar una oferta adaptada a estos requerimientos.

## Previsión social: planes de pensiones y seguros

La implementación de los cambios que trajo la Reforma Financiera y un nuevo enfoque en las estrategias de los diferentes productos se destacaron como los hechos de mayor importancia en BBVA Horizonte y BBVA Seguros durante 2010.

### Implementación de Multiportafolios y Multifondos

En Colombia, a través de la Ley 1328 de 2009 o Ley de Reforma Financiera, se adoptó el esquema de Multiportafolios en el producto Cesantías y Multifondos para las Pensiones Obligatorias; en este caso, solo para el Régimen de Ahorro Individual con Solidaridad.

Los Multiportafolios son un esquema de inversión diseñado para que los afiliados de los fondos de cesantías tengan la posibilidad de escoger una adecuada diversificación de sus ahorros, cumpliendo con las expectativas que tienen los afiliados de rentabilidad en los diferentes niveles de tolerancia al riesgo. Por tanto, las Sociedades

Administradoras de Fondos de Cesantía deberán ofrecer dos tipos de portafolios de inversión: corto plazo y largo plazo.

Por su parte, Multifondos es el esquema que les permite a los afiliados al Fondo de Pensiones, seleccionar la alternativa de inversión que más se ajuste a su etapa laboral y a su perfil de inversionista. Este esquema se encuentra conformado por los fondos de alto riesgo, moderado, conservador y el fondo especial de retiro programado.

La reforma financiera nos permitió implementar de manera eficiente los cambios en nuestros sistemas y procesos, y fue percibida rápidamente por nuestros afiliados. En este caso hemos aprovechado la experiencia de las AFP del grupo BBVA en Chile y Perú, donde ya existía este tipo de funcionamiento y la hemos capitalizado.

Todos nuestros esfuerzos durante 2010 estuvieron encaminados a promover el conocimiento de la Reforma Financiera, a través de capacitaciones a los empleadores y a los afiliados directamente, mostrando las ventajas de la estructura de Multiportafolios y Multifondos, lo que permitió a los afiliados la posibilidad de invertir en los diferentes fondos, tanto en cesantías como en pensiones, que les ofrecían una mejor rentabilidad, según cada caso en particular.



## Rediseño de la estrategia corporativa

### en sinergia con banca BBVA

Durante 2010, el canal corporativo fortaleció la presencia de BBVA Horizonte en las empresas de alto valor, logrando un incremento de 11% en el número de negocios de pensión obligatoria acumulados durante el año y de 32% en sumatoria de salarios con respecto a los resultados alcanzados en el acumulado de 2009; en cesantías se logra un incremento de 73% en número de negocios y de 67% en valor trasladado, y una variación de 7% en la penetración con venta en las empresas de este segmento. De igual forma, la estrategia corporativa permitió desarrollar un sincronizado trabajo en equipo con las bancas especializadas de BBVA, para fortalecer la oferta comercial que arrojó como resultado la apertura y profundización de negocios, tanto para el portafolio del banco como el de la AFP.

## Plataforma de servicio Khronos

A partir de febrero de 2010 se implementó en la AFP la nueva plataforma de servicio Khronos, con el fin de centralizar, administrar y controlar todos los requerimientos (solicitudes, reclamos, legales) interpuestos por los afiliados-empleadores en los diferentes canales de contacto con el cliente mediante un circuito de atención estandarizado. Entre las ventajas de esta plataforma se destaca su funcionamiento en entorno web, que permite el acceso a todas las oficinas nacionales y a la fuerza de ventas a través de laptops y escaneo de los soportes físicos para recibir y gestionar el trámite con mayor rapidez, además de la segmentación de clientes, con tiempos de respuesta preferenciales, alertas y notificaciones por medio de correo electrónico en la asignación y vencimiento de trámites e implementación de cartas modelo, entre otras. Estos beneficios se traducen en la agilidad y mejora en los tiempos de

atención a nuestros clientes. Igualmente, en el segundo semestre del año 2010 se inició el proyecto de implantación de Khronos para BBVA Seguros, el cual se planea instalar en producción a partir de marzo de 2011. Igualmente, para el segundo semestre de 2011 se ampliará el alcance de Khronos Seguros con el fin de controlar el proceso de aviso, gestión y cierre de siniestros.

## BBVA Seguros

BBVA Seguros Colombia y BBVA Seguros de Vida Colombia, ofrecen a sus clientes individuales un amplio abanico de seguros, orientados a la cobertura de riesgos de la vida, del hogar, de automóviles, y de pequeña y mediana industria, principalmente, así como un seguro exequial con el objetivo de cubrir la demanda del mercado.

Las dos compañías de seguros orientan su actividad como complemento a las necesidades de los clientes de BBVA Colombia y de sus filiales, BBVA Fiduciaria y BBVA Valores, así como de Horizonte Administradora de Fondo de Pensiones y Cesantías, que representan 88,5% de su actividad.

En 2010, el reto más importante que afrontó la Red de Oficinas BBVA Seguros fue el reemplazo de la cartera de Autos y el cumplimiento de las metas comerciales del año. En unión con los corredores e intermediarios de las diferentes sucursales, se fortaleció la confianza en la compañía, y apoyados en los ramos de Pyme, Hogar y Vida, se llegó con éxito a la cifra esperada: \$28.610 millones en primas emitidas.

Adicionalmente, para la red de oficinas se planteó una transformación al interior de sus procesos, para moverse hacia una nueva dinámica comercial, mucho más veloz, fuerte e innovadora.

### Desarrollo del canal de telemarketing en Seguros

Un canal importante que complementa la estrategia de BBVA Seguros Colombia es el de telemarketing, que es la venta de seguros por teléfono, consolidando de esta manera el crecimiento del Grupo mediante canales alternos y garantizando el ofrecimiento en masa de un amplio portafolio de seguros, apoyados en una sólida plataforma tecnológica.

BBVA Seguros, que orienta su actividad como complemento a las necesidades del mercado colombiano, facilita la comercialización de pólizas a través del teléfono con procesos simples y automáticos que promueven una alta penetración de productos de seguros con una colocación Easy yes.

### Implementación multiproducto de

#### seguros en BBVA Banco

La implementación de multiproductos de seguros en el banco se desarrolló en 2010, elevando la oferta a cinco productos en la línea de seguros libres y se logró de esta manera un crecimiento en pólizas vendidas frente al año anterior de 145% y en cumplimiento del presupuesto de 107%. De esta manera, consolidamos la sinergia entre banco y aseguradora, brindando un portafolio de productos que nos permite entregar a nuestros clientes una oferta integral de protección.

## Modernización y crecimiento en Comex

En cuanto a comercio exterior, BBVA Colombia, durante el año 2010 consolidó su liderazgo en el apoyo al sector exportador y superó ampliamente los resultados obtenidos en el año 2009, lo que se refleja en el aumento de cuota de mercado, de 14,9% a 16,3%, ganando 140 puntos básicos, y en el crecimiento del volumen de negocio, con un incremento de 141%, pasando de USD7.774 millones en 2009, a USD10.937 en 2010.

Este destacado desempeño posiciona al BBVA como el segundo banco con mayor volumen de cartera (inversión rentable) en el sector financiero colombiano, al pasar de USD220 millones a comienzos de 2010, a un cierre de año de USD676 millones, con un crecimiento de 256%.

En temas de asesoría, se potenció en un 200% la línea de atención a clientes "Call Comex", que pasó de 5.000 llamadas del año 2009, a más de 10.500 en el año 2010, incrementando de este modo la atención especializada a los clientes del sector.

Se realizaron más de 35 capacitaciones a escala nacional en temas de productos y régimen cambiario, con la participación de más de 4.500 empresas de las principales ciudades del país.

BBVA tuvo presencia y participó en más de 15 eventos nacionales como patrocinador y participante activo con entes gubernamentales como las cámaras de comercio locales, las cámaras de comercio internacionales (Cámara Colombo-Chilena, de la cual es miembro BBVA), alianzas con Anif, Analdex, Andi, Zonas Francas, Compañías de Almacenamiento General de Depósito y Aduanas (Almagrario), etc.

Para seguir creciendo en el apoyo al sector, se está implantando

una herramienta tecnológica que permite sistematizar las operaciones de Comex "Bank Trade" con el fin de dar un servicio en línea para el trámite de las operaciones de Comex a los clientes "Client Trade". Esto brindará todas las facilidades a nuestros clientes para tramitar en línea sus operaciones con el Back, lo que va a redundar en un mejor y oportuno servicio, en ahorro de tiempo y papelería, con seguridad y oportunidad en los tiempos de respuesta.

## Tarjeta Mujer BBVA

La tarjeta de crédito Mujer BBVA está dirigida exclusivamente a este segmento de la población.

Cuenta con los siguientes beneficios:

- Plan de asistencia para el hogar durante cinco años sin costo adicional para el cliente
- Descuentos permanentes y alianzas en comercios a escala nacional
- Redención de puntos por millas

Este producto tiene un alto componente social. Así, BBVA dona el uno por ciento de los intereses recibidos por el uso de la tarjeta Mujer BBVA, a la iniciativa "Ni con el pétalo de una rosa", que vela por la prevención contra la violencia hacia las mujeres, liderada por las fundaciones Casa Ensamble y Plan.

Dentro de este contexto, BBVA patrocinó una vez más la "Carrera de la Mujer", efectuada el 24 de octubre de 2010 en Bogotá, con la participación de cerca de 16 mil mujeres; esta iniciativa busca generar conciencia por el desarrollo de hábitos de vida sana y prácticas de salud preventivas en la lucha contra el cáncer de seno, una enfermedad que cada día afecta más a este segmento de la población.

Las funcionarias de BBVA también estuvieron presentes en esta noble causa: cerca de 200 mujeres de la entidad participaron en esta carrera, que más que una competencia fue uno de los mejores escenarios para la búsqueda de un óptimo desarrollo y una vida más saludable para las mujeres.

Así, Tarjeta Mujer BBVA se posiciona como un producto socialmente responsable, y de esta manera, ya más de 13.000

mujeres forman parte del grupo de titulares al cierre de diciembre de 2010, a las que se les premia y protege, al tiempo que ellas contribuyen con programas en pro de otras mujeres del país.

## Tarjeta de Marca Compartida Visión Mundial

Visión Mundial es una ONG humanitaria internacional dedicada a la ayuda, desarrollo y defensa para que niñas, niños, familias y comunidades en situación de pobreza e injusticia logren sobreponerse.

En busca de la satisfacción de los clientes y complementando el portafolio de productos y servicios dirigidos al segmento de particulares, BBVA Colombia y Visión Mundial han desarrollado una alianza para brindar un mejor futuro a la niñez colombiana mediante una tarjeta de crédito, con beneficios especiales:

- Si patrocina a un niño de Visión Mundial, se le exonerará el 50% de la cuota de manejo
- El banco destina el 0,5% de los intereses corrientes generados por las compras realizadas con las tarjetas Visión Mundial de BBVA a programas sociales de ayuda liderados por Visión Mundial
- Exoneración del 50% durante el primer año
- Programa Cliente Fiel: acumulación de puntos para redimir en millas Avianca Plus

En la actualidad contamos con más de 50.000 tarjetas activas con corte a diciembre de 2010.

## Apoyo a las pymes

En BBVA Colombia, 2010 constituyó el año de apoyo al sector Pyme, alcanzando una facturación récord de 1,5 billones, como apoyo a sus proyectos de inversión y de crecimiento.

Dentro de este apoyo, BBVA Colombia y El Espectador lanzaron el premio "Pyme Sostenible BBVA-El Espectador", que nació como un incentivo para destacar la labor de la pequeña y mediana empresa en Colombia. Se trata de un galardón que reconoce y estimula la competitividad de las pymes nacionales, teniendo en cuenta los buenos resultados financieros, la utilización de la tecnología como

herramienta para mejorar su productividad y competitividad, al igual que las buenas prácticas en materia ambiental y social. Como resultado final, se logró la inscripción de más de 1.000 empresas, y la ganadora se hizo acreedora a \$100 millones para implementar un proyecto que ayudara a mejorar su productividad.

Como continuidad a los programas de apoyo a la pequeña y mediana empresa, se robusteció el programa Greenpyme, desarrollado entre BBVA Colombia y la Corporación Interamericana de Inversiones (CII), el cual durante 2010 logró asistencia y auditorías energéticas gratuitas para 40 empresas colombianas.

