

BBVA Continental

Informe Anual 2010

Responsabilidad Corporativa



Índice

- 6** Perfil
- 8** Carta del Presidente
- 10** Principios y Política de RC
- 18** Grupos de Interés
- 24** Inclusión Financiera
- 28** Banca Responsable
- 52** Compromiso con la Sociedad
- 58** Progresos 2010 y Objetivos 2011
- 64** Información Complementaria



IARC 2010

El presente documento es el sexto informe de Responsabilidad Corporativa de BBVA Continental y contiene información relativa al desempeño del Banco, y en algunos puntos del Grupo, en esta materia durante el 2010.

Como en años anteriores (2007, 2008 y 2009), la información que en esta ocasión se reporta se ha plasmado siguiendo una estructura cuyo eje central son los asuntos considerados relevantes por nuestros grupos de interés.

En BBVA Continental creemos que este planteamiento permite centrar la discusión y afrontar con mayor claridad cuáles son nuestros principales compromisos y actuaciones.

Autodeclaramos nuestro reporte con el nivel de aplicación A+ de GRI-G3. Deloitte ha verificado nuestro reporte y confirma el nivel de aplicación de acuerdo al alcance expresado en el Informe de Revisión Independiente. La información completa se puede encontrar en www.bbvabancocontinental.com

Deloitte.

Datos relevantes BBVA Continental

En millones de nuevos soles al 31 de diciembre de 2010

| | 2010 | 2009 | VAR. | VAR. % |
|--|---------|---------|--------|----------------|
| Balance | | | | |
| Activo total | 37,785 | 30,047 | 7,737 | 25.8% |
| Colocaciones netas | 24,006 | 19,798 | 4,208 | 21.3% |
| Depósitos totales | 25,931 | 21,524 | 4,407 | 20.5% |
| Patrimonio neto | 3,384 | 2,888 | 496 | 17.2% |
| Estado de ganancias y pérdidas | | | | |
| Margen financiero bruto | 2,082 | 2,062 | 20 | 1.0% |
| Margen financiero neto | 1,800 | 1,737 | 67 | 3.9% |
| Ingresos por servicios financieros | 527 | 469 | 57 | 12.2% |
| Gastos de personal y generales | 785 | 736 | 49 | 6.7% |
| Utilidad antes de impuestos | 1,405 | 1,346 | 59 | 4.4% |
| Utilidad neta | 1,007 | 928 | 80 | 8.6% |
| Calidad de cartera | | | | |
| Cartera atrasada / Colocaciones brutas | 1.04% | 1.04% | 0 | puntos básicos |
| Provisiones / Cartera atrasada | 396.54% | 401.19% | -2,184 | puntos básicos |
| Provisiones / Cartera pesada* | 182.04% | 174.40% | -25 | puntos básicos |
| Liquidez | | | | |
| Fondos disponibles / Depósitos y obligaciones | 38.56% | 22.55% | 1,601 | puntos básicos |
| Colocaciones netas / Depósitos y obligaciones | 92.58% | 91.98% | 60 | puntos básicos |
| Productividad | | | | |
| Total activo / Número de personal (en millones S/) | 8.09 | 6.91 | | 17.6% |
| Ratios de capital | | | | |
| Riesgo global** | 14.65% | 13.31% | 134 | puntos básicos |
| Índices de rentabilidad y eficiencia | | | | |
| ROE (Utilidad neta / Patrimonio medio) | 33.70% | 36.54% | -284 | puntos básicos |
| ROA (Utilidad neta / Activo medio) | 2.95% | 2.95% | 0 | puntos básicos |
| Gastos de operación / Margen financiero | 33.28% | 31.45% | 90 | puntos básicos |
| Cuota de mercado*** | | | | |
| Depósitos totales | 21.42% | 20.58% | 120 | puntos básicos |
| Colocaciones directas | 23.12% | 22.73% | 2 | puntos básicos |
| Otros datos | | | | |
| Plantilla estructural | 4,641 | 4,327 | 334 | 8.1% |
| Total red comercial | | | | |
| Oficinas Banca Comercial | 246 | 243 | 3 | 1.2% |
| Oficinas Banca Empresas y Corporativa | 17 | 17 | — | 0.0% |
| Oficinas Clientes Globales y Banca de Inversión | 1 | 1 | — | 0.0% |
| Oficina Banca Institucional | 1 | 1 | — | 0.0% |
| Oficina Banca Patrimonial | 1 | 1 | — | 0.0% |
| Cajeros automáticos | 796 | 639 | 130 | 20.3% |

*Cartera pesada: Cartera clasificada como Deficiente, Dudoso y Pérdida.

**Incluye riesgo de crédito, riesgo de mercado y riesgo operacional.

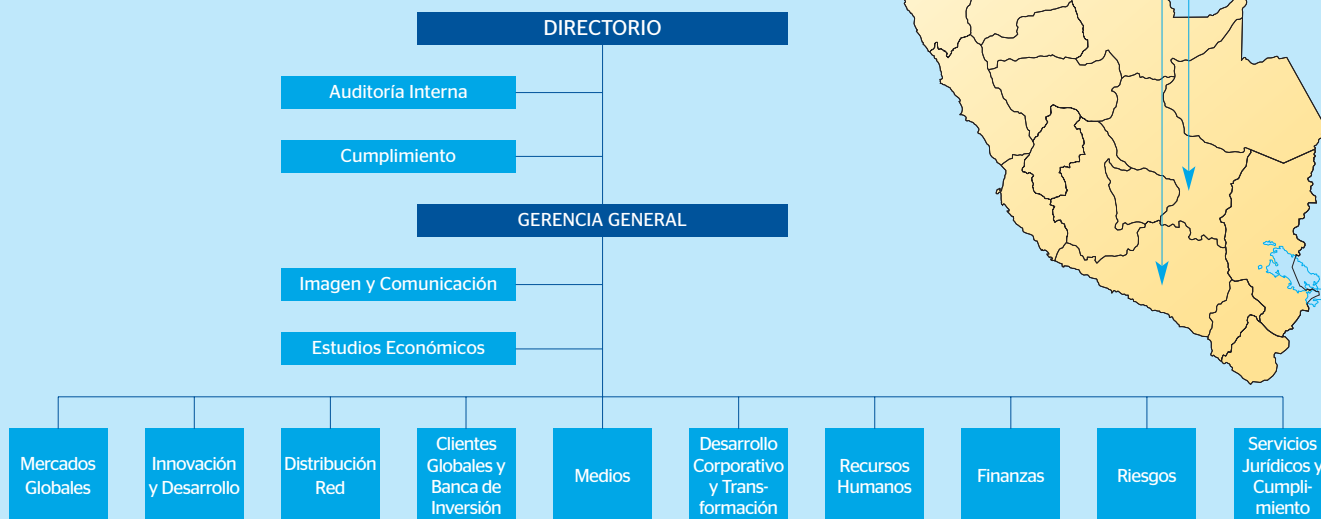
***Incluye sucursales del exterior.

Presencia de la Fundación en provincias

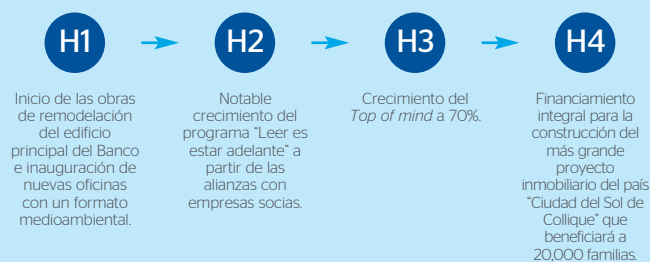
| | |
|--|-------------|
| Museo de Arte Precolombino | Cusco |
| Casa Tristán del Pozo – Sala de Exposiciones | Arequipa |
| Sala de Exposiciones Temporales | Cajamarca |
| Casa de la Emancipación – Centro Cultural | La Libertad |



Organigrama y estructura del negocio



Principales hitos del Banco en el 2010



Total de oficinas - Lima

| | Comerciales | Especiales |
|------------------------|-------------|------------|
| Oficina San Isidro | 1 | 0 |
| G.T. Callao-Lima Norte | 30 | 7 |
| G.T. Lima Sur Este | 27 | 3 |
| G.T. Lima Centro | 26 | 5 |
| G.T. Lima Residencial | 28 | 3 |
| G.T. Lince | 20 | 0 |
| G.T. Miraflores | 22 | 1 |
| Total | 154 | 19 |

Cuotas de negocio

En millones de nuevos soles

| | 2010 | 2009 |
|--------------------------------|--------|--------|
| Colocaciones Netas | 24,006 | 19,798 |
| Depósitos y Otras Obligaciones | 25,931 | 21,524 |

Total de oficinas - Provincias

| | Comerciales | Especiales |
|---------------------|-------------|------------|
| G.T. Norte | 26 | 1 |
| G.T. Centro Oriente | 20 | 2 |
| G.T. Sur | 22 | 2 |
| Total | 68 | 5 |

Beneficios después de impuestos de Banco por áreas de negocio

En millones de nuevos soles

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|---|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Banca Minorista | 400 | 328 | 332 |
| Clientes Globales & Banca de Inversión | 96 | 110 | 65 |
| Banca Empresas y Corporativa | 328 | 297 | 225 |
| Mercados Globales y Resto | 183 | 192 | 103 |
| Total Banco | 1,007 | 927 | 724 |
| El beneficio atribuible al Grupo BBVA es: | 92,24% Holding en BC | 92,08% Holding en BC | 50,00% Participación |

Total de oficinas

| | Total |
|----------------------|------------|
| Oficinas Comerciales | 222 |
| Oficinas Especiales | 24 |
| Banca Empresas | 17 |
| Banca VIP | 1 |
| Banca Institucional | 1 |
| Banca Corporativa | 1 |
| Total | 266 |

Carta del Presidente

Nuestra política de Responsabilidad y Reputación Corporativas se desarrolla a partir de un enfoque estratégico, en donde se integran las expectativas de los *stakeholders* y las políticas y objetivos del Banco.

El crecimiento que está registrando el Perú en los últimos años, confirmado con las notables cifras obtenidas en el 2010, abre espacio para una necesaria reflexión: ¿qué tipo de desarrollo queremos para el país? Hay muchos enfoques que se pueden plantear, pero en ningún caso podemos dejar fuera un criterio esencial: la equidad.

Una sociedad que busca el progreso sostenible enfrenta el reto de ser equitativa con todos sus miembros. La equidad consiste en brindar igualdad de oportunidades para acceder a una vida mejor. En ese contexto, las empresas, particularmente las líderes, tienen la obligación de seguir creciendo con responsabilidad, informando de manera transparente sobre su actuación en todos los ámbitos en los que se desempeñan.

Como banco hemos asumido grandes retos que involucran todas y cada una de nuestras acciones con nuestros grupos de interés, práctica que venimos desarrollando desde hace más de cinco años y que se refleja en los capítulos que conforman nuestro sexto Informe de Responsabilidad Corporativa.

Cumplir con los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas es un compromiso y aplicación constante que volcamos en el presente documento, desarrollado a partir de los indicadores establecidos por Global Reporting Initiative (GRI) y cuyo cumplimiento se confirma en el dictamen emitido por la firma auditora independiente responsable de la verificación de este documento, procedimiento que se repite desde hace cuatro años.

Nuestra política de responsabilidad y reputación corporativas se desenvuelve a partir de un enfoque estratégico, en donde se integran las expectativas de los stakeholders y las políticas y objetivos del banco. Algunos ejemplos dentro de esta línea son los avances en nuestra propuesta de bancarización, meta permanente que impulsamos de manera sostenida.

En el plano de la acción social debemos resaltar el notable crecimiento logrado con



nuestro programa "Leer es estar adelante", habiéndose no solo incrementado el número de niños beneficiados gracias a la participación de empresas socias que se han sumado a este proyecto, sino también los resultados alentadores en las mediciones efectuadas luego del tercer año de aplicación (seis de cada diez niños comprenden lo que leen).

De igual forma mantenemos la constancia en el trabajo realizado a través de BBVA Fundación Continental en los campos de la educación, el arte y la cultura, labor que trasciende a varias ciudades del país y que beneficia a diferentes sectores de la población.

Para el logro de cada una de estas tareas, manifiestas en este documento, buscamos cumplir con la mayor rigurosidad y dentro de los estándares internacionales en materia de responsabilidad corporativa, la cual asumimos como parte de nuestra gestión diaria y en la que toda la familia de BBVA Continental se encuentra comprometida.

Pedro Brescia Cafferata



- 12 Misión y visión
- 13 Rentabilidad ajustada a principios
- 13 La responsabilidad corporativa en BBVA Continental
- 14 Sistema y función de cumplimiento
- 14 Sistema de gobierno corporativo
- 15 Gestión del riesgo
- 15 Estándares de conducta y otros compromisos

Principios y Política de RC

Principios y Política de Responsabilidad Corporativa

Misión y visión

BBVA Continental es una empresa que forma parte del Grupo BBVA, cuyas actividades se desarrollan en el rubro financiero, teniendo como compromiso principal **aportar las mejores soluciones a sus clientes, un crecimiento rentable a sus accionistas y progreso en las sociedades en las que está presente**. Estas líneas concentran la misión que sustenta la actuación de la organización.

Asimismo la visión del banco, en línea con la visión del Grupo BBVA, se define en una sola idea: **“Trabajamos por un futuro mejor para las personas”**.

A partir de ello el banco asume que su progreso va de la mano con el de la sociedad donde actúa y mantiene presencia, con especial énfasis en sus clientes, por lo que encamina todas y cada una de sus acciones hacia ese fin.

Los 7 principios corporativos de BBVA

1

Cliente

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

Un estilo de gestión como generador de entusiasmo.

5

Ética e integridad

Un comportamiento ético e integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar nuestra actividad.

6

Innovación

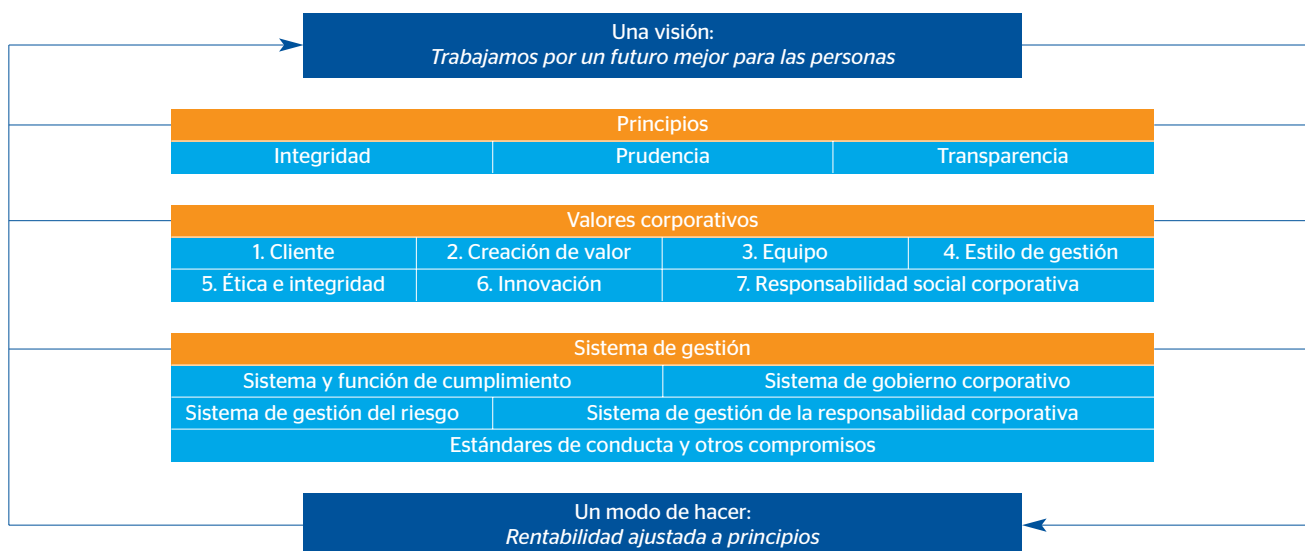
La innovación como palanca de progreso.

7

Responsabilidad social

La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo.

Estrategia basada en principios



Rentabilidad ajustada a principios

Los pilares en los que se sustenta la actuación del banco son los siete principios corporativos del grupo, que rigen el comportamiento responsable de la empresa en todos los niveles (integridad, prudencia y transparencia).

Para BBVA Continental, son las personas quienes conforman el centro del negocio y, sobre la base de ese convencimiento, se trabaja con proyección de desarrollo sostenible con todos los grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad en general), buscando que los beneficios se reflejen tanto en la mejora económica como en el progreso social y en el cuidado y protección del medio ambiente.

Es así que asumimos el modelo de negocio del grupo BBVA, basado no solo en la rentabilidad ajustada al riesgo sino también en la rentabilidad ajustada a principios.

La responsabilidad corporativa en BBVA Continental

Objetivos

La política de BBVA en materia de responsabilidad corporativa está encaminada a 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). Esta fórmula se aplica en todos los bancos que conforman el Grupo BBVA.

Los principales compromisos que el grupo busca cumplir a partir de la aplicación de su política de responsabilidad corporativa son los siguientes:

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

Foco estratégico de responsabilidad corporativa

Para el desarrollo y planeamiento de la responsabilidad corporativa en la institución es prioritario que todas las áreas que conforman el banco se encuentren involucradas. Por ello, el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas de Perú está conformado por los miembros del Comité de Dirección, encabezado por el director gerente general del banco.

Las directrices que este comité asume se basan en el plan estratégico desarrollado por el Comité de RRC de BBVA en España, que contempla dos focos fundamentales de actuación:

La inclusión financiera

En el caso de Perú, enfocar la atención en un segmento de la población que no tiene oportunidades de acercamiento a los servicios financieros, dentro de una sociedad que muestra importantes índices de crecimiento económico, se convierte en un reto, puesto que los resultados de atender a estos colectivos nos aseguran mayores oportunidades de acceso a servicios básicos, como educación, atención médica y mejoramiento de sus condiciones de vivienda. El banco realiza una serie de acciones que buscan la participación de un mayor número de personas a través de la implementación de servicios en lugares donde la entidad no tiene presencia física o con programas de corte social impulsados por el gobierno, principalmente en el terreno de oportunidades de vivienda.

La educación y la cultura financiera

BBVA valora la educación como un pilar fundamental en cualquier estrategia para la construcción de sociedades más igualitarias y equitativas, entendiendo que su difusión es garantía de progreso y prosperidad. En Perú la primera muestra de ello se dio en el 2007, con el lanzamiento del programa "Leer es estar adelante", cuyo objetivo es incrementar los niveles de comprensión lectora de los estudiantes del tercer al sexto grados de educación primaria, proyecto que ha logrado importantes resultados. Asimismo, desde el 2004 se ha venido desarrollando el programa "Aprendo BBVA", dirigido también a estudiantes de educación primaria, y que brinda conocimientos básicos acerca del sistema financiero. Ambos conceptos se enlazan para lograr un único propósito: inclusión financiera con conocimiento y uso prudente de los servicios financieros.

En esta misma línea el Grupo BBVA viene trabajando en conjunto el programa "Adelante con tu futuro" cuyo objetivo es brindar información del uso adecuado de los servicios que brinda el sistema financiero enfocado a un público adulto.

Sistema de gestión de la responsabilidad corporativa

BBVA Continental cuenta desde el 2008 con un Comité de Responsabilidad Corporativa, que se reúne para hacer seguimiento y evaluación de los temas más relevantes en esta materia. Estas reuniones son encabezadas por el director gerente general del banco y cuentan con la asistencia de los miembros del Comité de Dirección y del gerente de Imagen y Comunicación, responsable de la ejecución de acciones en materia de RRC.

Durante el 2010 hubo tres reuniones de este comité, la primera de ellas en julio, donde se trataron temas relacionados al proyecto de riesgo reputacional, al desarrollo de dos talleres de RRC y a los avances del programa de acción social "Leer es estar adelante".

La segunda y tercera reuniones se realizaron en septiembre y diciembre respectivamente, en el marco de los talleres de RRC, con la participación de los miembros del Comité de RRC, además de los voceros del Informe Anual, logrando una convocatoria de 40 personas por cada sesión. Se abordaron temas de análisis de la RRC y su aplicabilidad con miras a desarrollar proyectos que fomenten la bancarización, la transparencia en la información y la acción social.

Sistema y función de cumplimiento

BBVA Continental asume el compromiso de conducir todas sus actividades y negocios de acuerdo a los cánones éticos y al cumplimiento estricto de la ley. Es por ello que el Código de Conducta del Grupo BBVA se convierte en pieza fundamental para preservar la integridad corporativa, poniendo de manifiesto el compromiso de todos sus directivos y empleados.

El Código de Conducta del Grupo BBVA describe los principios sobre los cuales se basan los procedimientos para llevar a cabo los negocios de BBVA Continental y de sus empresas subsidiarias, así como pautas de actuación necesarias en sus relaciones con clientes, directivos, empleados, proveedores, e instituciones de control. Igualmente presenta mecanismos para identificar situaciones éticamente cuestionables que deban ser evaluadas y calificadas por un organismo creado para tal fin.

Como documento básico, este código resalta aspectos como:

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

La responsabilidad que le compete al banco respecto a la sociedad donde opera -comprometiéndose a que su actuación se realice en concordancia con el conjunto de valores, principios, criterios y actitudes dirigidas a lograr la creación sostenida de valor para sus stakeholders- es uno de los principios básicos del reglamento del directorio de BBVA Continental. Este directorio se reúne una vez al mes para efectuar la revisión de la agenda.

Para BBVA Continental el riesgo de Cumplimiento se define como

el riesgo normativo y/o reputacional asociado a las cuestiones de cumplimiento que pueden variar con la evolución del negocio o de la normativa, pero que a la fecha son las siguientes:

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

La función de Cumplimiento que se configura en el Estatuto de la Unidad de Cumplimiento (junto con las unidades de Riesgos, Intervención General y Asesoría Jurídica) forma parte del Marco Integral de Riesgos del Grupo BBVA, que involucra al directorio, a la gerencia y a todo el personal, identifica riesgos potenciales que ameritan ser gestionados para cumplir con la normativa legal y plantea estrategias para proveer una seguridad razonable en el logro de los objetivos del grupo. Esto, a su vez, permite mantener la confianza de toda la sociedad en nuestra organización.

La responsabilidad del directorio de BBVA Continental recae en:

- Considerar a la integridad corporativa como un elemento clave que debe ser promovido en todas las empresas que conforman el grupo.
- Adoptar las políticas adecuadas que mitiguen el riesgo de cumplimiento,

Sistema de gobierno corporativo

Un elemento fundamental para la responsabilidad corporativa en BBVA Continental es el Sistema de Gobierno Corporativo, una de las principales columnas en las que se sustenta el desarrollo de la actividad del grupo y, por ende, del banco.

Este sistema orienta la estructura y el funcionamiento de sus órganos sociales para el interés de la entidad y de sus accionistas, y busca la complementariedad con los objetivos que tienen los restantes grupos de interés respecto a la compañía.