## Instituciones públicas

Pensando en el crecimiento y desarrollo de las entidades gubernamentales, en 2010 BBVA Colombia se enfoca en la financiación de:

- Los planes departamentales de agua potable a escala nacional, cuyo propósito es la mejora de la infraestructura local de acueducto, alcantarillado y aseo, al igual que de mallas viales.
- Universidades y escuelas públicas, para la construcción y mejoramiento de la planta física.
- De equipos médicos de última tecnología, para hospitales, cuyo propósito es la atención a la población más vulnerable.

## Productos y servicios de carácter ambiental

### Crédito ecológico

En 2004, el banco incluyó dentro de su portafolio de productos, el crédito ecológico con el propósito de financiar proyectos que aumentaran la calidad de vida de las personas mediante el desarrollo de programas que mejoren el medio ambiente y su sostenibilidad. Esta línea reúne condiciones especiales de tasa, plazo y período de gracia en las líneas de redescuento de Bancoldex, Finagro y Findeter, siempre enmarcados en las políticas actuales de gestión y admisión del riesgo. Dentro de las condiciones financieras se incluyen plazos hasta de 10 años, con gracia hasta de tres años; amortización mensual, trimestral o semestral; garantías personal, hipotecaria, prendaria, Fondo Nacional de Garantías, Fondo Agropecuario de Garantías y financiamiento hasta por 70%

del valor del proyecto. (Extractado del informe del año pasado)

Se adelanta una base de datos agropecuaria desde el día 8 de julio de 2009, con el fin de identificar, entre otros aspectos, los posibles créditos ecológicos o cuyo impacto ecológico sea positivo o mayoritariamente positivo. Se trata de reunir datos básicos como cliente, actividad económica productiva, valor del proyecto, monto solicitado, oficina en que se radica, identificación, rubros a financiar y ubicación de las inversiones a financiar.

Estos datos, junto con una revisión de los aspectos técnicos y ambientales de la solicitud de crédito agropecuario, nos ayudan a identificar las solicitudes susceptibles de créditos ecológicos. Los aspectos técnicos que nos ayudan a identificar el impacto ecológico positivo de las inversiones a realizar son, en general, la actividad económica productiva y la justificación técnica.

En cuanto a la viabilidad ambiental, consiste también en la verificación documentaria como complemento a la decisión de aprobación, de manera previa al redescuento o al desembolso en caso de créditos con recursos propios, para establecer que el proyecto objeto de financiación se ajusta a las normas ambientales expedidas por las autoridades competentes.

En la parte ambiental se debe incluir el hecho de que, en proyectos que por su visión futura o funcionamiento actual generen un impacto ambiental positivo, puedan servir de modelo para otras explotaciones en la región o incluso en el país y que sus condiciones particulares aporten de manera efectiva a la conservación y mejoramiento del medio ambiente.

En este sentido, se requiere, para la formulación y evaluación de proyectos agropecuarios, tener en cuenta las guías ambientales adoptadas por el Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial mediante la Resolución No. 1023 de 2005, y demás normas que la modifiquen, adicionen o reemplacen.

Para 2010, fueron consideradas 66 solicitudes como posibles créditos ecológicos, siendo aprobadas 38 como se muestra en las tablas que aparecen a continuación, todas en condiciones normales, es decir, como Finagro y Agrocrédito o Agroleasing, lo que equivale a \$20.053.000.000. De acuerdo con el valor desembolsado por actividad, se destinaron para la financiación de actividades como el café y su comercialización un 12%; para palma de aceite un 11%, para ganadería y piscicultura, un 9%, respectivamente; es importante anotar que se aprobó un proyecto de avicultura de engorde por valor de \$10.500 MM, el cual ocupa el 51% de participación por el valor de



la operación, pero la actividad solo aporta una operación. Continúan en menor escala la porcicultura, el caucho y otros cultivos con un 8% aproximadamente, en cuanto al porcentaje del número de créditos colocados por estas actividades.

Además de los criterios técnicos que se tienen en cuenta en la información de la solicitud, se elaboró un formato de visita de crédito ecológico y se hizo un piloto en 30 productores agropecuarios, donde se verificó la pertinencia del formato y se hicieron algunos ajustes.

En cuanto a la normatividad vigente, se encuentra en proceso de revisión y actualización de la misma por parte de Comunicación e Imagen, Marketing y Riesgos, con el fin de lograr una mayor vinculación de clientes por esta línea, ofreciendo mejores beneficios de los que actualmente posee la norma; para llegar a esta modificación se han sostenido en el transcurso del año varias reuniones con cada una de estas áreas; específicamente en Marketing se está buscando una reunión con el área de precios para convenir la reducción de la tasa a fin de que el producto pueda tomar vida.



# Recursos Humanos

## La gente BBVA como artífice de valor

Hoy somos más que un banco. Somos el resultado del trabajo y el esfuerzo de más de 5.000 colaboradores que componen a BBVA en Colombia. Nuestro negocio está soportado por las unidades de Banco, Pensiones, Seguros, Fiduciaria y Valores, con una estrategia global y diferenciada a escala nacional.

Nuestra visión enmarca la gestión responsable con todos los stakeholders, siendo los principales generadores de valor nuestros colaboradores, la gente BBVA. De esta manera llevamos a la realidad la premisa de trabajar por un futuro mejor para las personas.

En 2010, desde Recursos Humanos se desplegó una estrategia orientada al fortalecimiento del liderazgo BBVA mediante una transformación cultural. Como socios estratégicos del negocio, optimizamos nuestra función asegurando la disponibilidad de talento en la organización, a través de la gestión diferenciada, identificando y respondiendo a las necesidades e intereses de las personas, tanto en el ámbito profesional como en el personal.

Poseemos una gran diversidad sociodemográfica, que obedece a la presencia de BBVA en todo el territorio nacional. Si bien más del 50% de nuestra plantilla se encuentra en la ciudad de Bogotá, nuestras oficinas están presentes en 23 departamentos de Colombia.

Construimos valor de manera responsable, a través de la gestión integral del talento humano, asociando los intereses de las personas con las necesidades del negocio para posicionar a BBVA como un excelente lugar para trabajar



Empleados por categorías profesionales			
Categoría	F	M	Total general
Directores Corporativos	0,03%	0,40%	0,19%
Directivos	0,54%	1,28%	0,87%
Mandos Medios	10,09%	13,15%	11,45%
Especialistas	10,34%	11,88%	11,02%
Fuerza de Ventas	32,14%	20,57%	27,01%
Puestos Base	46,86%	52,73%	49,46%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

Plantilla por grupos de edad	
Rango de Edad	Total
Menor que 20	0,19%
Entre 20 y 30	25,58%
Entre 31 y 40	37,25%
Entre 41 y 50	27,17%
Mayor a 50	9,80%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

Plantilla por rangos de Antigüedad	
Rango de Antigüedad	Total
Menor que 1	10,46%
Entre 1 y 5	23,32%
Entre 5 y 10	15,81%
Entre 10 y 20	36,27%
Mayor a 20	14,15%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia



Distribución de empleados por región		
Departamento	Total	%
CUNDINAMARCA	3117	55,06%
ANTIOQUIA	526	9,29%
VALLE	419	7,40%
ATLANTICO	229	4,05%
SANTANDER	204	3,60%
CALDAS	113	2,00%
RISARALDA	104	1,84%
BOLIVAR	100	1,77%
HUILA	80	1,41%
TOLIMA	79	1,40%
NORTE DE SANTANDER	76	1,34%
BOYACA	75	1,32%
CORDOBA	69	1,22%
MAGDALENA	68	1,20%
META	64	1,13%
CESAR	63	1,11%
NARIÑO	56	0,99%
GUAJIRA	45	0,79%
SUCRE	39	0,69%
CASANARE	34	0,60%
CAUCA	31	0,55%
PUTUMAYO	23	0,41%
CAQUETA	10	0,18%
AMAZONAS	9	0,16%
CHOCO	8	0,14%
SAN ANDRES	7	0,12%
VICHADA	7	0,12%
QUINDIO	6	0,11%
<b>Total general</b>	<b>5.661</b>	<b>100,00%</b>

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

Relación de salarios desglosados por categorías profesionales		
Promedio Sueldo		
Categoría	F	M
Equipo Directivo	18.746.722	21.638.001
Mandos Medios	4.558.769	4.808.169
Especialistas	4.115.826	4.221.335
Fuerza de Ventas	1.458.971	1.498.202
Puestos Base	1.706.283	1.877.874

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

## La importancia del clima laboral como compromiso con nuestros empleados

En BBVA somos conscientes de que para ser el mejor lugar para trabajar en Colombia es necesario escuchar continuamente la opinión de nuestros empleados.

Para ello, en Colombia aplicamos a todos los colaboradores la Encuesta de Satisfacción de los Empleados, ESE, que tiene dos componentes: Emocional y Racional; en el primero aplicamos el modelo de Great Place to Work, basado en cinco pilares que miden el grado en que los empleados confían en sus superiores, sienten orgullo por su trabajo y disfrutan con sus compañeros; esto se traduce en confianza (credibilidad, respeto y trato justo), orgullo y camaradería. En cuanto al componente racional, mide el nivel de motivación, satisfacción y compromiso de las personas por medio de seis dimensiones: empresa, personas, carrera profesional, calidad de vida, función (trabajo) y compensación.

En octubre de 2010 se aplicó la encuesta a escala mundial, con una participación del 90% de la plantilla, ocupando el segundo lugar junto con México y superados por Argentina.

El compromiso y trabajo de todos los líderes BBVA y el esfuerzo realizado por Recursos Humanos en el acompañamiento durante el desarrollo y posterior ejecución de los planes de clima originados en los hallazgos de la medición realizada en 2008, hoy se ven recompensados con los recientes resultados de la medición 2010.



	Grupo			Colombia		
	2008	2010	Var.	2008	2010	Var.
Global	69	73	4	72	79	7
EMOCIONAL	68	72	4	67	75	8
Confianza	65	70	5	64	72	8
Camaradería	70	74	4	67	77	10
Orgullo	76	80	4	82	88	6
RACIONAL	70	74	4	76	83	7
Satisfacción	56	61	5	55	67	12
Motivación	76	79	3	84	88	4
Compromiso	74	79	5	83	89	6

Los principales logros:

- Ser el país mejor valorado de América Latina, aumentando 7 puntos en el Indicador Global de Clima
- Pasar del cuarto puesto en 2008 a ser el segundo país del Grupo con el mejor indicador de clima laboral
- El 88% de los empleados dice que BBVA Colombia es un excelente lugar para trabajar
- El 88% de nuestros colaboradores se siente orgulloso por el trabajo que hace, encontrándose esta variable dos puntos por encima de la media del sector financiero en Colombia
- En cuanto a la motivación y el compromiso, se ubican con el 88% y 89%, respectivamente.

Al igual que en la edición anterior, los aspectos mejor valorados en la encuesta de 2010 son aquellos relacionados con el trato a las personas en BBVA, el orgullo de pertenencia al Grupo y, sobre todo, el potencial de crecimiento futuro que ofrece BBVA a todo su equipo.

De esta manera, seguimos comprometidos con el objetivo de construir un clima óptimo para la Gente BBVA, que nos permita seguir creciendo porcentualmente en un futuro como el mejor lugar para trabajar.

## Empleo y oportunidades de desarrollo

En 2010 se consolidó la integración de los procesos de gestión del talento y del conocimiento, desplegando con mayor efectividad y asertividad el sistema de atracción, retención y desarrollo del talento en la organización.

Bajo la premisa de asegurar una proyección profesional en la organización mediante un sistema de igualdad de oportunidades y garantizando las personas idóneas en el puesto adecuado, redefinimos el **Plan de carrera para las redes**. Este esquema define el camino que una persona, desde su experiencia como aprendiz Sena o empleado temporal, puede seguir hasta llegar a ocupar cargos de mayor rango en la organización. Este nuevo modelo incrementa la calidad del perfil de las personas, tanto en el caso de nuevas incorporaciones como en las promociones y cambios de cargo en las redes. Así mismo, disminuye el índice de rotación y la curva de aprendizaje en la función, pues se fortalece el control en el proceso de selección y garantiza la formación de la persona, asegurando su preparación para asumir el siguiente nivel dentro de su plan de carrera.



Alcance: Datos Banco BBVA

Con este enfoque se articulan varias herramientas y procesos. Destacamos el crecimiento y difusión que durante 2010 tuvo nuestro canal on-line **Apúntate a vacante**, a través del cual triplicamos el número promedio de convocatorias mensuales publicadas (6 en 2009 y 18 en 2010). Así mismo, el número de inscritos por convocatoria aumentó de 4 en 2009 a 6 en 2010 y la tasa de efectividad del proceso aumentó del 30% en 2009 al 56% de promociones sobre convocatorias publicadas. En términos generales, en 2010 publicamos 213 convocatorias, con 1.166 inscritos y 119 personas promovidas a cargos de mayor responsabilidad. Hoy podemos decir que el 35% del total de personas promovidas proceden de procesos de selección realizados a través de **Apúntate a la vacante**.

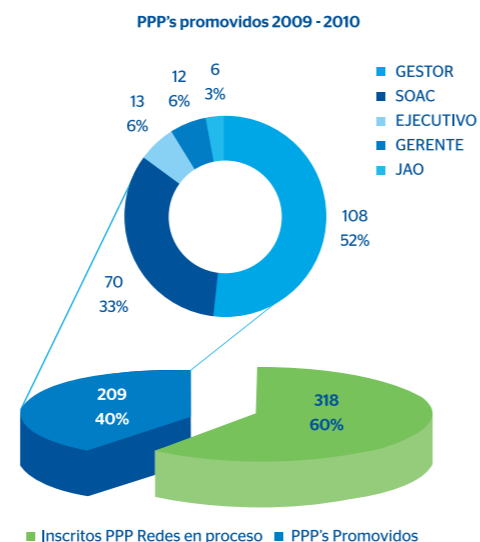
Continuando con el despliegue de herramientas que optimicen el proceso de selección interna y externa, nuestro portal de atracción del talento [www.feriaempleobbva.com](http://www.feriaempleobbva.com) aumentó en 13% el número de hojas de vida recibidas en 2010 vs. 2009 (19.677 y 17.266, respectivamente). Hoy contamos con un stock de 107.776 currículos registrados en una base de datos robusta, que optimiza y hace más efectiva la búsqueda de candidatos.



Como requisito fundamental para ocupar posiciones en las redes de oficinas, desde 2009 definimos un plan de formación enfocado al plan de carrera PPP, "**Plan de Proyección Profesional**". Sin embargo, en 2010 se consolidan tres PPP dirigidos a los auxiliares con aspiraciones de ser gestores, gestores que quieren ser SOAC<sup>2</sup>, finalmente, subgerentes que quieren ser promovidos a gerentes. Nuestro objetivo: facilitar el crecimiento profesional de la Gente BBVA mediante un camino claro y alcanzable, motivando el autodesarrollo, la promoción interna y la ambición de ser cada día mejor.

Clara muestra de la gran aceptación y funcionamiento del

programa son las cifras, que indican que desde el inicio de la iniciativa en 2009, 40% de las personas inscritas en los PPP fueron promovidas al siguiente nivel.



Continuando en la misma línea y con el objetivo de mejorar la calidad del riesgo de crédito en la organización, desarrollamos el **Programa Integral de Gestión del Riesgo**, a través de una metodología de blended learning. Con foco en temas de contabilidad, matemáticas y análisis financiero, así como en políticas, herramientas y productos de riesgo, durante 2010 se realizaron 25 talleres presenciales a escala nacional, con una cobertura de 492 personas y un despliegue de 14.602 horas de formación a través de nuestra plataforma de e-learning ecampus. Datos BBVA Colombia-Banco.

De igual manera, es importante resaltar en materia de formación especializada que en 2010 triplicamos el número de empleados cursando especializaciones con foco en tópicos administrativos, financieros y comerciales. Hoy, 104 colaboradores del ámbito nacional cursan una especialización con aporte económico del banco.

Y finalmente, durante el año se destaca el avance en materia de autoformación mediante el desarrollo del PDI - Plan de Desarrollo Individual. Aunque queda camino por recorrer, es importante haber logrado un avance del 42% (61% en áreas de apoyo y 32% en las redes) del PDI a escala nacional. Esto demuestra cambios en los hábitos de estudio de los colaboradores y conciencia en las personas para tener acceso a un plan de carrera motivante, que satisfaga sus expectativas profesionales.



Formación por categoría de cargo			
BANCO	HORAS	PARTICIPANTES	PROM. HORAS POR EMPLEADO
Directores Corporativos	173	6	
Directivos	410	31	13
Especialistas	6.868	401	17
Fuerza de ventas	25.686	931	28
Mandos medios	31.356	1.827	17
Puestos Base	64.072	4.183	15
Total	128.566	7.379	
Prom. Total Horas por Empleado	29,64		

Alcance: Banco BBVA Colombia

Participaciones por Canal	2010	CURSOS PROMEDIO POR EMPLEADO: 6.5
Presencial	2.568	
Virtual	26.337	
Total participaciones	28.905	

Alcance: Banco BBVA Colombia

En resumen, durante 2010 se llevaron a cabo 28.905 participaciones, lo que significó un 7% más que el año pasado, equivalentes a un promedio de 6,5 cursos por funcionario vs. 6,1 en 2009. Seguimos constantes en la distribución de la formación en horas por canal, con 67% virtual y 33% presencial.

## Consolidación de una oferta integral de servicios para la Gente BBVA

A través de los años, Recursos Humanos ha innovado su oferta de servicios de bienestar, deporte y salud, entendiendo las características sociodemográficas de nuestra plantilla, así como intereses y necesidades de esparcimiento y diversión en pro de la conciliación de la vida personal y la laboral. De esta manera, configuramos para 2010 un abanico de posibilidades con foco en cobertura e impacto; destacamos los siguientes hitos:



Juegos Deportivos Nacionales BBVA 2010. Constituye el evento del año por su magnitud y participación a escala nacional. En febrero logramos la inscripción de 2.983 deportistas de todas las empresas BBVA en Colombia, es decir, del 50% del total de la plantilla (10% más que el año pasado), ratificándose como el evento deportivo de mayor convocatoria e integración en BBVA. A mediados de octubre se llevó a cabo la clausura en Melgar, Tolima, durante la cual, cerca de 2.000 colaboradores disfrutaron la creatividad, el ingenio y el talento artístico de la Gente BBVA a través del desfile universal de carrozas, actividades recreativas, casino y la gran fiesta de cierre.

Iniciativas "Pasión por las personas" 2010		
No.	Principales actividades	No. De empleados beneficiados
1	Celebraciones	
	Navidad niños *	3.309
	Navidad adultos - Fiestas a nivel nacional	5.630
	Celebración por antigüedad	733
	Obsequio Navidad empleados	4.338
	Fechas especiales	5.630

Alcance: Banco BBVA Colombia

### Salud y Seguridad laboral

En materia de salud, realizamos un gran despliegue de comunicación y sensibilización con el fin de construir una conciencia de prevención y el desarrollo de estilos de vida saludable. Se desarrollaron cinco fuertes campañas preventivas:

**"¡Ejercítate!".** Con cobertura nacional, es una campaña dirigida a incentivar hábitos de ejercicio y autocuidado. Como respuesta a la expectativa generada se lanzó simultáneamente el programa de Escuelas Deportivas para Empleados y Clases de aeróbicos en Dirección General.

**"Un contacto especial –Spa en la oficina."** Con una participación de 2.551 empleados en 52 plazas del territorio nacional.

**"Mejora tu postura".** Consiste en inspecciones de puesto de trabajo con recomendaciones sobre la realización periódica de pausas activas e higiene postural. Logramos una cobertura nacional de 935 empleados en 75 ciudades.

**"La cura es detectarlo a tiempo".** Campaña preventiva contra el cáncer, dirigida al 100% de la plantilla mediante el envío de afiches y folletos informativos sobre la enfermedad y cómo prevenirla. La Liga Colombiana contra el Cáncer visitó el 99% de las sucursales en el país e impartió charlas de sensibilización, con el fin de concientizar a las personas sobre la importancia de generar una cultura de prevención.

**"Sistema digestivo".** Orientada al desarrollo de hábitos saludables de alimentación, esta campaña fue dirigida al 100% de los empleados de las empresas BBVA en Colombia.

Acciones Salud Laboral 2010			
Programa		Descripción	% Empleados cubiertos/plantilla
Estilos Vida saludable	Campañas preventivas	1/5: Ejercicio Despliegue de comunicación Clases de aeróbicos en Dirección General	100% 6%
		2/5: Un contacto especial (Spa en la oficina)	60%
		3/5: Mejora tu postura Pausas activas, higiene postural inspecciones de puesto de trabajo	22%
		4/5: La cura es detectarlo a tiempo Campaña preventiva contra el cancer	90%
		5/5: Sistema digestivo Sensibilización para una sana alimentación	100%
Componente legal	Capacitación sobre procedimientos básicos en la salud ocupacional		22%
	Análisis de vulnerabilidad		
	Inspección de seguridad		
Prevención de Desastres	Capacitación Brigadistas		100% Brigada de emergencia
	Dotación Brigadistas y oficinas		
	Elaboración Plan de Emergencias y socialización a nivel nacional		
	El mes de la prevención de desastres - Simulacro en Bogotá		3 Edificios Administrativos

Alcance: Banco BBVA Colombia

Absentismo BBVA Colombia - Banco 2010	
Tasa de absentismo general	6,9%
Días perdidos por absentismo general	108.196 **
Tasa de absentismo por incapacidad	1,26%
Días perdidos por incapacidad	13.714
No. De víctimas mortales relacionadas con el trabajo	0

\*\* Días acumulados por incapacidad, licencias remuneradas, licencias de maternidad y paternidad, suspensiones, permiso sindical y vacaciones

Accidentes de Trabajo	
Total de accidentes	66
Total días Perdidos	147
Indice de Frecuencia Acumulado	0,1
Indice de Severidad Acumulado	0,2
Porcentaje Plantilla Banco	1,52%

Enfermedad Profesional	
Total de Enfermedades reportadas	55
Total de Enfermedades Calificadas/Aprobadas	18
Total de Enfermedades en Proceso	19
Total de Enfermedades Objetadas	18
Total de días perdidos	1.594
Porcentaje Plantilla Banco	1,27%

Fuente: ARP Liberty

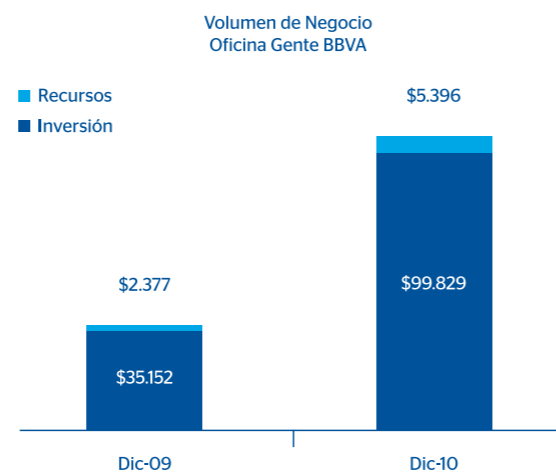


## Más beneficios para la Gente BBVA

En 2010 se destaca el fortalecimiento de dos de las iniciativas más importantes en materia de servicios que complementan nuestra oferta: La Oficina Gente BBVA y el SAE- Servicio de Atención al Empleado.

Con más de un año cumplido de gestión, la oficina Gente BBVA se consolida como la sucursal de los empleados. Con más de un año cumplido de gestión, la oficina Gente BBVA se consolida como la sucursal de los empleados, contando hoy con más de 3.500 clientes y un crecimiento del 180% desde diciembre de 2009.

Esta solución le permite a la organización, de manera consistente y oportuna, beneficiar a la Gente BBVA a través de un trato diferencial y un portafolio integral con condiciones y tasas preferenciales.



De la misma manera, ampliamos y optimizamos la infraestructura de atención del SAE. A partir de mayo se migró al modelo corporativo, lo que significó la adaptación de una nueva imagen, atención según el esquema de niveles de servicio, implantación de una herramienta de gestión y la creación del Portal SAE.