Una detallada explicación del sistema se encuentra en la Memoria 2010 de BBVA Continental (Información sobre el cumplimiento de los "Principios de Buen Gobierno para las Sociedades Peruanas"), que publica un pormenorizado capítulo dedicado a este tema, en el que se incluye un Informe de Gobierno Corporativo según las exigencias legales del país. A continuación se anotan algunos de los aspectos prioritarios que forman parte de este informe:

- Procedimientos que se siguen para la convocatoria a la Junta General de Accionistas y para la definición de la agenda.
- Tratamiento equitativo a los accionistas.
- Comunicación y transparencia informativa a todo nivel.
- Responsabilidad de los directores.

El conjunto de estos aspectos permite que cualquiera de los accionistas sugiera puntos por ser incluidos y deliberados en las juntas celebradas por el órgano máximo, previa evaluación de la importancia de las solicitudes. Dicho procedimiento se encuentra en la web institucional www.bbvacontinental.com

Construcción de la estrategia de sostenibilidad en el Grupo BBVA



BBVA Continental participa desde el 2008 en la convocatoria del Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC), realizada por la Bolsa de Valores de Lima. El IBGC es un indicador estadístico, cuyo objetivo es reflejar el comportamiento de los precios de una cartera compuesta por las acciones más representativas de aquellas empresas emisoras que cumplan adecuadamente los "Principios de Buen Gobierno para las Sociedades Peruanas" y que, adicionalmente, posean un nivel mínimo de liquidez establecido por la BVL. Habiendo demostrado el alto grado de cumplimiento de los "Principios de Buen Gobierno Corporativo", el banco mereció estar considerado entre las empresas que conforman este índice desde la fecha de su lanzamiento hasta el 2010, siendo el único banco en esta posición.

•Contribuir a que las decisiones a cualquier nivel estén orientadas a la creación de valor para el accionista, a partir del concepto de rentabilidad ajustada al riesgo.

Sobre la base de la metodología corporativa Rep-Tool, durante el año 2010 se actualizó el mapa de riesgos reputacionales identificados para BBVA Continental, se determinaron las fortalezas del banco frente a los riesgos detectados y se identificaron los riesgos respecto de los cuales sería aconsejable contar con una postura de la entidad. Esta información permitirá una gestión proactiva a través de la definición e implementación de acciones concretas que garanticen el resguardo de la reputación corporativa.

Gestión del riesgo

Principio de precaución

En BBVA Continental se aplica un criterio general que rige la gestión integral del grupo y la específica de la responsabilidad corporativa: el respeto al principio de precaución, fundamentado en criterios de valoración de los riesgos prudentes, consistentes y basados en la experiencia. Por tal motivo, se considera que la gestión del riesgo es una parte intrínseca del negocio bancario y una fuente fundamental de su ventaja competitiva, disponiendo para ello de un sistema que hace posible compatibilizar las necesidades de los clientes y las expectativas de los accionistas, así como las correspondientes de los restantes grupos de interés y de los reguladores.

Se han establecido tres grandes objetivos, complementarios entre sí, para la gestión de riesgos del Grupo BBVA:

- Preservar la solvencia de la entidad, asegurando que la exposición al riesgo esté dentro de los límites preestablecidos y con un perfil equilibrado.
- Desarrollar y ejecutar una política de riesgos alineada con los objetivos estratégicos del grupo.

Estándares de conducta y otros compromisos

Código de Conducta

El Grupo BBVA cuenta con un Código de Conducta, que fue aprobado por el Consejo de Administración en el 2003, y que se aplica a todas las entidades y trabajadores que lo conforman, incluido BBVA Continental. Este documento refleja, de manera pública y expresa, los compromisos del banco con la sociedad. Asimismo, registra la adhesión a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como a otros convenios y tratados de organismos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo.

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

Respeto a la dignidad de la persona y a los derechos que son inherentes. BBVA está comprometido con la aplicación del contenido de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (al que BBVA se encuentra adherido formalmente) y con el de otros convenios y

tratados de organismos internacionales tales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico y la OIT.

Políticas o normas específicas de áreas funcionales

El banco cuenta con una serie de instrumentos específicos para la gestión de los compromisos básicos en cada área funcional. En las siguientes líneas anotamos los más importantes:

- Reglamento del Directorio.
- Código de conducta en los mercados de valores.
- Código ético para la selección de personal.
- Normas del área de Compras, Inmuebles y Servicios Generales.
- Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento.
- Principios básicos de gestión del riesgo y Manual de políticas de gestión del riesgo.
- Estatuto de Auditoría.
- Estatuto de Cumplimiento
- Norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías.
- Reglamento del Comité de Nombramientos y Remuneraciones.

Políticas complementarias

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

Conducta en los negocios

Es importante anotar que durante el 2009 se actualizó el marco interno de pautas de conducta en los mercados de valores, mediante la revisión de los diversos códigos de conducta vigentes en cada una de las jurisdicciones en las que el Grupo desarrolla actividades en este ámbito, cambiando su denominación a Reglamento Interno de Conducta en los Mercados. Estas actualizaciones se han efectuado para dar cabida a los principios y criterios generales de actuación contenidos en la Política de Conducta en el ámbito de los Mercados de Valores aprobada en el 2008 y ajustarlos, cuando así proceda, a los requerimientos legales específicos de cada institución.

Cada uno de los reglamentos incorpora, además de los requerimientos legales que resulten de la aplicación en cada jurisdicción, una serie de principios y pautas de actuación, comúnmente aceptados a nivel internacional, que deben respetar los empleados que desarrollen funciones relacionadas con los mercados de valores respecto a las siguientes cuestiones:

- Tratamiento de la información privilegiada.
- Prevención de la manipulación de cotizaciones.
- Gestión de potenciales conflictos de intereses que pudieran surgir.
- La operativa por cuenta propia que realicen en los mercados.

Cumplimientos legales

Durante el ejercicio 2010 no se ha registrado ninguna multa de monto significativo con respecto al total facturado por el banco. La relación de multas penalizadas en dicho ejercicio son 35 sanciones que acumulan un total de 328.3 UIT.

Tampoco se detectaron demandas instadas por cualquier empleado o por su representante en cuanto a las condiciones laborales, lo que incluye incidentes relacionados con actitudes de discriminación, dando así cumplimiento a la legislación laboral vigente y a lo establecido en los convenios colectivos.

Acuerdos internacionales suscritos

Principales iniciativas que BBVA Continental continúa apoyando:

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

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

Creación de valor para los grupos de interés

Puesto que las entidades financieras desempeñan un papel crucial en la actividad económica de las sociedades, la responsabilidad corporativa está totalmente ligada y alineada al negocio. En este sentido, el objetivo de BBVA Continental es la inclusión de la responsabilidad corporativa a lo largo de toda su cadena de valor, de modo que asegure su generación no solo para el banco sino también para todos los grupos de interés.

Las entidades financieras, en su labor de intermediación, desempeñan un rol fundamental en la economía: la multiplicación de los recursos, canalizándolos desde los agentes con excedentes monetarios hacia los agentes que los necesitan para la financiación de la inversión o para el consumo. Asimismo, facilitan los intercambios y los pagos, y ejercen una función decisiva en el análisis de las oportunidades y de las decisiones de inversión. Ocupan así una posición clave en el sistema económico, como facilitadores del acceso a los servicios financieros y, por lo tanto, como agentes fundamentales en la creación de valor.

El segundo de los principios corporativos de BBVA, aplicados a BBVA Continental, plantea "la creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resultado de la actividad". El banco entiende la creación de valor como una de sus funciones principales y como la aportación más importante a la sociedad en la que actúa, pues no se trata solo de valor económico para los accionistas, sino que se crea valor también para los clientes, para los empleados, para los proveedores y para la sociedad en general.

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

Valor Económico Añadido (EVA)¹. Detalle por grupos de interés

Expresado en miles de nuevos soles

| Indicador de valor | | 2010 | 2009 | 2008 |
|--------------------|---|------------|------------|------------|
| Accionistas | Dividendos | n.d. | 463,756 | 362,055 |
| | Cotización | 7.70 | 7.22 | 3.10 |
| Empleados | Gastos de personal | 382,165 | 372,819 | 336,097 |
| | Participación de trabajadores en la renta | 49,891 | 52,384 | 43,288 |
| Clientes | Colocaciones totales | 25,364,606 | 20,999,689 | 21,580,534 |
| | Depósitos totales | 25,857,414 | 21,347,445 | 20,804,023 |
| Proveedores | Gastos en servicios | 406,486 | 362,962 | 336,340 |
| Sociedad | Impuesto a la renta | 347,652 | 366,136 | 283,776 |

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

Valor económico generado y distribuido

Expresado en miles de nuevos soles

| Valor Económico Generado (VEG) | | 2010 | 2009 |
|--|--|------------------|------------------|
| 1 | Margen financiero | 2,082,225 | 2,061,846 |
| 2 | Comisiones netas | 526,564 | 469,345 |
| 3 | Otros ingresos ordinarios | 6,057 | 18,152 |
| Total (1+2+3) | | 2,614,846 | 2,549,343 |
| Valor Económico Distribuido (VED) | | 2010 | 2009 |
| 1 | Participación de trabajadores | 49,891 | 52,384 |
| 2 | Impuestos | 347,652 | 366,136 |
| 3 | Gastos de personal y directorio | 382,165 | 372,819 |
| 4 | Proveedores y otros gastos de administración | 406,486 | 362,962 |
| Total (1+2+3+4) | | 1,186,194 | 1,154,301 |
| Valor Económico Retenido (VER=VEG-VED) | | 2010 | 2009 |
| 1 | Utilidad neta | 1,007,247 | 927,511 |
| 2 | Provisiones y amortizaciones | 421,405 | 467,531 |
| Total (1+2) | | 1,428,652 | 1,395,042 |



- 20 Análisis
- 21 Diálogo y compromiso
- 22 Asuntos controvertidos

Grupos de Interés

Grupos de Interés

Análisis

Para BBVA Continental es de vital importancia atender a sus grupos de interés. Por ello cuenta con diferentes herramientas que le permiten conocer las inquietudes y expectativas de sus clientes, empleados y proveedores, asegurando que sean atendidas y que reciban información oportuna al respecto.

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



Herramientas de análisis

Integrar las expectativas respecto de los temas más relevantes de los grupos de interés del banco es una actividad alineada en la gestión de nuestra organización. Nos referimos a herramientas de escucha específicas y técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas (grupos de trabajo y encuestas con clientes, encuestas de satisfacción a empleados, estudios de percepción), los temas relevantes y la valoración que hacen de nuestras actividades y desempeño. La recopilación de esta información y su posterior análisis permite establecer planes de actuación y de comunicación.

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

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

A continuación detallamos algunas de las principales herramientas utilizadas para detectar las demandas de los grupos de interés:

- El sistema de monitorización de reputación corporativa, denominado Reprtrak (*Reputation Tracking*), que mide de forma periódica los distintos temas para los grupos de interés, así como los juicios y percepciones de estos sobre nuestra actividad.
- El *tracking* semestral o seguimiento de responsabilidad corporativa de BBVA Continental entre clientes y ciudadanos. En él se miden las expectativas y la valoración de los comportamientos de RC.
- El *tracking* o seguimiento del posicionamiento de la marca ante clientes y ante la opinión pública.
- Los estudios anuales realizados por terceros con información sobre la percepción de varios grupos de interés (clientes, sociedad, colaboradores y otros).

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

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

La comunicación, como una herramienta básica y necesaria que ponga en valor el comportamiento responsable de la empresa, construye confianza y buena reputación. En consecuencia, esta asume el compromiso de brindar la mayor información, lo más transparente posible, a todos sus grupos de interés, con el fin de consolidar su diferenciación con credibilidad. Es así que el trabajo diario al interior del banco se basa en hacer bien las cosas y comunicarlas, para que este proceso sea transparente y se convierta en un objetivo prioritario.

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

Asuntos relevantes

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

1. Situación general

En un contexto de incertidumbre sobre la sostenibilidad del crecimiento en las economías desarrolladas, Perú fue uno de los países emergentes cuya economía creció cerca de 9.0%, destacando la fuerte recuperación del gasto privado, en particular de la inversión. Uno de los principales factores que propició este escenario fue la confianza empresarial que alcanzó niveles máximos históricos, reanudando e iniciando proyectos en diversos sectores, principalmente en minería, infraestructura e industria. De igual forma el consumo privado mostró un mayor dinamismo, favorecido por la aceleración del empleo y por las expectativas optimistas de las familias acerca de su situación económica. La economía se vio dinamizada principalmente en el sector construcción.

Los resultados positivos de gestión del sistema se reflejan en los niveles de rentabilidad y eficiencia que se mantuvieron elevados y en los ratios de liquidez y apalancamiento, que se ubicaron muy por encima de los requerimientos del regulador. El nivel de morosidad continuó reducido (1.49% de la cartera total), cifra menor a la observada en el 2009.

Frente a esta situación el banco potencia sus productos y servicios a través de cada una de sus unidades de negocio, poniendo énfasis en la calidad del servicio y en llegar a un mayor número de personas, siempre bajo la regulación de las entidades supervisoras y en los términos legales que su naturaleza empresarial le demanda.

2. Aspectos concretos

El banco reafirma como asuntos claves o relevantes los identificados en años anteriores (orientación al cliente, compromiso con la sociedad, oferta de productos y servicios responsables, finanzas responsables, gestión responsable de recursos humanos, inclusión financiera, compras responsables, gestión ambiental y cambio climático), cuyo análisis le permite desarrollar proyectos de largo plazo, como los de atención en educación primaria y educación financiera, temas prioritarios en nuestro programa de acción social.

Diálogo y compromiso

BBVA Continental reafirma su compromiso de trabajar por el progreso económico y el bienestar general, con plena conciencia de que el banco es un ente dinamizador de la economía.

Es a través del trabajo en estrecha relación con los gobiernos y los organismos reguladores que se potencia la actividad del sistema financiero bajo tres principios básicos: transparencia, prudencia e integridad.

Asimismo, el banco busca aplicar los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas a partir de su adhesión en el 2004, la cual año a año se alinea de forma más directa a cada una de las unidades que lo componen.

De igual forma, las relaciones con los organismos multilaterales se mantienen a lo largo del año. El banco trabaja líneas de negocio y actividades relevantes con las siguientes instituciones:

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID): Desembolso de préstamos verdes para favorecer proyectos de conservación del medio ambiente.
- Corporación Interamericana de Inversiones (CII): Firma y primer desembolso de una línea revolvente (destino *leasing*).
- Corporación Andina de Fomento (CAF): Ampliación del convenio de Línea de Préstamo Comercial, a través del cual el banco amplía la línea de crédito otorgada a la CAF para apoyar a un mayor

número de instituciones financieras del Perú, con enfoque en las microempresas.

- Programa Ambiental para Instituciones Financieras de las Naciones Unidas (UNEP FI): Realización del Taller Avanzado de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (ARAS) para instituciones financieras, en asociación con él. Este taller se llevó a cabo en noviembre del 2010.
- Banco Mundial (IFC): Firma de la garantía para el financiamiento de la construcción del Metropolitano, proyecto de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

La alianza entre la empresa privada, el gobierno y los organismos sin fines de lucro tiene como objetivo superar los grandes desafíos sociales. Con esta premisa BBVA Continental desarrolló el programa "Leer es estar adelante", con el respaldo del Ministerio de Educación, y cuya metodología ha sido desarrollada por especialistas en educación del Instituto de Estudios Peruanos. Este programa es una respuesta al interés de atender una de las principales dificultades que atraviesa la educación nacional y que constituye una demanda de la sociedad. Su objetivo es incrementar los niveles de comprensión lectora, meta lograda plenamente a la fecha.

Siguiendo con la atención al tema educativo resaltamos el programa de otorgamiento de becas integrales a los alumnos más destacados de la Pontificia Universidad Católica.

A lo largo del año el banco trabaja de manera estrecha con diferentes instituciones sin fines de lucro, atendiendo sus principales demandas, como en los casos de la Asociación Mensajeros de la Paz, Aprendo Contigo, USEA, entre otras.

Asuntos controvertidos

Como parte del Grupo BBVA contamos desde octubre del 2005 con una exigente normativa interna a cuyo cumplimiento estamos vinculados. Este documento está referido a los "Principios, criterios y normas de actuación para solicitudes de financiación relacionadas con el sector de defensa". La política de solicitudes de financiación en este sector viene siendo objeto de permanente revisión para su adaptación a los criterios más exigentes.



Inclusión Financiera

S/. 1,611

Financiación de
consumo (millones).

30.7%

Cuota de mercado en
el financiamiento
hipotecario.

Inclusión Financiera

Plan de bancarización

En el 2010 BBVA Continental recuperó el ritmo de crecimiento de clientela que venía registrando en el período 2005-2008 y que se había desacelerado en el año 2009, como consecuencia de los efectos de la incertidumbre generada por la crisis internacional.

La estrategia 2010 se centró fuertemente en un incremento de la calidad percibida por los clientes del banco, lo que permitió generar avances importantes en cuanto a su satisfacción. Asimismo, se continuó con los esfuerzos de vinculación con los clientes, mediante el enfoque en productos de financiación a los hogares: crédito hipotecario, crédito de consumo y tarjetas de crédito, aprovechando en todos los casos la mejor coyuntura económica del 2010 para lograr importantes avances en accesibilidad por parte de los clientes de BBVA Continental.

Asimismo, durante el 2010 se incrementó la velocidad de crecimiento de la red de atención, aumentando de manera significativa el número de oficinas, cajeros automáticos y agentes corresponsales, lo que ha permitido al banco absorber el crecimiento de clientela sin generar saturación en las ventanillas de atención al público.

Otras iniciativas

Banca para inmigrantes: recepción y cobro de remesas del exterior

Durante el 2010 EEUU y España aún no habían logrado sobreponerse a la crisis del año anterior y el desempleo persistente generó repercusiones en el envío de remesas al Perú. Como consecuencia, el número de pagos recibidos de esos países se contrajo en 13% (265 mil operaciones), mientras que el monto total se redujo en 11% (US\$ 101,4 millones). No obstante, el monto promedio de envío tuvo una ligera mejora de 1%, situándose en US\$ 385 por pago.

Entre las acciones que BBVA Continental viene desarrollando para este servicio está el impulso de la Cuenta Ahorro Remesa, cuyos principales beneficios son:

- Retiro de las remesas recibidas en cualquier momento y desde los cajeros automáticos, a nivel nacional.
- No se cobra gastos por recibir remesas ni por mantenimiento de la cuenta, entre otros.

Plan de bancarización

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Número de clientes activos | 1,395,201 | 1,326,144 | 1,317,992 |
| Número de clientes financiados | 324,515 | 270,081 | 298,750 |
| Financiación de tarjetas (en millones de nuevos soles) | 606 | 543 | 595 |
| Financiación de consumo (en millones de nuevos soles) | 1,611 | 1,421 | 1,249 |

Agentes corresponsales

La importancia que ha adquirido este canal de atención para el banco, gracias al convenio con comercios, ha crecido significativamente en razón de que ha permitido implementar un nuevo canal de atención, ubicándose en las cercanías de las oficinas para poder apoyar a los clientes que desean realizar operaciones por montos pequeños, además de darle presencia en zonas donde por el momento no cuenta con oficinas bancarias.

El crecimiento ha sido considerablemente más alto que el año pasado, llegando a 390.70%, certificando la viabilidad del servicio. El detalle de este punto se recoge en el apartado "Orientación al cliente".

En relación a la gestión de la administración de esta red podemos indicar que se ha enfocado en la optimización del uso del canal, buscando incrementar el número de transacciones promedio por comercio. A diciembre del 2008 la transaccionalidad promedio por agente era de 251 operaciones y a diciembre del 2010 se cerró en 742, como resultado fundamentalmente del otorgamiento de incentivos a los comercios en relación a la atención y productividad del servicio.

Otro objetivo importante para el banco fue incrementar más puntos de atención, para lo cual se firmó una alianza estratégica con la empresa Globokas, encargada de administrar y procesar el servicio de agentes corresponsales KasNet. Este convenio ha aumentado nuestra presencia con aproximadamente 838 nuevas ubicaciones que se suman a la red Agentes Express KasNet.



- 30 Finanzas responsables
- 32 Orientación al cliente
- 38 Recursos humanos
- 47 Compras responsables
- 49 Medio ambiente

Banca Responsable

100%

Personal capacitado en lavado de activos.

1.04%

Cartera atrasada.

5.83%

Porcentaje de clientes *online* del banco.

80.2%*

Nivel medio de satisfacción de clientes.

9.56**

Tiempo promedio de resolución de reclamaciones (días).

S/. 4,695

Colocaciones de créditos hipotecarios (millones).

4,641

Total de empleados.

53/47%

Hombres/Mujeres.

88.8

Horas de formación por empleado.

408

Número de proveedores.

759

Número de negociaciones electrónicas.

S/.217,824

Volumen de compras (millones).

70.52

Papel consumido por empleado (kg).

0.57

Electricidad consumida por empleado (GJ).

* Fuente: Inmark Estudio Comportamiento Financiero de los particulares, 2010, muestra 2009: 2500, muestra 2010: 600.
**Fuente: Informe Gestión Reclamos BBVA Continental 2010.

Banca Responsable

Finanzas responsables

La gestión responsable del riesgo en BBVA Continental

BBVA Continental, siempre con una actitud de mejora constante de su modelo de gestión del riesgo, está alineado al nuevo modelo corporativo "único, independiente y global", a través de una visión más estratégica, más transversal y más cercana a los negocios minoristas y mayoristas, lo que le ha valido constituirse en un referente dentro del sistema financiero.

El banco mantiene una preocupación constante en torno al tema, por lo cual apunta a atender temas de riesgo crediticio, de mercado, estructural, ambiental y reputacional.

Durante el 2010 se continuó con el plan de capacitación y sensibilización constante, teniendo como objetivo mejorar e incentivar la capacitación de los ejecutivos respecto del riesgo socioambiental. Esto se realizó con el personal de la red comercial y con los analistas de riesgos.

Durante este año el programa atendió a 269 colaboradores (gerentes de oficina, jefes de promoción y gestores comerciales), en un total de 269 horas impartidas, brindando el conocimiento y aplicación de las políticas, procedimientos y herramientas ambientales que el banco ha establecido para sus líneas de negocio.

De igual forma se organizó el taller de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales - ARAS Avanzado, dirigido a los gerentes de riesgos de entidades financieras peruanas, en coordinación con UNEP FI, con la participación de cuatro profesionales del área de Riesgos del banco.

Financiación de proyectos

Cumplir con los Principios de Ecuador, compromiso adquirido a partir de la adhesión del Grupo BBVA en el 2004, es una constante en la gestión del riesgo social y ambiental de cada una de las operaciones que se evalúan en BBVA Continental y que se encuentran sujetas a estos criterios. Sin embargo, durante el 2010 el banco no ha financiado proyectos que requieran este tipo de evaluación.