En 2010, el SAE triplicó el número de solicitudes atendidas con respecto al año pasado (24.616 en 2009 vs. 81.747), creciendo en todos los canales, principalmente en la línea 1800.

### Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos

En BBVA Colombia existen dos convenios colectivos laborales vigentes, que reconocen beneficios de carácter extralegal para los trabajadores del banco y tienen una vigencia de tres años: 2010-2012.

Estos acuerdos colectivos se han celebrado considerando los principios de participación democrática, transparencia, respeto e igualdad para sus beneficiarios, siendo potestativo para los trabajadores adherirse a uno u otro convenio.

El Pacto Colectivo aplica para cerca del 77% de los trabajadores del banco y la Convención Colectiva de Trabajo para el colectivo restante de los colaboradores. El primero de ellos se celebró directamente con los representantes de los trabajadores y el segundo con tres de las organizaciones sindicales existentes en el banco. Estos convenios colectivos contemplan beneficios importantes, tales como incrementos salariales anuales, auxilios, préstamos de vivienda y de estudio, gratificación por antigüedad, entre otros.

Convenio Laboral	%
Adheridos a Pacto Colectivo	76,70%
Afiliados a Organizaciones Sindicales	22,50%
Beneficiarios CCT - Convención Colectiva de Trabajo	0,80%

En el banco se mantiene un permanente canal de comunicación con los trabajadores, sus representantes y las distintas organizaciones sindicales. Los conflictos laborales son resueltos en forma cordial y respetuosa, siguiendo en todo momento los lineamientos establecidos en la legislación laboral colombiana.

Así mismo, constantemente trabajamos en prevenir la generación de situaciones de discriminación o actuaciones incorrectas que puedan originar responsabilidades para la entidad, sus directivos y/o empleados.



# Compras Responsables

## Política y modelo corporativo de compras

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

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

### Homologación de proveedores

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

Como parte de esta política, y con el propósito de garantizar que los proveedores cuenten con la capacidad productiva, técnica, financiera y de calidad comercial requerida por el banco, durante el año 2010 se procedió a la homologación de 62 proveedores, para un total de 679 al cierre de diciembre de 2010.

Es importante recalcar que durante el año 2010, por recomendación del área de Riesgos y con visto bueno de los usuarios y el área Jurídica del banco, se ha incrementado el monto para la homologación de proveedores, pasando de 102 SMLV por compras al año a 300 SMLV por compras al año.

## Seguridad somos todos

Como parte integral de la gestión responsable de Recursos Humanos, el Departamento de Seguridad despliega en 2010 un esquema de prevención, investigación, control y mitigación de riesgo, tanto para los clientes como para los colaboradores de BBVA.

El Departamento de Seguridad adelantó un plan de gestión para todas las empresas BBVA en Colombia, tomando como base la siniestralidad histórica y las causas motivadoras de riesgo, definiendo para ello actividades administrativas, de seguridad física y electrónica, de cultura de seguridad, de protección corporativa y de seguridad operativa/fraude documental, encaminadas al cumplimiento de una función integral de manera oportuna y efectiva.

A lo largo del año, en materia de prevención, 132 sucursales de banco y Unidad Previsional fueron visitadas con el propósito de verificar variables de seguridad física y electrónica, tomar los correctivos necesarios y actualizar el [Mapa de riesgos](#). Así mismo, fueron evaluados los nuevos puntos de atención abiertos durante 2010.

En materia de ATM, se fortalecieron, entre otras, las medidas de seguridad física para prevención del riesgo de apertura

violenta. De igual manera, se reforzó el esquema de rondas de seguridad, además de los servicios de vigilancia fija y motorizada que prestan reacción a los puntos.

Y finalmente destacamos el fortalecimiento de las acciones de cultura de seguridad, pilar fundamental de la prevención. Como parte del Programa de Inducción al Banco y al Cargo, se realizaron 12 sesiones de formación presencial a 262 empleados, enfatizando en diversos aspectos y procedimientos de seguridad física, documental e identificación de titulares. Adicionalmente se adelantaron 93 charlas de seguridad o conversatorios, en las que participaron 586 funcionarios.

Y en el ámbito virtual, en noviembre lanzamos el Curso de Seguridad Bancaria a través de ecampus, con una participación de 1.909 colaboradores, que se formaron en diversos tópicos de seguridad como toma de huellas, verificación de documentos de identidad, seguridad documental, grafología, dactiloscopia y riesgo crediticio.

Así, el Área de Recursos Humanos cierra un año de consolidación y cambio, siguiendo el camino hacia una transformación cultural que nos permita conseguir de manera excepcional los resultados que la organización exige, a la vez que satisfacemos las necesidades de bienestar y desarrollo profesional de nuestra Gente BBVA.

HOMOLOGACION DE PROVEEDORES		
	2009	2010
<b>PROVEEDORES HOMOLOGADOS</b>	<b>617</b>	<b>679</b>
	ABSOLUTA	RELATIVA
<b>INCREMENTO PROVEEDORES HOMOLOGADOS</b>	<b>62</b>	<b>10.04%</b>

NUMERO DE PROVEEDORES POR COMPRAS 2010			
	300,000,000-600,000,000 Pesos	600,000,000-1,000,000,000 Pesos	Mas de 1,000,000,000
<b>BBVA COLOMBIA</b>	<b>42</b>	<b>69</b>	<b>580</b>
<b>TOTAL PROVEEDORES COMPRAS &gt;300.000.000</b>	<b>691</b>		

## Plataforma Adquira

BBVA dispone de una herramienta electrónica denominada Plataforma de Comercio Electrónico "Adquira", orientada a lograr un aprovisionamiento cada vez más eficiente y transparente. La misma facilita las relaciones comerciales, fomenta la transparencia en las negociaciones y la optimización del tiempo.

### Ventajas

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

Dados todos los beneficios que este sistema ofrece, en el año 2010, BBVA Colombia continuó impulsando el uso de la herramienta electrónica Adquira. Durante dicho período, la misma fue empleada en 859 negociaciones de compras, permitiendo afianzar y garantizar el desarrollo de una gestión más eficiente en la materia.

Cabe destacar que 259 de estas negociaciones fueron realizadas mediante subastas, que generaron mayor concurrencia y pluralidad de proveedores, redundando en mayor

transparencia en cada una de las adjudicaciones otorgadas.

Gracias a la aplicación de estas políticas se han generado ahorros superiores a 36 mil millones de pesos, cifra equivalente a EUR 14.115.000 en negociaciones de compras gestionadas con los proveedores, con un promedio del 15,1% de ahorro por cada compra gestionada.

INDICADORES EN COMPRAS	2009	2010
<b>NUMERO DE NEGOCIACIONES ON-LINE POR ADQUIRA</b>	<b>787</b>	<b>859</b>
<b>NUMERO DE PETICIONES REGISTRADAS EN NEON</b>	<b>1.799</b>	<b>2.750</b>

## Código ético

Como complemento y parte fundamental del accionar de compras en la cadena de abastecimiento de BBVA Colombia, contamos con los principios de aplicación a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento, dentro del cual se enmarcan valores como ética, moral, confidencialidad, transparencia, entre otros, los cuales fueron presentados, difundidos y aplicados por los intervinientes en el proceso, situación que se refleja frente a los usuarios del banco, así como hacia nuestros proveedores; esta política se ha reiterado al equipo de Compras mediante capacitaciones dirigidas por el área de Integridad del negocio-Cumplimiento normativo.

PROVEEDORES	2010
<b>Número de proveedores registrados</b>	<b>7.500</b>
<b>Número de compras</b>	<b>2.256</b>

# Medio Ambiente

## Política ambiental y sistema de gestión ambiental

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

Los objetivos generales de esta política son:

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

### Impacto ambiental directo

#### Ecoeficiencia

BBVA continúa avanzando en la ejecución de su Plan Global de Ecoeficiencia para el período 2008-2012, a través del cual se espera un ahorro anual estimado para el Grupo de 1,5 millones de euros a partir de 2012.

Convencidos de la necesidad de preservar el medio ambiente,

La conciencia sobre la responsabilidad de la humanidad en el planeta ha cambiado. En BBVA trabajamos para minimizar los impactos medioambientales directos de nuestra actividad e impulsamos la lucha contra el cambio climático.



el Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012, parte del Sistema de Gestión Ambiental, tiene como objetivo minimizar los impactos ambientales directos del Grupo BBVA.

El primer paso para una buena gestión medioambiental es la recopilación y seguimiento de indicadores ambientales, labor que se desempeña en BBVA Colombia a partir de 2007; desde entonces se vienen incorporando mejoras relativas al alcance y a la calidad de la información reportada en este sentido.

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

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

Consumo de papel		
KG	2010	2009
Consumo total de papel	321.137	330.163
Consumo de papel por empleado	74	77

Alcance: Banco BBVA Colombia

(Lit)	2010	2009
Consumo total de gasoil	78.383	52.363

Alcance: Banco BBVA Colombia

Residuos gestionados		
Kg	2010	2009
Residuos de Papel	26.200	25.918
Residuos de Toners	1.062	1.931
Otros residuos	27.894	21.820

Alcance: Banco BBVA Colombia

Emisiones CO2 directas		
(TONELADAS)	2010	2009
Emisiones de Co2 - directas (Vehículos del Banco)	76	70.8
Consumo de energía por año	3.226	-

Alcance: Banco BBVA Colombia

Emisiones CO2 - indirectas		
Toneladas	2010	2009
Emisiones de Co2 (vuelos de Avión)	704	1.176,97

Alcance: Banco BBVA Colombia

Consumo de Energía		
Kwh	2010	2009
Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	30.151,384	28.627,123
Consumo por empleado	6.950	6.682

Alcance: Banco BBVA Colombia

Consumo de Agua M3		
M3	2010	2009
Consumo de agua por fuentes	133.249	102.780
Consumo por empleado	30,7	24

Alcance: Banco BBVA Colombia

## Iniciativas medioambientales

### Extractos vía correo electrónico

La implementación de este nuevo proceso nos ha permitido a la fecha disminuir los costos de los procesos de impresión y distribución, pasando del valor actual promedio de un extracto, que asciende en promedio a 900 pesos, a 185 pesos que cuesta la generación y envío de los extractos por correo electrónico.

Al igual nos ha permitido disminuir el uso de papel asociado a las hojas utilizadas para la impresión de extractos, los sobres que se utilizan para enviar los mismos y los insertos publicitarios que se ensobran junto con los extractos. El costo individual del sobre ya tiene incluido el valor del sobre y del inserto publicitario.

En el año 2010, BBVA Colombia continúa impulsando el envío de extractos a través de correo electrónico e involucra en dicho proceso los productos de cuentas personales, tarjeta de crédito y préstamos. Así, a diciembre de 2010 logró llegar a la cifra de 1.570.807 extractos enviados por correo electrónico, lo que implicó un crecimiento del 83,1% respecto a los 857.773 enviados en año inmediatamente anterior. A continuación se detalla lo referido:

Producto Contratos por e-mail	2009	2010	% Incremento
Cuentas de Ahorro y corriente	359.498	596.435	65.9%
Tarjetas de Crédito	308.294	588.245	90.8%
Prestamos	187.972	384.117	104%
<b>Total</b>	<b>857.773</b>	<b>1.570.807</b>	<b>83.1%</b>

Teniendo en cuenta que las hojas utilizadas en el proceso tienen una relación de 1,4 hojas por extracto, lo cual incluye la impresión del extracto, el sobre utilizado para enviar los extractos y el papel requerido en los insertos publicitarios, la cantidad de hojas ahorradas en 2010 corresponde a 2.199.130 unidades.

Para 2011, el objetivo es lograr un incremento del 15%, con miras a llegar en diciembre de 2011 a 1.806.000 extractos enviados por correo electrónico. Con lo expuesto, seguimos ratificando el compromiso de eliminar la utilización de papel para la generación de los extractos y contribuir a la conservación de nuestro planeta.

## GreenPyme

Greenpyme es el programa de apoyo a la eficiencia energética creado por la Corporación Interamericana de Inversiones (CII). La iniciativa tiene como objetivo promover la eficiencia energética en las pymes por medio de la reducción del consumo de energía, manteniendo los niveles de actividad y de calidad de vida, protegiendo el medio ambiente, asegurando el abastecimiento y fomentando un comportamiento sostenible en el uso de la energía.