Ciclo de proyecto / Principios de Ecuador

6. Monitoreo

- Monitoreo a las obligaciones contractuales

5. Firma

- La documentación legal recoge las obligaciones y compromisos que el cliente asume en materia social y ambiental

4. Aprobación

- El Comité de Riesgos de Financiación Estructurada aprueba la operación



1. Revisión inicial

- Determinar si los Principios de Ecuador son de aplicación
- Selección del asesor independiente y del alcance de trabajo del asesor

2. Categorización

- El proyecto se clasifica según su riesgo social y ambiental en tres categorías A, B y C de mayor a menor riesgo

3. Evaluación

- Revisión del informe del asesor independiente
- Análisis del cumplimiento de los Principios de Ecuador por los expertos internos

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

Evaluación del riesgo ambiental

De acuerdo con los criterios sociales y ambientales en la evaluación del riesgo (estándares y desempeño del IFC, lista de actividades excluidas de BBVA Continental), en 2010 el banco ha venido trabajando, con el apoyo de la consultora Price Waterhouse Coopers, en el desarrollo de mejoras para la evaluación y categorización de los proyectos y/o operaciones de crédito, la cual contempla la elaboración de formularios de categorización socioambiental, aplicables según el tipo de sector al que pertenezca el proyecto y/o el cliente.

Asimismo, se firmó un nuevo contrato de Línea Verde por US\$ 30 millones con una multilateral, el cual permitirá al banco potenciar el financiamiento de Proyectos Verdes, que abarcan:

- Energía renovable (ER).
- Eficiencia energética (EE).
- Industria forestal sostenible (IF).
- Biocombustibles (BC).
- Transporte sostenible (TR).
- Turismo sostenible (TS).
- Agricultura sostenible (AS).
- Construcción sostenible (CS).
- Producción limpia (PL).

Sobreendeudamiento y gestión del riesgo

La cartera crediticia de BBVA Continental se mantuvo en el mejor nivel del sistema financiero, con un ratio de cartera atrasada de 1.04%, en comparación con el del sistema financiero que fue de 1.49%.

Esto se pudo conseguir sobre la base de una escrupulosa gestión del riesgo, sustentada en herramientas predictivas, modelo de cálculo de sobreendeudamiento, buró y comportamentales que analizan el nivel de deuda en el sistema financiero versus los ingresos netos familiares de los clientes, identificándose adecuadamente el endeudamiento sin afectar su capacidad económica ni poner en riesgo el cumplimiento del pago de sus obligaciones tanto con el banco como con el sistema financiero.

Adicionalmente estas herramientas permiten al banco efectuar un seguimiento del total de la cartera vigente e identificar señales de alertas preventivas (antes del incumplimiento del cliente), para tomar acciones rápidas que mitiguen riesgos futuros de impago o de asunción de mayores endeudamientos por parte del cliente.

Finalmente, contamos con un "score de cobranza" que clasifica la cartera de clientes en grupos de probabilidad de pagos, haciendo posible una "gestión de cobranza diferenciada", permitiendo una mayor efectividad en la recuperación y menores costos del proceso.

Establecimiento del Grupo BBVA en centros financieros *off-shore*

Desde el año 2008, cuando el banco llevó a cabo la titulización de remesas, a través de la constitución de la sociedad denominada Continental DPR Finance Company, se planteó como único objetivo participar como originador en dicha titulización, por remesas recibidas de sus clientes, lo cual se mantiene a la fecha.

Prevención del lavado de activos y de la financiación de actividades terroristas

La prevención del lavado de activos y de la financiación de actividades terroristas (en adelante PLA / FT) tiene como objetivo preservar el bienestar de los distintos entornos sociales en los que el Grupo BBVA desarrolla sus actividades; en consecuencia, se preocupa por evitar que sus productos y servicios sean utilizados con finalidades delictivas, lo que perjudicaría su imagen reputacional ante personas e instituciones con las que se relaciona (clientes, empleados, accionistas, proveedores).

Teniendo en cuenta lo mencionado se han definido como políticas:

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

El conocimiento de los clientes se constituye en elemento básico de dichas políticas, siendo de igual utilidad en el área comercial, ya que se tiene una visión integral de los procedimientos utilizados por estos para llevar a cabo sus actividades y vinculaciones con terceros. Este principio se denomina "Conozca a su Cliente" (CSC) y se constituye en la piedra angular de los esfuerzos del banco para prevenir e identificar cualquier actividad ilícita que ocurra o tenga la posibilidad de ocurrir.

Durante el 2010 se llevaron a cabo acciones que permitieron cumplir con este objetivo:

- Actualización de nuestras políticas sobre la base de la modificación de la legislación nacional e internacional, así como de la incorporación de las mejores prácticas internacionales en estas materias.
- Capacitación permanente en el tema de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo, que incluye al personal de todas las entidades que conforman nuestro grupo económico. La labor de formación del personal es considerada una actividad

imprescindible en el sistema de prevención que aplica BBVA Continental, porque se entiende que es uno de los principales mecanismos para prevenir que el banco sea utilizado con fines ilícitos. Por tanto, la formación tiene el propósito de generar la aptitud y la sensibilización del personal, además de cumplir con la obligación legal al respecto.

- Continuidad en la aplicación de las herramientas corporativas para el monitoreo de transacciones, como la denominada Fircosoft, que permite la detección de personas o entidades incluidas en listas públicas internacionales (Lista OFAC, Lista UE, Lista Naciones Unidas, etc.), así como de personas políticamente expuestas (PEP) y de transferencias emitidas / recibidas por los clientes del banco. Igualmente mediante la Plataforma Mantas se monitorean las transacciones realizadas a través del banco, con la finalidad de identificar aquellas operaciones o conductas inusuales que puedan ser catalogadas como señales de alerta para la detección y/o prevención de operaciones sospechosas relacionadas al lavado de activos y/o al financiamiento del terrorismo.
- Con el propósito de evaluar el cumplimiento de la normativa interna de conocimiento del cliente y sensibilizarlas sobre la importancia de la actividad de prevención, se efectuaron visitas a 80 oficinas de la red de Lima y provincias que por sus características están más expuestas a ser utilizadas para actividades de lavado de activos, por ubicarse en zonas de frontera sensibles a este tipo de riesgo.

Asimismo, el Grupo BBVA ha continuado colaborando con diversas entidades gubernamentales encargadas de la lucha contra el crimen organizado, el terrorismo y otras formas de delincuencia.

La formación de los empleados como elemento clave de este modelo ha seguido recibiendo durante el 2010 una atención prioritaria, destinada a capacitarlos en el eficaz desempeño de sus funciones en materia de PLA / FT. Con este fin se diseñaron programas especiales para quienes atienden directamente al público así como educación a distancia, de tal forma que lleguen a la totalidad de personas que laboran en el grupo.

Orientación al cliente

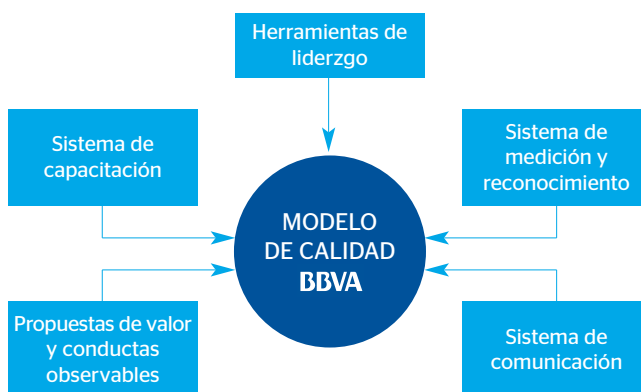
Calidad, satisfacción y atención al cliente

Lograr la satisfacción de los clientes es prioridad para BBVA Continental. Es por ello que todas sus acciones están enfocadas a brindar una excelente calidad de servicio y a generar una experiencia positiva en cada una de sus oficinas.

De esta forma, el banco aspira a consolidar tanto la fidelidad como la confianza de sus clientes. En esta dirección, el objetivo último es desarrollar acciones de mayor valor añadido que satisfagan mejor sus intereses y necesidades. Por ello se han buscado soluciones diferenciales adaptadas a las necesidades reales de los usuarios –particulares y pequeñas empresas en la actual coyuntura–, aglutinadas bajo el lema: “Facilitarle la vida al cliente con calidez y agilidad”.

En el año 2009 el banco implementó un modelo propio de calidad de atención, con ejes de acción concretos:

Ejes de acción del modelo de calidad



Prevención del blanqueo de capitales, lavado de dinero y actividades terroristas

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|---|-------|-------|-------|
| Participantes en actividades formativas en materia de prevención de blanqueo de capitales | 4,641 | 4,327 | 4,313 |
| Personas especialistas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas | 9* | 9 | 7 |

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

Propuestas de valor y conductas observables

Los pilares de actuación de este modelo se crearon para ser impregnados en la cultura del banco y transmitidos a todos los colaboradores:

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

Para el año 2010 el objetivo ha sido consolidar este modelo tanto con los colaboradores de la red de oficinas de BBVA Continental como con los colaboradores de las áreas de soporte del banco. El resultado de este despliegue ha sido una mejor percepción por parte de los clientes y usuarios del servicio y atención que reciben.

Sistema de capacitación

Siguiendo el camino corporativo definido e iniciado en el 2009 a través de la escuela Con mucho gusto, cuya premisa fue transmitir los pilares del banco a los líderes de la red de oficinas, en el año 2010 la escuela finalizó esta primera etapa acogiendo a la totalidad de los colaboradores de la red, tanto de Banca Minorista como de Banca Empresas.

En los meses de noviembre y diciembre del 2010 se inició la segunda etapa de la escuela, enfocada esta vez en la sede central, capacitando a los líderes de las áreas centrales. Esta segunda etapa busca sensibilizar a los colaboradores que dan soporte al área de negocio mediante la práctica de los pilares y la necesidad de agilizar los procesos desde la sede central

Adicionalmente y en paralelo al proceso formativo de sensibilización en calidad de BBVA Continental, la escuela Con mucho gusto siguió un camino de mejoras al brindarse un curso especializado a modo de taller denominado "La Magia en el Servicio", exclusivamente dirigido a todos los líderes de oficina y enfocado en hacer mágica cada experiencia con los clientes del banco.

Herramientas de liderazgo

En el 2010 se creó una herramienta fundamental para la expansión del concepto de calidad y su incorporación en el ADN de la institución. Puesto que la práctica hace al maestro, practicando la calidad se busca que todos se conviertan en unos expertos en el tema. Para ello, en la red de oficinas se institucionalizó la herramienta denominada "Martes de Calidad", que busca que todos los colaboradores de oficina practiquen en equipo la calidad, al menos 15 minutos a la semana.

Esta iniciativa crea la necesidad de facilitarle la vida a los clientes de manera permanente, logrando que perciban la mejora en la calidad de servicio. En este marco se realizó un taller liderado por el Quality Disney Institute, dirigido a las áreas internas del Grupo BBVA Perú, donde se expuso la estrategia que aplica en sus parques de atracciones.

Mediante este taller se consiguió por primera vez movilizar a los líderes de las áreas internas del banco y obtener su compromiso a través del establecimiento de acuerdos con la red de oficinas para cumplir los servicios ofrecidos en el menor tiempo posible,

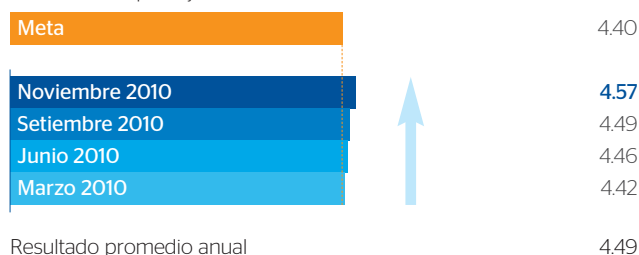
adecuando así la gestión de la sede central con las necesidades de la red y del cliente final.

Sistema de medición y reconocimiento

Continuando con "Lo que se mide se mejora", se dio un paso más en el camino hacia la excelencia en calidad, manteniendo vigentes las herramientas ya existentes del Cliente Incógnito y sus entregables los "Cuadros de Mando". Este año el banco se propuso superar el puntaje de 4.40 sobre 5 puntos. Bajo el eslogan: "4.40, la misma sazón en todo el Perú", se difundió este objetivo a más de 2,400 colaboradores de la red, con los siguientes resultados:

Cliente incógnito Banca Minorista 2010

Evolución del puntaje 2010



Fuente: Atento, marzo, junio, setiembre y noviembre 2010.