En el marco del lanzamiento del programa, la CII y BBVA Colombia, durante 2009, realizaron una serie de talleres informativos y de capacitación dirigidos a empresarios en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali, con el fin de crear conciencia sobre la importancia de la eficiencia energética y la utilización de energías renovables con el objetivo de mejorar su competitividad empresarial y fomentar el respeto al medio ambiente.

Durante 2010 se iniciaron las consultorías con las 40 empresas elegidas y actualmente se diseña un formato para el análisis de créditos según necesidades de las empresas

## Características de Greenpyme

- Dar respuesta concreta, de forma rápida y directa, a demandas específicas de las pymes
- Conseguir una rápida ejecución en la implementación
- Apalancar conocimiento y capacidades de calidad a favor de las pymes a través del aporte de empresas líderes internacionales al programa
- Minimizar el problema que tienen muchas pymes de acceso a financiación para implementar eficiencia energética, involucrando para ello, en cada país en el que opera, la iniciativa de bancos locales dispuestos a apoyar a sus clientes con financiación.

De este modo, BBVA Colombia ha visto una oportunidad de continuar promoviendo iniciativas encaminadas a favorecer el mejoramiento y preservación del medio ambiente, en línea con los Objetivos del Milenio, las políticas de reducción de emisiones contaminantes y la racionalización del uso de la energía con el fin de disminuir el impacto del calentamiento de la Tierra y sus efectos sobre los países en desarrollo.

## Líneas ambientales

Durante 2010, en BBVA Colombia lideramos nuevas propuestas de financiación enfocadas a las Pymes y empresas en general, con el ánimo de ofrecer recursos nuevos pero promoviendo el interés en fomentar prácticas de cuidado del medioambiente y eficiencia energética. Es así como hemos lanzado dos líneas de crédito, que ofrecen grandes facilidades de acceso a todas las empresas: una con recursos propios y otra en líneas de redescuento con diferentes entidades estatales.

Nuestra línea de financiación con recursos propios está enfocada en dos objetivos: por un lado el de facilitar labores de consultoría en ecoeficiencia e implementación de tecnologías limpias y por el otro, el de financiamiento de los diagnósticos y resultados de esas consultorías y estudios.

Por su parte, nuestras líneas de redescuento ofrecen una amplia oferta de líneas de créditos y financiación destinados para la compra de activos fijos productivos, como es el caso de Aprogresar, que adelantamos en concordancia con Bancoldex.



De la misma manera con Colciencias, ofrecemos recursos financieros para la investigación, innovación y desarrollo tecnológico en las empresas que tienen proyectos aprobados con esta entidad estatal y con Findeter, financiamos inversiones relacionadas con proyectos para prevenir, mitigar y compensar impactos ambientales.

Además completamos todo este portafolio de líneas de crédito, con nuestro Ecolensing, un sistema que le permite beneficios fiscales a empresas de los diferentes sectores de la economía nacional como transporte, energético, telecomunicaciones y de servicios públicos.

### Formación y sensibilización ambiental

En BBVA Colombia, conscientes de la importancia que el medio ambiente y su cuidado tiene dentro de la sostenibilidad, no solo de nuestro negocio sino de toda la sociedad, durante 2010 adelantamos diferentes campañas para que nuestros empleados y sus familias, proveedores y clientes, tomen conciencia sobre la

importancia de adelantar buenas prácticas en el cuidado del medio ambiente en la búsqueda de frenar el impacto del cambio climático.

Mediante la alianza realizada en 2008 con la Fundación Koala, entidad que realiza todo el acompañamiento, asesoría y actividades necesarias para la implementación exitosa de las campañas y que es la encargada de recoger el material reciclable, no solo hemos podido recuperar todos los materiales potencialmente susceptibles de ser reciclados, sin importar su valor comercial, sino que también contribuimos en la búsqueda de la sostenibilidad, tanto para la sociedad en general, como para nuestro negocio.

En el último año, además de continuar con los programas que adelantábamos, como el de la utilización del pocillo de cerámica para eliminar el uso de vasos de icopor, que este año evitó la utilización de más de tres toneladas de este material tan dañino para los ríos y cuencas hidrográficas, se reestructuró el programa de reciclaje a partir de la puesta en marcha del concurso Semáforo Ecológico en los edificios de Dirección General, Horizonte y Teusaquillo.

El Semáforo Ecológico es un ejercicio en el cual cada empleado de los edificios involucrados participa de manera directa, adelantando en su puesto de trabajo la separación de los diferentes tipos de basura en los recipientes respectivos, con la supervisión de las señoras del aseo, que fueron capacitadas por la fundación Koala. De acuerdo con el desempeño de cada uno de los pisos, se obtiene una calificación que va en rojo para los que estén en situación crítica, y verde para los óptimos, pasando por el amarillo, que se asigna a los pisos en situación intermedia.

El programa, iniciado en octubre pasado, ya comienza a arrojar resultados satisfactorios al lograr que la mayoría de pisos estén en color verde, facilitando las labores de reciclaje y optimización en la separación de los diferentes materiales, que se traduce en un mejor desempeño por parte de la empresa encargada de recoger y reciclar nuestros materiales, y que deja como resultado un total de 54.094,80 kilos de residuos sólidos aprovechables, discriminados así:

<b>Papel:</b>	<b>2.620,9 kilos</b>
<b>Cartón:</b>	<b>5.826 kilos</b>
<b>Vidrio:</b>	<b>8.561 kilos</b>
<b>Plástico:</b>	<b>1.887,8 kilos</b>
<b>Tetrapack:</b>	<b>2.266,4 kilos</b>
<b>Aluminio:</b>	<b>218,7 kilos</b>
<b>Chatarra:</b>	<b>6.196,1 kilos</b>

# Compromiso con la sociedad

Con una inversión de 4.295 millones de pesos, en BBVA Colombia cumplimos un año más con la puesta en marcha y ejecución de nuestro Plan de Responsabilidad Corporativa llegando a 10.095 niñas y niños a través de nuestro programa Becas de Integración, entregamos 25.000 morrales con útiles escolares, beneficiando a más de 60.000 personas en 35 ciudades y municipios del país con apoyos en educación, cultura y deporte.

Durante 2010 y adelantando una completa estrategia de descentralización de nuestras ayudas y ampliando la cobertura a municipios y regiones apartadas de los centros urbanos, pudimos llegar a zonas ribereñas del río Magdalena y a la región Caribe, a poblaciones campesinas de Antioquia, Caldas, Santander, Caquetá y Risaralda y a poblaciones marginales de las grandes ciudades, en donde cada vez nuestros apoyos se hacen más necesarios y en donde sus beneficios son más evidentes al facilitar cada día la permanencia de más niños de escasos recursos en el sistema educativo del país.

En Colombia, durante los últimos años, el Gobierno Nacional ha implementado diferentes políticas encaminadas a hacer de la educación un servicio de fácil acceso para toda la población, aun en los rincones más apartados de nuestra geografía; entre ellas se pueden mencionar gratuidad en todos los niveles, especialmente en primaria; el ofrecimiento de rutas escolares en las principales ciudades y en algunas zonas rurales; la alimentación en las instituciones y la entrega de subsidios en dinero por cada niño matriculado.

Pese a esto, la desescolarización sigue siendo alta, al igual que la deserción escolar, que en algunas zonas alcanza niveles del 30 por ciento y hasta del 50 por ciento, especialmente debido al alto desempleo de los padres de familia, su escaso nivel escolar y sus bajos ingresos, que no les permiten comprar los útiles y materiales escolares para el cumplimiento de los deberes, y a fenómenos como el desplazamiento, que obliga al traslado permanente de las familias por diferentes regiones y hace que los niños abandonen las aulas.

En BBVA estamos comprometidos con el desarrollo de las sociedades donde actuamos; así, hemos hecho de la educación el eje de nuestra política de Responsabilidad Corporativa.

Nuestras becas educativas, que cubren costos como matrícula y pensión en algunos casos, los costos de uniformes y calzado en otros, y que están acompañadas de un complemento alimentario, son asignadas a grupos vulnerables de sectores sociales urbanos y rurales que viven problemáticas como el desplazamiento o el desempleo, entre otras, y se han convertido en un programa fundamental para evitar la deserción escolar, ya que entregamos también kits escolares con cuadernos, diccionario, libros de lectura y para colorear, lápices, colores y demás materiales que facilitan cumplir los deberes escolares.

El aporte que hacemos a las políticas de cobertura y calidad educativa es innegable. Desde hace cinco años apoyamos de forma permanente diferentes proyectos en Barranquilla, Cartagena, Medellín, Cali, Pasto, Sibaté y Madrid, Cundinamarca, en los cuales los índices de deserción se han mantenido casi en cero, mientras que los niveles de rendimiento y asistencia escolar han aumentado ostensiblemente.

Durante 2010 y como aporte novedoso a nuestros programas de apoyo a la educación, creamos la figura del "embajador" social BBVA, designando al ex arquero de la selección nacional

y de varios clubes internacionales de fútbol, Óscar Córdoba, quien representa la integridad, espíritu competitivo y trabajo en equipo, dadas sus condiciones personales y profesionales, y quien acompañó en diferentes actos de entrega de dotaciones y becas al presidente de BBVA Colombia, Óscar Cabrera, y a otros directivos en varias ciudades del país.

En este mismo marco, en el periodo señalado y como parte de nuestro apoyo integral al desarrollo de las comunidades en donde actuamos, BBVA Colombia patrocinó una serie de actividades deportivas en donde el tenis, el fútbol y el atletismo tuvieron especial relevancia; de la misma forma, nuestro interés en la cultura permitió en 2010 traer al país la exposición Confluencias, visitada por más de 10.000 personas; abrir la convocatoria al Salón de Arte BBVA Nuevos Nombres, y brindar apoyo al Hay Festival Cartagena, a la Feria de Arte La Otra, al Carnaval de las Artes de Barranquilla y destinar recursos para complementar el traslado del mural del maestro Obregón, donado al Museo del Caribe en 2008.

A continuación presentamos un corto resumen de las principales actividades en el marco de nuestro programa de Acción Social del Plan de Responsabilidad Corporativa 2010:

## Educación

### Programa Becas de Integración y morrales con útiles escolares

- En el marco de la Copa BBVA-Colsanitas invitamos a un grupo de 1.500 niñas y niños de diferentes instituciones educativas de Bogotá y Cundinamarca, que pudieron ver por primera vez un partido de tenis profesional, disfrutar de la estadía en uno de los clubes sociales más importantes de la ciudad y, además, recibir un morral con útiles escolares de manos de nuestro embajador social Óscar Córdoba.

Entre los invitados se encontraban las niñas del Preventorio Infantil de Sibaté, que BBVA apoya desde hace cuatro años; del Hogar Cristiano San Pablo de Madrid, Cundinamarca, y del Instituto Pedagógico Monfortiano, entre otros.

- BBVA Colombia se vinculó nuevamente a la campaña de la Alcaldía de Bogotá, Solidaridad por la permanencia, entregando

5.000 kits educativos a igual número de niños de instituciones distritales que por varios años viene facilitando el acceso a la educación en sectores marginales de la capital del país.

- En Medellín, en el sector de Santo Domingo Savio, continuamos apoyando al colegio Didascalio Madre Josefina Serrano, y como lo hemos hecho desde hace cuatro años, entregamos 130 becas educativas con complemento alimentario y 130 morrales con material educativo.
- Ratificamos nuestro compromiso con la educación del departamento de Antioquia y entregamos 2.400 kits educativos por valor de 96 millones de pesos al gobernador de ese departamento, Luis Alfredo Ramos, y a los alcaldes de los municipios de Itagüí, Bello, Turbo, Rionegro, Envigado y Sabaneta, beneficiados con esta donación, que también incluyó a la congregación religiosa Hermanas de la Presentación.
- En ciudades y municipios del norte del país, como San Marcos y Sincelejo, Sucre; Montería, Córdoba; Concordia, Remolino, Pedraza y Santa Marta, Magdalena, y Barranquilla, Cartagena y Valledupar en la región Caribe, se beneficiaron con aportes





para becas educativas, ayudas para uniformes y calzado y kits escolares, que les permitió a más de 3.000 niños beneficiados acceder a educación de calidad en esta parte del país.

- En el municipio de Yumbo, Valle del Cauca, entregamos 415 morrales con material educativo a la Institución Educativa Juan XXIII, Sede Panorama, por un monto de 16 millones de pesos.
- En Popayán, Cauca, entregamos aportes por valor de 115 millones de pesos, representados en becas con complemento alimentario y kits educativos a 360 niñas del colegio Madre de Dios, de esta ciudad.
- En el municipio de Santa Rosa de Cabal, departamento de Risaralda, se hizo entrega de 720 morrales con material educativo para niños de sectores vulnerables del municipio, por un monto cercano a los 28 millones de pesos.
- De la misma forma, estuvimos por primera vez en Piedecuesta, Santander, en donde a través de las Hermanas de la Presentación apoyamos a un grupo de niñas y niños del colegio La Presentación de ese municipio, que recibieron 85 millones de pesos para becas educativas y alimentarias y 250 morrales con útiles escolares.
- Cúcuta, en Norte de Santander, también recibió la visita de BBVA y a través de su presidente, Óscar Cabrera Izquierdo, y del embajador del Programa de Becas de Integración Óscar Córdoba, el Hogar de la Joven recibió un paquete integrado por becas y kits educativos por un monto de 25 millones de pesos.
- En Florencia, Caquetá, nos hicimos presentes con la entrega de 1.000 kits escolares destinados a niños y jóvenes vulnerables,

hijos de familias de escasos recursos residentes en la capital del Caquetá. La donación tuvo un costo de 40 millones de pesos.

## Alianza BBVA-Unicef

Durante 2010, BBVA y Unicef continuaron desarrollando una alianza firmada en 2008 a favor de la educación de la niñez en Colombia, y en unión con el Ministerio de Educación, adelantaron una serie de iniciativas en varias partes del país. En dicha alianza se destaca el papel fundamental de los clientes y usuarios de la red de cajeros automáticos, fundamentales en la consolidación de los diferentes proyectos que se vienen desarrollando, pues han aportado a Unicef y a esta alianza, más de 2.700 millones de pesos.

Dicha colaboración ha servido especialmente para la entrega de ayudas educativas a poblaciones en emergencia, que como consecuencia de las diferentes olas invernales que hemos padecido en Colombia durante los últimos años, han perdido su infraestructura escolar y a donde se han llevado carpas, dotaciones escolares como sillas, pupitres, tableros y miles de kits educativos, para facilitar la continuación del calendario escolar.

Además de llevar a las poblaciones del litoral pacífico en Cauca y Nariño un paquete de ayudas para restituir el derecho a la educación infantil, afectado por inundaciones de diferentes ríos, arrancó la segunda fase del convenio por el mejoramiento de la calidad educativa que se lleva a cabo en Gutiérrez, Boyacá, y que beneficiará a más de 5.000 personas en seis municipios.

## Cultura

### Exposición Confluencias

Como parte de las celebraciones del Bicentenario de la Independencia de Colombia, BBVA trajo al país una de las colecciones más importantes del ámbito artístico de todos los tiempos, especialmente curada por el profesor Tomás Llorens, con artistas de América y España de los últimos 200 años. Tras su paso por México, la muestra llegó al país en marzo de 2010 y fue exhibida durante dos meses en el Museo de Arte Moderno de Bogotá, en donde fue visitada por más de 12.000 personas que pudieron ver más de 60 obras de Goya, Rusiñol, Tàpies, Guayasamín, Gómez Campuzano y Siquieros, entre otros.

Hay que destacar que además de esta exposición, BBVA Colombia patrocinó también el Gran Concierto Nacional celebrado en todo el país el 20 de julio, fecha de la Independencia,

como parte de las celebraciones del Bicentenario.

## Hay Festival Cartagena 2010

Por segunda ocasión BBVA Colombia se vinculó a este festival literario, trayendo al escritor inglés Ian McEwan, quien ofreció un conversatorio en Bogotá y otro en Cartagena. El público colombiano conoció así al autor de obras como *Ámsterdam*, *El jardín de cemento*, *Expiación* y *Chesil Beach*, entre otras, y ganador de diversos premios literarios en Europa.

## Carnaval de las Artes de Barranquilla

Este festival, que se celebró en la ciudad de Barranquilla de manera paralela al Hay Festival, contó por primera vez con el patrocinio de BBVA Colombia y contribuyó a la presencia de escritores, artistas y demás personalidades del arte a escala mundial.

## La Otra, Feria de Arte Contemporáneo

Por tercera ocasión nos vinculamos con este certamen de la plástica nacional, que en esta ocasión se llevó a cabo en el edificio del Hotel Continental de Bogotá y en donde el público, además de ver una serie de obras e intervenciones, entre las que se encontraba *Heroína*, una instalación del Colectivo Indocumentado de Barranquilla, invitado por BBVA y cuyo polémico montaje ya se había presentado en el Salón de Arte BBVA, pudo apreciar de cerca otras intervenciones y montajes de artistas nacionales e internacionales.

## Convocatoria Salón de Arte BBVA Nuevos

### Nombres

Desde el año de 1993 desarrollamos este certamen, considerado uno de los grandes escenarios del arte joven del país, que en los últimos años ha afrontado una serie de cambios destinados a su consolidación en la vanguardia de la plástica nacional. Para su nueva versión lanzó la convocatoria en unión con el Banco de la República, uno de los grandes patrocinadores del arte colombiano, especialmente ligado al tema de Nuevos Nombres, una línea de trabajo que ya traía el banco central y muy acorde con el perfil de nuestro salón.

En esta ocasión, el Salón de Arte BBVA Nuevos Nombres, que llevaremos a seis ciudades del país, logró reunir en su convocatoria a más de 470 artistas colombianos y del exterior, que presentaron sus portafolios para la consideración del curador, que



exhibirá los trabajos seleccionados en Bogotá y posteriormente en Cali, Medellín, Cartagena, Pereira y Bucaramanga.

## Remodelación del Teatro Santander de Bucaramanga

Con la presencia de nuestro presidente, Óscar Cabrera Izquierdo, la junta directiva de la fundación Teatro Santander recibió un aporte de 100 millones de pesos destinados a la remodelación de este teatro, considerado un icono de la cultura santandereana, y en general del oriente del país, y en cuyos diseños y realización participará el padre del escritor Alejo Carpentier.

## Festival de Cine Infantil Cinecita

Realizado en Santa Marta a mediados de septiembre, el Festival de Cine Infantil Cinecita, al que nos vinculamos mediante un importante patrocinio, este encuentro de realizadores y productores de cine para niños tuvo entre sus invitados a la presentadora del canal Disney, Carla Medina, quien gracias a BBVA compartió manteles con un grupo de niños hijos de nuestros clientes en esa ciudad, además de patrocinar una de las plazas en donde se realizaron proyecciones nocturnas gratuitas.

## Deporte

### Escuelas sociales de fútbol del Real

#### Madrid en Colombia

Veinte niños y jóvenes pertenecientes a las escuelas de fútbol del Real Madrid en Colombia, con nuestro apoyo viajaron a Madrid, España, en donde compartieron durante siete días con las figuras del equipo Real Madrid y realizaron una serie de actividades deportivas, culturales y sociales. El periplo por el país ibérico, que incluyó visitas a centros históricos de Madrid y Ávila, tuvo también actividades deportivas como entrenamientos y partidos amistosos contra otras escuelas del Real Madrid que funcionan en España. Hay que destacar que el grupo asistió a un partido entre "Los Galácticos" y el Atlético de Bilbao, que se disputó en el mítico estadio Santiago Bernabéu, en donde los chicos compartieron un palco especial con directivos del Grupo BBVA y otras personalidades españolas.

#### Carrera de la Mujer

Por segunda ocasión nos vinculamos como patrocinadores

a la Carrera de la Mujer, en la que participaron más de 16.000 mujeres, como parte de nuestro compromiso de apoyo a la lucha contra el cáncer y en favor de la puesta en marcha de prácticas preventivas. En este evento, cerca de 180 mujeres, empleadas de las diferentes oficinas de BBVA en Bogotá, se hicieron presentes en las tres categorías de la VI Carrera de la Mujer, celebrada en los alrededores del Parque Simón Bolívar, y que incluyó desde la juvenil e infantil, hasta la categoría élite, pasando por una que incluía a madres con bebés o hijos.

#### Carrera Unicef 10k "Corre por la niñez"

En el marco de la alianza que desde 2008 mantenemos con Unicef, nos vinculamos por segunda ocasión como patrocinadores de la Carrera Unicef 10k "Corre por la niñez", que contó con la presencia de las más célebres personalidades del mundo del espectáculo y de la vida social, cultural y deportiva del país, y en la que se inscribieron más de 5.000 personas.

#### Escuela de formadores BBVA

BBVA y la fundación World Coach Colombia presentaron el programa "Escuela de Formadores", que busca capacitar a los directores técnicos de las escuelas de fútbol infantil en diferentes localidades del país, y entre cuyos objetivos figura el de facilitar a "los profes" diferentes herramientas pedagógicas, metodológicas e intelectuales para la atención de los menores que se capacitan con ellos.

Nuestra vinculación en este proyecto se refiere al suministro de los implementos deportivos para los niños y sus directores técnicos. En esta iniciativa nos acompaña nuestro embajador Óscar Córdoba, recordado por su gran pasión futbolera y su responsabilidad de convivencia en los equipos en los que militó.

## Apoyos sociales

- Institución Educativa El Pantano, Santa Marta. La gerente territorial de BBVA, Lilo Castillo, y el alcalde de Santa Marta, Juan Carlos Díaz Granados, encabezaron la entrega de una donación de 20 millones de pesos y de 150 kits escolares a la Institución Educativa El Pantano, afectada por las inundaciones que la ola invernal dejó en la capital samaria.
- Centro de Aprendizaje y Nivelación Escolar, CANE, Cota/Cundinamarca. Nos unimos a esta institución que ayuda a niños con problemas cognitivos, entregando una donación de 14 millones de pesos destinados al taller de

alimentos, con los cuales fue posible comprar diversos equipos que han permitido consolidar la formación técnica en preparación e industria de alimentos.

- Donación de escultura de Édgar Negret. Entregamos al gobernador del Cauca, Guillermo Alberto González, "La Torre Sin Fin", una escultura del maestro payanés Édgar Negret elaborada en el año 1967, encargada al artista luego de su regreso al país y de haber recibido el Premio en la Bienal de São Paulo.
- Cruz Roja Colombiana. Entrega de una donación de 20 millones de pesos con destino a los damnificados por el terremoto de Haití.
- Fundación Solidaridad por Colombia. Vinculación a la Caminata Solidaridad por Colombia, con un aporte de 15 millones de pesos.
- Alcaldía de Bello, Antioquia. Apertura de una cuenta para recaudos de donaciones por 20 millones de pesos, con destino a los damnificados del barrio La Gabriela de ese municipio antioqueño.

## Voluntariado BBVA Colombia

El programa Voluntarios de BBVA Colombia, que en el marco del Plan de Responsabilidad Corporativa complementa desde el interior de la organización las acciones e iniciativas que adelantamos en todo el país, es el mejor escenario para que empleados y directivos de BBVA apoyemos con nuestras capacidades y conocimientos la construcción de un futuro mejor para quienes tienen mayores necesidades.

En este sentido, el programa Voluntarios de BBVA Colombia, durante 2010 llevó a cabo varias acciones de apoyo y de trabajo en diferentes sectores de la capital del país y del departamento.

En noviembre pasado, un grupo de nuestros funcionarios del área de Tesorería y sus familias organizaron una fiesta con motivo del Halloween, a un grupo de niños de un hogar del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar del barrio San Antonio Granados, en la Localidad de Suba.

Desde muy temprano el vicepresidente del área y un grupo de sus colaboradores llegó al sitio y comenzó el montaje de todas las actividades, que incluyeron desde baile, fiestas de disfraces y comida, hasta la entrega de regalos, celebración de cumpleaños y donación de morrales con material educativo, en una agenda de



más de 8 horas de actividades, que terminó bien entrada la tarde.