Cliente incógnito Banca Empresas (BEC) 2010



Fuente: Atento, junio y noviembre 2010.

Se incorpora además una novedosa medición que recoge "en caliente" la voz del cliente en las oficinas del banco: el "Sistema de Monitoreo de Satisfacción". De esta nueva medición deriva el indicador NPS (Net Promoter Score) que permite identificar a los promotores y detractores de BBVA Continental, sobre la base de la atención recibida en las oficinas. Este NPS ha supuesto una revolución en el día a día de las oficinas y territorios por el dinamismo observado, generando una preocupación acentuada por la excelencia en calidad.

Todo tipo de medición debe ser acompañado por un reconocimiento oportuno a los colaboradores más destacados. Se impulsó así la práctica de los Desayunos de Calidad, para felicitar a los mejores colaboradores de las oficinas de la Red Minorista, sobre la base de los resultados en NPS y Cliente Incógnito, constituyéndose en la oportunidad para que los colaboradores compartan sus experiencias, sus mejores prácticas y cómo viven la práctica cotidiana de la calidad.

Gestión de reclamos

La gestión de reclamos del banco ha ido evolucionando a partir de la creación del Centro de Atención de Reclamos (CAR), implementado en el año 2008, en el cual destaca la sencillez y claridad en el proceso de cara a los clientes, y la rapidez y eficiencia con que se evalúa cada caso. Con esta iniciativa se ha logrado un activo institucional diferencial con especial impacto en materia de responsabilidad y reputación.

La especialización por tipo de reclamo del personal asignado al CAR hace que los tiempos de respuesta sean sostenibles. Además este órgano ha realizado mejoras innovadoras para satisfacer a los clientes del banco y brindarles una experiencia positiva. Una muestra de ello es la "Última Llamada", mediante la cual se le comunica al cliente vía telefónica la solución positiva de su reclamo, logrando la fidelización a través del contacto personalizado.

Con el mismo propósito se ha implementado en el 2010 el envío electrónico de respuesta a los clientes (correo electrónico), con lo cual se logra de forma efectiva e inmediata brindarle la respuesta a sus reclamos.

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

Nivel de satisfacción a clientes particulares

Porcentaje (%)

| | 2010 | 2009 |
|------------------|------|------|
| Medición externa | 80.2 | 73.8 |

Fuente: Inmark. Estudio "Comportamiento financiero de los particulares", 2010. Muestra 2009: 2500. Muestra 2010: 600.

Seguridad, protección al cliente y continuidad del negocio

Para BBVA Continental es requisito preponderante velar por la confidencialidad de la información sobre sus clientes, ya sean personas físicas o jurídicas. El cumplimiento de este fin se basa en normas y procedimientos que aseguran la confidencialidad de los datos y la continuidad del negocio, garantizando la seguridad de sus sistemas informáticos y la observancia eficaz de las exigencias legales en materia de secreto bancario y de protección de datos de carácter personal.

El Código de Conducta del grupo contiene un apartado específico sobre protección de datos, donde el secreto bancario constituye, legal y éticamente, un punto de partida tanto para la empresa como para los propios empleados.

Durante el ejercicio 2010 resaltamos que en el banco no se han dado casos de sanciones relevantes respecto al cumplimiento operado en estas materias con relación a clientes y accionistas.

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

Reclamaciones presentadas ante el servicio de atención al cliente en el Perú

Porcentaje (%)

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|--|------------|------------|------------|
| Resueltas totalmente a favor del cliente | 31.58 | 79.71 | 47.98 |
| Resueltas a favor del banco | 64.59 | 20.29 | 14.23 |
| En proceso de evaluación | 3.83 | 0 | 37.79 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: BBVA Continental, 2010.

Número de días para resolver una reclamación

| Medio de interposición | 2010 | 2009 | 2008 |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Defensor del cliente financiero | 30 | 26 | 19 |
| Indecopi* | 10 | 19 | 19 |
| Superintendencia de Banca y Seguros | 5 | 10 | 18 |
| Reclamaciones internas | 9 | 9 | 9 |
| Total | 54 | 64 | 65 |

*Instituto Nacional de Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Fuente: BBVA Continental, 2010.

Número de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria

| Medio de interposición | 2010 | 2009 | 2008 |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|
| Superintendencia de Banca y Seguros | 53 | 48 | 55 |
| Indecopi* | 209 | 150 | 99 |
| Total | 262 | 198 | 154 |

*Instituto Nacional de Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Fuente: BBVA Continental, 2010.

Transparencia, publicidad y etiquetado

Consideramos que una de las mayores fortalezas del banco es ser transparentes en la información brindada a los usuarios, porque su transmisión oportuna hace que puedan tomar la mejor decisión.

Por ello BBVA Continental, a través de procesos claves al interior de la empresa, cumple de manera fidedigna lo establecido por los entes reguladores. Este año la SBS ha dispuesto diversas regulaciones en lo concerniente a protección del consumidor, transparencia de la información y atención al usuario, que el banco ha implementado en los tiempos establecidos y con impacto positivo en los clientes, ya que cada actividad estuvo enfocada en hacerles la vida más fácil con procesos sencillos, sin horarios restrictivos y a través de todos los canales de atención.

Entre los meses de octubre y noviembre se implementó el monitoreo de transparencia, el cual abarcó el 100% de las oficinas de BBVA Continental, con el único objetivo de supervisar el adecuado cumplimiento y capacitación del personal de atención al usuario. Esta medición, basada en la metodología aplicada por la SBS, permite identificar las áreas de mejora, a la vez que se difunde el compromiso aún mayor de la organización con la sociedad.

En línea con ello BBVA Continental se preocupa por mantener a disposición de sus clientes y público en general toda la información necesaria que conlleve a brindar una adecuada orientación, actualizando en forma permanente comunicados, tarifarios y afiches publicados, así como su página web.

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

Productos y servicios responsables

Vivienda y acceso al crédito hipotecario

Durante el 2010, BBVA Continental tuvo un protagonismo especial en el mercado inmobiliario, registrando el mayor crecimiento neto de saldos de préstamos hipotecarios del sistema con S/. 876 MM, los cuales alcanzaron los S/. 4,695 MM, representando una cuota de mercado de 30.74%.

Este crecimiento es el resultado de la continua búsqueda por incorporar los mejores atributos en el portafolio de productos del banco, de la optimización de la gestión en la atención en las casetas de ventas de los proyectos inmobiliarios desarrollados con financiamiento otorgado por BBVA Continental, y de su activa participación en el financiamiento de desarrollos inmobiliarios a empresas promotoras-constructoras.

Por otro lado, cabe destacar que se realizó de manera exitosa la estructuración y financiamiento en su etapa inicial del proyecto inmobiliario más grande en la historia del Perú, denominado "Megaproyecto Ciudad Sol de Collique", que supone la

construcción de más de 20 mil viviendas de carácter social con un valor de venta total que supera los S/. 1,400 MM.

Adicionalmente se gestionaron líneas de financiamiento para importantes desarrollos inmobiliarios a nivel nacional, todos ellos de carácter social, tales como: "Condominio Valle Verde" con 440 viviendas en el distrito de Puente Piedra, "Parque de Los Olivos" con 380 viviendas en el distrito homónimo, "Paseo Sol de Santa Clara" con 400 viviendas y "Condominio Kampu" con 1,110 viviendas (ambos en el distrito de Ate Vitarte), "Alamedas del Retablo" con 3,500 viviendas en el distrito de Comas, "Villas del Sol" con 198 viviendas en la ciudad de Ica, "Condominio La Joyita de la Plata" con 420 viviendas en la ciudad de Chiclayo, entre otros.

Desde agosto el banco incorporó a su portafolio de productos hipotecarios el préstamo Techo Propio, destinado a financiar la compra de viviendas cuyo valor se encuentre comprendido entre S/. 19,800 (5.5 UIT) y S/. 43,200 (12 UIT) y entre S/. 43,200 y S/. 49,700 (14 UIT). Este producto cuenta adicionalmente con un Bono Familiar Habitacional de S/. 18,000 (5 UIT) y de S/. 12,600 (3.5 UIT) para los valores de vivienda antes indicados, que beneficia a los clientes siempre y cuando cumplan con los requisitos establecidos por el Fondo MiVivienda para acceder a este subsidio.

Créditos hipotecarios

En millones de nuevos soles

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|--------------|-------|-------|-------|
| Colocaciones | 4,695 | 3,871 | 3,698 |

Segmento Pymes

Durante el 2010 se relanzó la Tarjeta Capital de Trabajo, un producto que permite financiar con una línea de crédito el capital que requieren las empresas para su actividad diaria. En el período de lanzamiento se incrementaron en 65% los saldos de colocaciones, pasando de S/. 52 MM a S/. 86 MM, favoreciendo a más de 1,700 pequeños empresarios.

Otro producto lanzado fue el Seguro Multiriesgo Negocios, dirigido a cubrir el riesgo de terremotos, inundaciones, incendios y hasta robos, con una propuesta simple y accesible para las Pymes, llegando a más de 5,000 clientes.

Se continuó con las acciones comerciales durante la temporada escolar, Día de la Madre, Fiestas Patrias y Navidad, orientadas a incrementar colocaciones de créditos. Como resultado final se ha pasado de 35,548 a 41,561 clientes y en saldos medios de colocaciones de S/. 1,400 MM a S/. 2,236 MM.

Productos y servicios con carácter ambiental

El banco mantiene una política integral de riesgo medioambiental que regula todos los productos que integran su Cartera Verde. Su principal compromiso al respecto se canaliza a través de la financiación de proyectos y del desarrollo de productos y servicios de índole ambiental.

Para el 2010 la línea de negocio con carácter ambiental cuenta con el producto denominado "Financiación de vehículos a gas natural", a través del programa Mi Auto GNV, dentro de la línea Contrato. La financiación consiste en la venta de vehículos con el sistema de gas natural, a todos aquellos trabajadores que los requieren para movilizarse en las actividades propias de su trabajo de campo (segmento taxistas). Las operaciones de este producto al cierre del 2010 llegaron a 269, representando un total de S/. 10,156 millones.

Las colocaciones de la Cartera Verde representaron en el 2010, el 0.04% del total de las colocaciones realizadas por el banco.

Durante el 2010 se concretaron operaciones con los siguientes organismos multilaterales:

Corporación Interamericana de Inversiones (CII): Firma y desembolso de una línea revolviente cuyo destino es el *leasing*, por un monto de US\$ 28.75 millones.

Corporación Andina de Fomento (CAF): Renovación de préstamo por US\$ 50 millones, destinado a financiar capital de trabajo en mediano plazo.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID): Desembolso de un préstamo verde cuyo destino es favorecer proyectos que tengan como componente principal la conservación del medio ambiente, por un monto de US\$ 30 millones.

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

Instituciones públicas y privadas no lucrativas

BBVA Continental continúa apoyando con la prestación de servicios especiales a instituciones públicas y privadas, clientes de Banca Institucional, en el desarrollo de sus iniciativas para obras sociales y/o culturales, contando para ello con el apoyo del área de Innovación y Desarrollo y de la unidad de Imagen y Comunicación.

A continuación detallamos algunas de las acciones realizadas durante el 2010 con las principales entidades:

EsSalud: El número de pagohabientes se incrementó a 33,690, convirtiéndose en el colectivo más importante del banco. A lo largo del año se han realizado siete campañas exclusivas para ellos, que incluyen una feria escolar entre febrero y marzo, ofertas

navideñas en los meses de noviembre y diciembre, y dos ferias inmobiliarias durante el año.