Como parte de la estructuración del grupo y en procura de promocionar su funcionamiento y permanencia, en el marco de los III Juegos Deportivos BBVA que se llevaron a cabo en Melgar, Tolima, se adelantó una jornada de inscripción y firma de compromiso de entrega de nuevos aportes voluntarios por parte de más de 140 empleados, que accedieron a que se les descuente de la nómina una cuota mensual. Al cierre de 2010 tenemos más de 500 voluntarios y un recaudo superior a 60 millones de pesos.

# Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio

“La erradicación de la pobreza extrema sigue siendo uno de los principales desafíos de nuestro tiempo y es una de las principales preocupaciones de la comunidad internacional. Para poner fin a este flagelo se necesitarán los esfuerzos combinados de todos, los gobiernos, las organizaciones de la sociedad civil y el sector privado, en el contexto de una alianza mundial para el desarrollo más fuerte y más eficaz”.

*Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-moon*

El Pacto Mundial es un acuerdo nacido en el seno de la ONU que busca aprovechar la fuerza de la acción colectiva para fomentar la responsabilidad cívica de las empresas, de modo que puedan contribuir a la solución de los retos que plantea la globalización.

El fin de este pacto es que todos los pueblos del mundo compartan los beneficios de la mundialización e inyectar en el mercado mundial los valores y prácticas fundamentales para resolver las necesidades socioeconómicas.

De esta forma, el sector privado –en colaboración con otras entidades de la sociedad– puede ayudar a hacer realidad la visión del secretario general: una economía mundial más sostenible e inclusiva.

Hoy participan en el Pacto Mundial empresas de todas las regiones del mundo, organizaciones internacionales de trabajadores y organizaciones de la sociedad civil.

El Grupo BBVA firmó en 2002 una adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Adicionalmente, desde 2004 se adhirieron al pacto cuatro bancos del Grupo: BBVA Banco Francés, BBVA Bancomer, BBVA Colombia y BBVA Banco Continental. Así mismo, BBVA es miembro del comité ejecutivo de la Red Pacto Mundial España desde su constitución en 2004.

A partir de su adhesión, BBVA elabora anualmente un Informe de progreso, disponible en el sitio web

[www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org), que recoge información detallada sobre políticas y acciones específicas implantadas para su cumplimiento.

En 2008, con motivo del 60º aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, BBVA emprendió dos acciones de importancia: la firma de una declaración de conmemoración de este aniversario por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y el lanzamiento de un curso sobre derechos humanos para los empleados del Grupo, con una carta personalizada para cada empleado por parte del presidente del Grupo, animando a su realización.

Mediante esta adhesión, firmada por el presidente del Grupo, BBVA aparece en la lista de las cerca de 250 entidades comprometidas con los derechos humanos que se publica en la web de las Naciones Unidas.

## BBVA y los Objetivos del Milenio

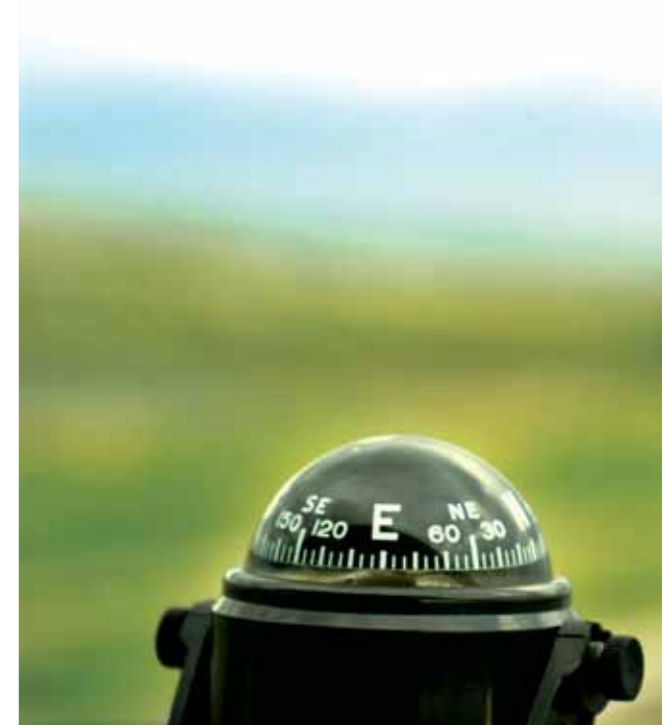
En los Objetivos de Desarrollo del Milenio se fijaron metas con plazos determinados, mediante los cuales se pueden medir los progresos en la reducción de la pobreza económica, el hambre, la enfermedad, la falta de vivienda adecuada y la exclusión, al paso que se promueven la igualdad entre los sexos, la salud, la educación y la sostenibilidad ambiental.

Dichos objetivos también encarnan derechos humanos básicos –los derechos de cada una de las personas existentes en el planeta a la salud, la educación, la vivienda y la seguridad.

Los ocho Objetivos del Milenio (ODM), promovidos por las Naciones Unidas, nacen de un acuerdo internacional que fija el año 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras significativas en la reducción de la pobreza y las desigualdades que afectan a millones de personas en el mundo.

En este sentido, BBVA se siente plenamente comprometido con este reto por medio de actividades del negocio y campañas de difusión, sensibilización y promoción de los ODM.

En cuanto a campañas, cabe destacar que BBVA forma parte desde su creación del Foro de Reputación Corporativa ([www.reputacioncorporativa.org](http://www.reputacioncorporativa.org)), dedicado a difundir las acciones llevadas a cabo en pro de alcanzar los ODM por medio de la iniciativa “2015, un mundo mejor para Joana” ([www.2015unmundomejorparaJoana.com](http://www.2015unmundomejorparaJoana.com)).



Objetivos del Milenio	Iniciativa principal de BBVA
1, Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Fundación BBVA para las Microfinanzas BBVA Codespa Microfinanzas - fondo de inversión de microfinanzas para América latina.
2, lograr la enseñanza primaria universal	Plan de Acción Social BBVA para América latina
3, Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer	Acuerdo de Igualdad y Conciliación vida familiar y laboral Fundación BBVA para las Microfinanzas
4, Reducir la mortalidad infantil	(No existen iniciativas específicas)
5, Mejorar la salud materna	(No existen iniciativas específicas)
6, Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades	Proyecto de investigación de control de la malaria monitoreado por la organización Mundial de la Salud
7, Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	Gestión del impacto ambiental indirecto a través de los principios de Ecuador. Desarrollo de productos y servicios con criterios medioambientales
8, Fomentar una asociación mundial para el desarrollo	Iniciativa del FRC de difusión de los objetivos del Milenio

## Informe de Revisión Independiente

Informe de Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2010 del BBVA Colombia

### Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC) del año 2010 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3) y el Suplemento para el Sector Financiero, así como los indicadores centrales propuestos en dicha guía. Por lo anterior, nuestra revisión no incluyó ninguna verificación de los datos de ejercicios anteriores que se haya incluido para efectos comparativos.

### Estándares y procesos de verificación

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

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas unidades del BBVA Colombia que han participado en la elaboración del IARC y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del BBVA Colombia para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IARC 2010.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en la Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales y los indicadores del Suplemento para el Sector Financiero incluidos en el IARC corresponden a los recomendados por dicho estándar.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra de información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IARC 2010 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de BBVA Colombia.

### Conclusiones

En la tabla de indicadores GRI se detallan los indicadores revisados y el alcance de la revisión. Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IARC 2010 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3) y el Suplemento para el Sector Financiero del GRI.

De acuerdo con nuestra revisión de indicadores y contenidos consideramos que el reporte cumple con los requisitos del nivel de calificación A+ según los estándares GRI.

### Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado al Departamento de Comunicación e Imagen del BBVA Colombia nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas relacionados a la gestión de la Responsabilidad Corporativa. Las recomendaciones más relevantes se refieren a:

- Desarrollar fichas de reporte que permitan consolidar y hacer seguimiento oportuno a la información suministrada por las empresas del BBVA en Colombia para la elaboración del IARC.
- Continuar avanzando en fortalecer el proceso de reporte de los Indicadores del Suplemento del Sector Financiero del GRI, los cuales reflejan las mejores prácticas del sector en términos de sostenibilidad.

Deloitte & Touche Ltda.  
Edificio Corficolombian  
Calle 16 Sur 43 A-49 Piso 9 y 10  
AA 404  
Nit 860.005.813-4  
Medellin Colombia  
Tel : 57(4) 313 88 99  
www.deloitte.com.co

### Responsabilidades de la Dirección de BBVA y de Deloitte

- La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2010, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Dirección de Comunicación e Imagen de BBVA, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de BBVA de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de BBVA.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.

Jorge Enrique Múnera D.  
Socio



Bogotá, marzo de 2011

Una firma miembro de  
Deloitte Touche Tohmatsu

# Criterios del Informe

En BBVA estamos comprometidos con el desarrollo de las sociedades donde actuamos; así, hemos hecho de la educación el eje de nuestra política de Responsabilidad Corporativa.

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

Desde 2007, BBVA elabora anualmente el informe de responsabilidad corporativa. La información del presente informe corresponde al Banco BBVA, tal y como se define en el Informe Anual para 2010, incluidos datos comparativos referentes a 2009 y 2010, con indicación del perímetro de los mismos. Para facilitar la comparabilidad de la información, si dichos datos han sufrido alguna modificación con respecto a los facilitados el año anterior, se debe a una mejora en los métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas o en los criterios utilizados.

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

En esta línea se ha realizado un análisis específico con la información pública y la disponible en BBVA para valorar la validez y relevancia de estos asuntos en el contexto actual. El presente informe se completa con el Informe Financiero 2010 y otros datos disponibles en la página web (www.bbva.com.co).

## Referencias básicas y estándares internacionales

Este informe se ha preparado siguiendo las mejores prácticas y los estándares internacionales más reconocidos. Por un lado, se han seguido los principios y requisitos de Global Reporting Initiative (GRI G3), reportando tanto los indicadores centrales como los del sector financiero.

Así mismo, se informa sobre actuaciones relativas a los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas y se da respuesta al Informe de Progreso 2009, en relación con el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, siguiendo la guía de GRI y Global Compact, Making the connections.

## Rigor y verificación

BBVA Colombia dispone de diversos instrumentos para garantizar la calidad y veracidad de la información proporcionada en este informe. En el proceso se involucran diversas áreas que proporcionan información y que, además, están sometidas a los procesos de supervisión, verificación y auditoría habituales en el banco. En segundo lugar, la información sobre responsabilidad corporativa se reporta al Grupo a través del sistema de gestión de información, que asegura la calidad y el alcance de la información. La responsabilidad de la recopilación de la información recae en el departamento de Comunicación e Imagen del banco.

## Indicadores GRI

PERFIL PAGINA			
1	Estrategia y Análisis	Pág	
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	4	
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	19, 25 - 26	
2	Perfil de la organización	Pág	
2.1	Nombre de la organización	2	
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	6 - 7	
2.3	Estructura operativa de la organización.	10	
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	CCP	
2.5	Número de países en los que opera la organización		BBVA opera actualmente en 32 países
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	6 - 7	
2.7	Mercados servidos.	6 - 7	
2.8	Dimensiones de la organización informante.	6 - 7	
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	6 - 7	
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.		<b>Banco del Año</b> Revista The Banker <b>Mejor Banco Sostenible</b> Revista Latin Finance.