De igual forma se vieron atendidos con la emisión de las garantías necesarias para la adquisición de equipos y para la construcción o ampliación de hospitales, cuya finalidad es la mejora de los servicios e infraestructura para los integrantes del Seguro Social de Salud.

El banco es la única institución que atiende el servicio de pago de subsidios que canaliza EsSalud por lactancia, maternidad, invalidez, entre otros, colaborando con la prestación de este importante rol de la seguridad social. Son más de 10 mil asegurados que utilizan mensualmente nuestra red de oficinas a nivel nacional.

Derrama Magisterial: En el 2010 se continuó con el auspicio exclusivo de la revista *Maestro*, editada por la Derrama Magisterial, publicación que llega a todo el colectivo de más de 100 mil maestros activos y cesantes a nivel nacional, con temas sociales y de interés colectivo.

Pontificia Universidad Católica del Perú: Esta importante universidad, fundada en 1917, ofrece 59 carreras a su comunidad compuesta por 17,600 estudiantes en pregrado y 2,000 en posgrado. BBVA Continental mantiene una oficina especial ubicada en el campus universitario destinada a atender al colectivo de los trabajadores (3,177) de esta casa de estudios y a otros clientes vinculados. El apoyo financiero se efectiviza no solo con las colocaciones de productos sino también con el desarrollo de eventos especiales como las ferias inmobiliaria y vehicular. Se extiende asimismo a la comunidad universitaria en general, en fechas clave como el período de matrículas mediante la oferta de servicios de atención de cajas especiales. El banco continúa con el programa de becas estudiantiles que mantiene con la universidad y que permite financiar los estudios de 16 alumnos, información que se detalla en el apartado de "Compromiso con la sociedad".

Ejército Peruano: Para atender a este colectivo el banco ha instalado una oficina en el Cuartel General, atendiendo al personal activo y cesante, cerca de 24 mil pagohabientes, brindándoles facilidades crediticias en condiciones preferenciales a través de Banca Minorista. En este colectivo se incluyen los diversos fondos relacionados: Fondo de Vivienda Militar del Ejército (FOVIME), Fondo de Salud del Personal Militar del Ejército y los Fondos de Retiro del Personal del Ejército.

Naciones Unidas (ADNU): Como una atención a este colectivo especial, en el 2010 se instaló una oficina dentro del Complejo Javier Pérez de Cuéllar "Casa de las Naciones Unidas", siendo catalogada como una oficina de colectivo cerrado ya que el complejo se encuentra dentro del renovado Puericultorio Pérez Araníbar. La Oficina Naciones Unidas atiende a cerca de 200 personas entre funcionarios estatales, además de funcionarios, diplomáticos y ejecutivos extranjeros que laboran en esta sede.

Electroperú: Como todos los años, el banco contribuyó en el 2010 mediante la donación de juguetes con la campaña denominada "Apadrina a un niño comunero", cuyo objetivo es llevar alegría a los niños de las comunidades aledañas a la Central Hidroeléctrica del Mantaro, en el departamento de Huancavelica.

Asimismo el banco mantiene excelentes relaciones comerciales con instituciones como Cáritas del Perú, Federación Internacional

de la Cruz Roja, Sociedad Peruana de la Cruz Roja, Cruz Roja Española y Alemana a las cuales brinda su constante apoyo en sus diversas campañas de recaudación de donaciones monetarias, víveres y ropa, como la Campaña Solidaridad con Puno realizada en enero por la Sociedad Peruana de la Cruz Roja.

Multicanalidad

BBVA Continental tiene el reto de poner el banco a disposición de las personas en forma permanente, por medio de los canales directos, con el objetivo de que puedan realizar todo tipo de operaciones. En este contexto, la multicanalidad se convierte en un valor añadido: cada canal convive con los demás y todos son compatibles y complementarios.

Al cierre del 2010 el banco cuenta con una red de 266 oficinas y 796 cajeros automáticos. Sus principales canales directos son:

Canal Banca por Internet

La página web de BBVA Continental (www.bbvabancocontinental.com) registró más de 32 millones de transacciones en Banca por Internet.

El banco cuenta con 2,160,094 clientes de los cuales 125,930 son usuarios de este canal.

En el 2010, BBVA Continental ha mantenido el compromiso, adquirido en el 2005, de accesibilidad de la información a las personas con discapacidad, para lo cual cumple con los estándares más avanzados relacionados con la accesibilidad web.

Canal Banca por Teléfono

La Banca Telefónica, disponible 24 horas durante los 365 días del año, registró en el 2010 más de 6.8 millones de llamadas por medio de IVR (respuesta de voz interactiva) y recibió más de 1.7 millones de llamadas en servicios de atención telefónica que han permitido acercar los productos y servicios del banco a sus clientes.

Existen 221 módulos a través de los cuales los clientes acceden sin costo alguno a la Banca Telefónica para realizar consultas, efectuar operaciones, presentar reclamos y solicitar productos.

Canal Banca Móvil

Gracias al canal SMS, los clientes del banco pueden acceder a servicios financieros mediante sus teléfonos móviles. En el 2010, más de 2.1 millones de mensajes cortos fueron enviados con información financiera.

Canal Agente Corresponsal

Al cierre del 2010 contamos con 259 Agentes Express, 54 Agentes Express Plus y 839 Agentes Kasnet, que han posibilitado un crecimiento transaccional del 75%.

Canal Saldo Express

Es uno de los canales con mayor crecimiento (26%) en el 2010, con más de 1.7 millones de transacciones en 243 módulos

operativos, contribuyendo a la migración de operaciones críticas para aliviar la atención en ventanilla.

Canal Cajeros Automáticos

Red propia: 769 cajeros automáticos.
58.2 millones de transacciones (17% de crecimiento).

Canal Cajeros Depósito (multifunción)

En julio había un cajero y 600 transacciones. A diciembre del 2010 hay 27 cajeros y un total de más de 37 mil transacciones.

Canal Infomail

863 mil mensajes (209% de crecimiento).

Con el fin de continuar optimizando la atención a clientes, se mantiene el acuerdo con la red de cajeros GlobalNet, para que todos los integrantes del programa Mundo Sueldo (que reciben sus sueldos a través de cuentas en BBVA Continental) sean atendidos sin costo adicional en más de 1,900 cajeros automáticos adicionales a la red propia del banco, permitiéndoles tener acceso a más de 2,600 cajeros automáticos.

En el caso de agentes se firmó un convenio con la misma empresa, incrementando la red en 838 nuevas ubicaciones para la atención de clientes.

Transacciones por canal

Porcentaje (%)

| Canal | 2010 | 2009 | 2008 |
|--------------------------------|------------|------------|------------|
| Oficinas | 23 | 25 | 27 |
| Cajeros automáticos | 30 | 27 | 26 |
| Banca por Internet | 14 | 14 | 15 |
| Banca por Internet Empresas | 21 | 20 | 17 |
| Banca Móvil - SMS | 1 | 1 | 1 |
| Banca por teléfono | 2 | 3 | 4 |
| Agente Express | 1 | 1 | 1 |
| Agente Express Plus | 1 | 1 | 1 |
| Módulo de saldos y operaciones | 1 | 1 | 1 |
| POS (débito) | 6 | 7 | 7 |
| | 100 | 100 | 100 |

Canales de atención

| Oficinas a nivel nacional | 2010 | 2009 | 2008 |
|---------------------------|------------|------------|------------|
| Red Minorista | 246 | 243 | 233 |
| Banca Patrimonial | 1 | 1 | 1 |
| Red Banca Mayorista | 19 | 19 | 19 |
| Total | 266 | 263 | 253 |

| Cajeros automáticos | 2010 | 2009 | 2008 |
|---------------------|------------|------------|------------|
| Lima | 516 | 424 | 336 |
| Provincias | 280 | 215 | 163 |
| Total | 796 | 639 | 499 |

| Agentes Express + Agentes Express Plus + Agentes Kasnet | 2010 | 2009 | 2008 |
|---|--------------|------------|------------|
| Lima | 454 | 196 | 218 |
| Provincias | 690 | 141 | 250 |
| Total | 1,144 | 337 | 468 |
| Variación | 239.47% | | |

| Rurales Agentes Express y Agentes Kasnet | 2010 | 2009 | 2008 |
|--|------------|-----------|----------|
| Lima | 32 | 10 | 0 |
| Provincias | 179 | 33 | 0 |
| Total | 211 | 43 | 0 |
| Variación | 390.70% | | |

| Módulos telefónicos | 2010 | 2009 | 2008 |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|
| Lima | 152 | 159 | 152 |
| Provincias | 69 | 66 | 66 |
| Total | 221 | 225 | 218 |
| Total general | 1,775 | 1,686 | 1,646 |

Recursos humanos

Diversidad

Perfil de los empleados

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

Para hacer realidad este lema, el área de Recursos Humanos trabaja en la mejora continua con estándares éticos e igualdad de oportunidades, destacándose la meritocracia, reforzando el trabajo en equipo y con un adecuado clima laboral para todos los colaboradores de las entidades del Grupo BBVA. Al cierre del 2010 el número total de colaboradores fue de 4,641.

Plantilla por funciones

| | Hombres | Mujeres | Total |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|
| Comité Dirección* | 9 | 3 | 12 |
| Directivos | 36 | 8 | 44 |
| Mandos medios | 555 | 332 | 887 |
| Especialistas | 543 | 450 | 993 |
| Fuerza de ventas | 397 | 495 | 892 |
| Puestos base | 911 | 902 | 1,813 |
| Total | 2,451 | 2,190 | 4,641 |

*Comité de Dirección y directores corporativos.

Contratos por tipos

| | Hombres | Mujeres | Total |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Plazo indeterminado jornada completa | 1,662 | 1,409 | 3,071 |
| Plazo indeterminado jornada parcial | 12 | 11 | 23 |
| Plazo determinado | 777 | 770 | 1,547 |
| Otros | 0 | 0 | 0 |
| Total | 2,451 | 2,190 | 4,641 |

Distribución por edad

| | Hombres | Mujeres | Total |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|
| Menores de 25 años | 400 | 469 | 869 |
| De 25 a 35 años | 1,067 | 1,188 | 2,255 |
| De 36 a 45 años | 345 | 219 | 564 |
| De 46 a 50 años | 226 | 112 | 338 |
| De 51 a 53 años | 146 | 87 | 233 |
| Más de 53 años | 267 | 115 | 382 |
| Total | 2,451 | 2,190 | 4,641 |

Empleados por departamento

Porcentaje (%)

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Lima | 81.3 | 80.5 | 81.9 |
| La Libertad | 2.6 | 3.0 | 2.7 |
| Arequipa | 2.0 | 2.2 | 2.2 |
| Junín | 1.4 | 1.6 | 1.3 |
| Lambayeque | 1.4 | 1.6 | 1.3 |
| Piura | 1.7 | 1.5 | 1.4 |
| Cusco | 1.3 | 1.4 | 1.2 |
| Ica | 1.1 | 1.2 | 1.1 |
| Loreto | 1.1 | 1.1 | 1.1 |
| Áncash | 0.9 | 1.0 | 0.9 |
| San Martín | 1.1 | 1.0 | 1.0 |
| Ucayali | 0.9 | 0.9 | 0.9 |
| Puno | 0.6 | 0.6 | 0.6 |
| Huánuco | 0.6 | 0.6 | 0.6 |
| Tacna | 0.5 | 0.6 | 0.6 |
| Cajamarca | 0.7 | 0.5 | 0.5 |
| Tumbes | 0.2 | 0.2 | 0.2 |
| Ayacucho | 0.2 | 0.2 | 0.2 |
| Pasco | 0.3 | 0.2 | 0.2 |
| Moquegua | 0.1 | 0.1 | 0.1 |
| Total | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Empleados por departamento

| | Hombres | Mujeres | Total |
|--------------|-------------|-------------|-------------|
| Lima | 1,994 | 1,780 | 3,774 |
| La Libertad | 67 | 54 | 121 |
| Arequipa | 41 | 53 | 94 |
| Junín | 31 | 35 | 66 |
| Lambayeque | 29 | 35 | 64 |
| Piura | 39 | 42 | 81 |
| Cusco | 40 | 20 | 60 |
| Ica | 22 | 31 | 53 |
| Loreto | 29 | 21 | 50 |
| Áncash | 17 | 24 | 41 |
| San Martín | 37 | 13 | 50 |
| Ucayali | 22 | 19 | 41 |
| Puno | 16 | 10 | 26 |
| Huánuco | 13 | 13 | 26 |
| Tacna | 18 | 7 | 25 |
| Cajamarca | 17 | 14 | 31 |
| Tumbes | 7 | 3 | 10 |
| Ayacucho | 5 | 5 | 10 |
| Pasco | 4 | 8 | 12 |
| Moquegua | 3 | 3 | 6 |
| Total | 2451 | 2190 | 4641 |