3	Parámetros de la memoria	Pág	
PERFIL DE LA MEMORIA			
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	2	Cubre el periodo Enero 2010 a Diciembre 2010
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	77 - 78	
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	77 - 78	
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	CCP	
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA			
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	23 - 24 - 25	
3.6	Cobertura de la memoria.	6 - 7	El informe que se presenta corresponde a las empresas de BBVA en Colombia. En los indicadores se indica el alcance de la información
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	77 - 78	El informe que se presenta corresponde a las empresas de BBVA en Colombia. En los indicadores se indica el alcance de la información
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	6 - 7	Para el informe se siguieron los lineamientos definidos por el Banco BBVA en España.
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	77 - 78	
3.10	Descripción del efecto que pueda tener volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	77 - 78	
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	77 - 78	
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI			
3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	78 - 86	
VERIFICACIÓN			
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	76	
4 Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés			
GOBIERNO			
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	17 - IA	
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	IGC	El presidente del Banco BBVA en Colombia no es el presidente de la Junta Directiva.
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	IGC	



4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	IGC	
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	IGC	
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	IGC	
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	IGC	
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	12 -20,21-63	
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	IGC	
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	15 - 17	
<b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>			
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	19	
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	67 - 73	
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	21	
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	23 - 24	
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	24 - 26	
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	24	
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	25	
<b>Dimensión Económica</b>		<b>Pág</b>	
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			
<b>Desempeño económico</b>			
EC1.	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	22	
EC2.	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	47-48, 63-66	

EC3.	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.		En Colombia el BBVA no ofrece un plan de jubilación a sus empleados. Cumple con los aportes legales destinados para las pensiones de sus empleados.
EC4.	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.		No se identificaron ayudas financieras recibidas del Gobierno
<b>PRESENCIA EN EL MERCADO</b>			
EC6.	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas .	61 - 62	
EC7.	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas .		54% miembros del Comité de Dirección con nacionalidad colombiana. 92% miembros Equipo Directivo con nacionalidad colombiana.
<b>Impacto económico indirecto</b>			
EC8.	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	63 - 67	
<b>Dimensión Ambiental (a) Páginas Alcance de verificación</b>		<b>Pág</b>	
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			
<b>Materiales</b>			
EN1.	Materiales utilizados en peso o en volumen.	64	
EN2.	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.		El 100% de papel que utiliza las empresas de BBVA en Colombia es respetuoso con el medio ambiente
<b>Energía</b>			
EN3.	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	64	
<b>Biodiversidad</b>			
EN11.	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.		No material: Oficinas en zonas urbanas
EN12.	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.		No material: Oficinas en zonas urbanas
<b>Emisiones, vertidos y residuos</b>			
EN16.	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	64	
EN17.	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	64	
EN19.	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.		No material: En las oficinas del BBVA no hay equipos que emitan CFCs.
EN20.	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.		No material: NOx y SOx solo se genera cuando el personal del BBVA viaja.
EN21.	Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino		No material: Oficinas en zonas urbanas
EN22.	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	64	
EN23.	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos		No material: Oficinas en zonas urbanas

	<b>Productos</b> y servicios		
EN26.	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	66	
EN27.	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.		No material: El BBVA no es responsable del empaque de los productos.
<b>Cumplimiento normativo</b>			
EN28.	Costes de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		No existen sanciones por parte de las autoridades competentes.
	Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo	Pág	
	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN		
<b>Empleo</b>			
LA1.	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	50 - 51	
LA2.	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.		256 Numero de retiros de empleados de BBVA en Colombia durante 2010
<b>Relaciones Empresa/Trabajadores</b>			
LA4.	Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	59	
LA5.	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.		No se tiene definido un periodo mínimo de preaviso relativo a cambios en la organización. Ante cambios relevantes de la organización se cuenta con mecanismos para comunicar dichos cambios a los empleados.
<b>Salud y Seguridad en el trabajo</b>			
LA7.	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	57 - 58	
LA8.	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	57	
<b>Formación y Educación</b>			
LA10.	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	55	
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>			
LA13.	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	49 - 51	
LA14.	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	51	
	Dimensión Social: Derechos Humanos	Pág	
	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN		
<b>Prácticas de inversión y aprovisionamientos</b>			
HR1.	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	31 - 32	
HR2.	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	61	

<b>No discriminación</b>			
HR4.	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.		No hay sanciones relacionadas con incidentes de discriminación. Se valida con los mecanismos de canales de denuncia (Actitud Responsable)
<b>Libertad de Asociación y convenios colectivos</b>			
HR5.	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.		BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas , la normativa básica de la Organización Internacional del Trabajo y las líneas directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales. La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, por ello es improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o grandes riesgos sobre la libertad de asociación.
<b>Explotación Infantil</b>			
HR6.	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.		BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas , la normativa básica de la Organización Internacional del Trabajo y las líneas directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales. La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, por ello es improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o grandes riesgos sobre la libertad de asociación.
<b>Trabajos Forzados</b>			
HR7.	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.		BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas , la normativa básica de la Organización Internacional del Trabajo y las líneas directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales. La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, por ello es improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o grandes riesgos sobre la libertad de asociación.

Dimensión Social: Sociedad (d) Páginas Alcance de verificación		Pág	
<b>Comunidad</b>			
SO1.	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa .	67 - 73	
<b>Corrupción</b>			
SO2.	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.		132 sucursales de Banco y Unidad Previsional fueron visitadas con el propósito de verificar variables de seguridad física y electrónica, tomar los correctivos necesarios y actualizar el Mapa de Riesgos.
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			
SO3.	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	34	
SO4.	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.		Se cuenta con un Comité disciplinario que toma las decisiones de sanciones en caso de presentarse incidentes de corrupción
<b>Política Pública</b>			
SO5.	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".		De acuerdo a la ley 1328 de 2009 se esta implementando el manual de procedimiento del SAC (Sistema de atención del consumidor financiero), el Banco se encuentra implementándolo y se consideran temas como: Educación financiera y Lenguaje claro. El BBVA se ajusta a las nuevas disposiciones legales y las adapta a su negocio.
<b>Cumplimiento normativo</b>			
SO8.	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.		No hay sanciones en 2010.
Dimensión Social: Responsabilidad de producto (e) Páginas Alcance de verificación		Pág	
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			
<b>Salud Y Seguridad Del Cliente</b>			
PR1.	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	40 - 41	
<b>Etiquetado De Productos Y Servicios</b>			
PR3.	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.		El Banco en su pagina Web actualiza mensualmente los costos de sus productos financieros, para claridad de sus clientes al momento de tomar la decisión de tener un producto del Banco. En 2011 se implementará un nuevo manual de nueva imagen corporativo, donde se incorporaran iniciativas para fortalecer el lenguaje claro y sencillo.

PR5.	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	36	
<b>Comunicaciones De Marketing</b>			
PR6.	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.		Hay dos lineamientos: 1) El área jurídica verifica que las comunicaciones se ajusten a la Ley. 2) Para el caso de publicidad para temas hipotecarios, existe una supervisión previa de la Superintendencia Financiera
<b>Cumplimiento normativo</b>			
PR9.	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.		No hay sanciones en 2010.
<b>INDICADORES DEL SECTOR FINANCIEROINDICARO</b>			
Impacto de productos y servicios		Pág	
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			
FS1.	Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	32 - 34	En BBVA existe una Política específica para la financiación del sector defensa. En BBVA existe una Política específica para la Prevención del Blanqueo de Capitales / SARLAFT. Política para la evaluación de nuevos proyectos utilizando el manual de riesgo medioambiental y social.
FS2.	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	31 - 32	
FS3.	Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	31 - 32	
FS4.	Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio.		Durante 2010 dos funcionarios de BBVA tomaron el Curso Ecobanking
FS5.	Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.	23 - 26	
<b>Cartera del Producto</b>			
FS6.	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, pyme, microempresa) y sector.	9	
FS7.	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	28 - 29	
FS8.	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	46 - 47, 65 - 66	
<b>Auditoria</b>			
FS9.	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.		La organización evaluará implementar sistemas de auditoría para la evaluación de sus políticas de gestión de riesgos sociales y ambientales una vez su Manual de Riesgo medioambiental y social se consolide en la organización.

<b>Gestión Activa De La Propiedad</b>			
FS10.	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	32 - 33	
FS11.	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	30 - 31	
FS12.	Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.		Por el momento BBVA Colombia no tiene políticas formales de voto relativas a asuntos sociales o ambientales, más allá de tener presentes los principios corporativos y compromisos asumidos de actuación en esta materia.
<b>Comunidad</b>			
FS13.	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	6 - 7	
FS14.	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	27	
<b>Salud Y Seguridad Del Cliente</b>			
FS15.	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	13, 15, 16, 33	
<b>Comunicaciones De Marketing</b>			
FS16.	Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario.	16 - 17	

### Leyenda

CCP..... Contraportada Posterior  
 IGC..... Informe Gobierno Corporativo  
 IA ..... Informe Anual

## Líneas de Trabajo

### ASUNTOS RELEVANTES

Política de Responsabilidad Corporativa

Participación de los grupos de interés

Inclusión Financiera

### LÍNEAS DE TRABAJO

Avanzar en la integración de la política de RRC en la estrategia general del Banco

Presentación del informe anual de RC

Educación Financiera

Medición a grupos de interés

Comunicación permanente a los grupos de interés

Desarrollo de nuevos canales efectivos de comunicación con cada grupo de interés

Mantener la red de Corresponsales No Bancarios

Facilitar la inclusión financiera a colectivos desfavorecidos

### OBJETIVOS 2011

Realizar el comité de RRC

Integrar y consolidar la información de RC en el departamento de Comunicación e imagen

Participar a todas las áreas del Banco en el desarrollo progresivo de la RC

Verificar el informe anual de RRC

Lanzamiento del programa de educación Financiera de BBVA Colombia

Aplicar estudios de medición que permitan conocer la percepción de los grupos de interés

Ampliar el perímetro de consulta

Acciones de comunicación para informar a los clientes sobre la política de RC

Ampliación de los canales de distribución

Desarrollo de modelos de negocio que favorezcan el acceso a servicios financieros a colectivos desfavorecidos

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2011
<b>BANCA RESPONSABLE</b>		
Finanzas Responsables	Inversión Socialmente Responsable	Ampliar el marco de evaluación de los Principio de Inversión Responsable - Proyecto Piloto BBVA Horizonte
	Manual de Gestión del Riesgo Medioambiental y Social	Integrar la identificación, evaluación, gestión y mitigación del riesgo medioambiental y social en los circuitos de decisión en materia de financiaciones y garantías. Proyecto Piloto Banco BBVA
Orientación al cliente	Mejorar y desarrollar nuevos canales de accesibilidad a servicios financieros a todos los colectivos	Impulsar los canales no presenciales y mejorar la accesibilidad a los clientes
	Trabajo puntual sobre el mejoramiento de satisfacción de nuestros clientes	Mejorar los niveles y tiempos de respuesta en las reclamaciones
Productos y servicios responsables	Mantener productos con carácter ambiental	Incentivar el crédito ecológico - Líneas Ambientales
	Desarrollo de productos y servicios para sectores desfavorecidos	Ofrecer productos financieros acorde a las necesidades específicas de sectores vulnerables
Recursos Humanos	Impulsar nuevas iniciativas para la conciliación de la vida laboral y laboral	Desarrollar nuevas iniciativas del Plan de Calidad de Vida
Compras Responsables	Actualizar el cuestionario de homologación basado en los principios del Pacto Mundial	Aplicación de la encuesta de satisfacción a proveedores
	Desarrollar nuevas iniciativas de proyectos sociales con proveedores	Continuar con la difusión de Pacto Mundial entre los proveedores
Medio Ambiente	Reducir los impactos ambientales directos	Aumentar el alcance del número de empleados siguiendo los objetivos del Plan Global de Ecoeficiencia
	Iniciativas Ambientales	Desarrollo de acciones orientadas a la conservación del medio ambiente
	Plan Global de Ecoeficiencia	Avanzar en los objetivos del Plan Global de Ecoeficiencia

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2011
Compromiso con la sociedad	Mejorar la cobertura del plan de acción social	Aplicación de la encuesta de satisfacción a familias beneficiadas
	Desarrollar el Plan de Voluntariado	Desarrollo de actividades para la vinculación de empleados al Plan de Voluntariado
	Educación Financiera	Lanzamiento del Programa de Educación Financiera
	Desarrollo de acciones orientadas a la conservación del medio ambiente	Desarrollo de campañas puntuales para el mejoramiento de los indicadores ambientales

# BBVA

## Departamento de Comunicación e Imagen BBVA Colombia:

Cra. 9 No. 72-21 • Bogotá D.C. • Colombia  
Tel: (57 1) 347 1600 Ext. 2020 / 2078  
mauricio.floresmarin@bbva.com.co • liliana.corrales@bbva.com.co

### Diseño:

BBVA  
www.bbva.com.co

### Diagramación y Armada Electrónica

Alvaro Molina P. / Marketing Group D+C Ltda.

### Fotografía Portada

Rosa Amalia Rodríguez BBVA Colombia

### Fotografía

Banco de Imágenes BBVA / Gustavo Villegas

### Impresión

Editora Géminis Ltda.

**BBVA**

**adelante.**