Empleados por rango de edad

Porcentaje (%)

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|
| < 26 | 24.2 | 24.2 | 28.0 |
| Entre 26 y 45 | 53.6 | 52.6 | 48.4 |
| > 45 | 22.2 | 23.2 | 23.6 |
| Edad promedio | 34.64 | 34.89 | 34.43 |

Plantilla por funciones y género

| | Hombres | Mujeres | Total |
|------------------|------------|------------|--------------|
| Comité Dirección | 75% | 25% | 12 |
| Directivos | 82% | 18% | 44 |
| Mandos medios | 63% | 37% | 887 |
| Especialistas | 55% | 45% | 993 |
| Fuerza de ventas | 45% | 55% | 892 |
| Puestos base | 50% | 50% | 1,813 |
| Total | 53% | 47% | 4,641 |

Plantilla por funciones

| | Total | % |
|------------------|--------------|-------------|
| Comité Dirección | 12 | 0% |
| Directivos | 44 | 1% |
| Mandos medios | 887 | 19% |
| Especialistas | 993 | 21% |
| Fuerza de ventas | 892 | 19% |
| Puestos base | 1,813 | 39% |
| Total | 4,641 | 100% |

Índice de movimientos por departamento (altas/bajas)

Porcentaje (%)

| Departamento | Rotación |
|--------------|-------------|
| Áncash | 10.5 |
| Arequipa | 2.7 |
| Ayacucho | 5.6 |
| Cajamarca | 18.2 |
| Pasco | 16.7 |
| Cusco | 4.9 |
| Huánuco | 4.0 |
| Ica | 9.4 |
| Junín | 16.7 |
| La Libertad | 7.8 |
| Lambayeque | 2.9 |
| Lima | 17.2 |
| Loreto | 3.1 |
| Moquegua | 0.0 |
| Piura | 12.3 |
| Puno | 3.7 |
| San Martín | 4.8 |
| Tacna | 4.0 |
| Tumbes | 20.0 |
| Ucayali | 10.0 |
| Total | 15.3 |

Índice de movimientos por género (altas/bajas)

Porcentaje (%)

| Departamento | Rotación |
|--------------|-------------|
| Hombres | 15.1 |
| Mujeres | 15.5 |
| Total | 15.3 |

Índice de movimientos por edad (altas/bajas)

Porcentaje (%)

| Departamento | Rotación |
|---------------|--------------|
| Menores de 25 | 14.5% |
| De 25 a 35 | 54.6% |
| De 36 a 45 | 10.6% |
| De 46 a 50 | 2.2% |
| De 51 a 53 | 0.8% |
| Más de 53 | 6.2% |
| Total | 15.3% |

Selección y remuneración

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

Estas buenas prácticas forman parte de la política global y código de actuación, asegurando la máxima independencia y confidencialidad en los procesos de selección, así como garantizando la igualdad de oportunidades: todos los candidatos reciben el mismo tratamiento, deben superar los mismos procesos

de selección y no existe discriminación por sexo, raza, parentesco familiar u otras razones diversas de los requisitos exigidos para el puesto.

La mayor parte de los colaboradores del grupo se contrata directamente en sus zonas de origen, lo cual permite disponer de un alto porcentaje de directivos locales.

El proceso para cubrir un puesto vacante es el siguiente:

- El área usuaria realiza la solicitud a RRHH, por medio del llenado del formulario "Solicitud de selección".
- La gerencia de Gestión de Personas valida la petición, autoriza la cobertura y decide si se cubre interna o externamente.

Si la cobertura es interna, Gestión de Personas en coordinación con la gerencia de RRHH validan candidatos.

En caso de hacerlo externamente, Selección evalúa si la búsqueda se realiza con elementos propios (búsqueda en la base de datos y red de contactos) o a través de un *head hunter*.

En el caso de la selección y contratación de altos directivos, el banco promueve la movilidad interna primando la trayectoria y logros profesionales en los distintos puestos. Recursos Humanos propone los candidatos sobre la base de las distintas herramientas de evaluación, tanto de resultados de gestión como de actuación. La decisión final la toma el jefe directo de la posición, con la conformidad del máximo responsable de RRHH.

En el caso específico del Comité de Dirección, RRHH del país, junto con el gerente general, elevan la candidatura a BBVA en Madrid.

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|---------------------------------|------|------|------|
| Mujeres en puestos de dirección | 11 | 10 | 8 |

| | 2010 | 2009 |
|-------------------------|------|------|
| Empleados promocionados | 726 | 591 |

| Puestos base | Salario inicial | Salario mínimo vital |
|--------------|-----------------|----------------------|
| Lima | 164% | 100% |
| Provincias | 182% | 100% |

| | Peruanos | Extranjeros |
|------------------|----------|-------------|
| Comité Dirección | 83% | 17% |
| Directivos | 100% | 0% |

BBVA Continental siempre ha llevado a cabo un proceso de adecuación de estructuras -sobre la base de nuevos modelos organizativos- sin recurrir a medidas traumáticas.

La planilla total del banco es informada de cualquier cambio a través de los diferentes canales de comunicación: Intranet, las revistas *Nosotros*, *Adelante*, el boletín *BBVA Aquí* y el buzón T-Comunico. Periódicamente, a través de una circular a cada uno de los colaboradores, se informa el detalle de los puestos nuevos y/o vacantes y de las personas que los cubrirán.

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|------------------------|-------|-------|-------|
| Altas de empleados | 820 | 452 | 996 |
| Dimisiones voluntarias | 4.60% | 3.45% | 3.96% |

| Tipos de baja | 2010 | 2009 |
|------------------------|------------|------------|
| Voluntario | 199 | 149 |
| Término de contrato | 154 | 75 |
| Cambio Empresa o Grupo | 6 | 19 |
| Bajas gestionadas | 138 | 188 |
| Otros | 9 | 7 |
| Total | 506 | 438 |

Bajas por departamento y sexo

| | Hombres | Mujeres | Total |
|--------------|------------|------------|------------|
| Áncash | 3 | 6 | 9 |
| Arequipa | 3 | 1 | 4 |
| Cajamarca | 2 | 4 | 6 |
| Cusco | 1 | 4 | 5 |
| Huánuco | 1 | 0 | 1 |
| Ica | 7 | 2 | 9 |
| Junín | 7 | 6 | 13 |
| La Libertad | 8 | 6 | 14 |
| Lambayeque | 2 | 1 | 3 |
| Lima | 224 | 190 | 414 |
| Loreto | 2 | 0 | 2 |
| Moquegua | 0 | 0 | 0 |
| Piura | 4 | 4 | 8 |
| Puno | 1 | 1 | 2 |
| San Martín | 1 | 1 | 2 |
| Tacna | 0 | 2 | 2 |
| Ucayali | 1 | 6 | 7 |
| Ayacucho | 1 | 0 | 1 |
| Tumbes | 0 | 2 | 2 |
| Pasco | 2 | 0 | 2 |
| Total | 270 | 236 | 506 |

Bajas por rango de edad

| | 2010 |
|--------------------|------------|
| Menores de 26 años | 186 |
| Entre 26 y 45 años | 260 |
| Mayores de 45 años | 60 |
| Total | 506 |

Desarrollo

En BBVA Continental existe una política y un proceso normalizado de valoración de competencias y evaluación de la actuación, los cuales se aplican al 100% de la planilla.

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

Evaluación de la actuación: Constituye una herramienta muy importante del modelo de dirección de equipos, permitiendo

convertir el reconocimiento de las personas que integran cada equipo en una realidad.

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

- Favorecer el reconocimiento del mérito (retribución variable).
- Diferenciar los desempeños excepcionales.
- Favorecer el desarrollo profesional.
- Fomentar el estilo de dirección de BBVA.
- Potenciar esquemas de gestión y establecer un lenguaje común.

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

Por su parte, la retribución variable está relacionada con el grado de consecución de los objetivos tanto individuales como los de la unidad, fijados al inicio de cada ejercicio, y otorga un peso importante a los indicadores de satisfacción del cliente y de compromiso con los criterios de la responsabilidad corporativa: igualdad de función y responsabilidad del puesto, evolución profesional y de cumplimiento de objetivos. La relación salarial entre hombres y mujeres es equivalente.

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

Remuneración bruta anual

Porcentaje (%)

| | Hombres | Mujeres |
|------------------|-----------|-----------|
| Comité Dirección | 77 | 23 |
| Directivos | 83 | 17 |
| Mandos medios | 66 | 34 |
| Especialistas | 58 | 42 |
| Fuerza de ventas | 48 | 52 |
| Puestos base | 53 | 47 |
| Total | 60 | 40 |

Formación

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Inversión total en formación (S/.) | 4,462,382 | 2,850,450 | 4,112,852 |
| Inversión en formación por empleado (S/.) | S/.962 | S/. 658 | S/. 952 |
| Horas de formación impartidas (en miles) | 411,924 | 301,455 | 290,098 |
| Horas de formación por empleado | 88.8 | 69.7 | 67 |
| Actividad formativa mediante e-Learning | 19% | 56% | 18% |
| Evaluación de la satisfacción de la formación (sobre 5) | 4.57 | 4.43 | 4.28 |
| Empleados que han recibido formación en el año (%) | 100% | 100% | 99.56% |

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

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

Compensación basada en la evaluación de la actuación respecto a la compensación total

Porcentaje (%)

| | % |
|-------------------------|------|
| Comité Dirección* | 2.86 |
| Directivos | 3.13 |
| Funcionarios y técnicos | 6.48 |
| Administrativos | 0.11 |

*Comité de Dirección y Directores Corporativos.

Formación

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

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

Canales de formación

Horas

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|--------------------------|---------|---------|---------|
| Formación presencial | 264,757 | 126,057 | 206,849 |
| Formación a distancia | 1,271 | 7,278 | 29,906 |
| Formación por e-Learning | 193,308 | 168,120 | 53,343 |

El modelo de formación se enfoca en realizar actividad a través de:

e-Learning

La plataforma corporativa de formación *online* e-campus, lanzada en el año 2009, cuyos cursos ofrecen una serie de ventajas: disponibilidad de tiempo, acceso desde cualquier punto de Internet y estandarización formativa, entre otras. De esta manera, cada colaborador gestiona su propio desarrollo; en la actualidad cuenta con más de 400 cursos.

Esta herramienta también ha permitido que los expertos de las diferentes áreas trasladen sus conocimientos para diseñar más de 60 cursos, disponibles ahora para todo el Grupo BBVA.

Este año la formación vía e-Learning ha representado el 45% de la formación en general, lo cual habla del dinamismo y rapidez en la distribución de los conocimientos, con alcance a todos los países del Grupo BBVA en el mundo, consolidándose como un nuevo entorno virtual de desarrollo.

Durante el 2010 el 100% de personas del banco recibió capacitación en una o más materias.

Cursos regulatorios

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

Escuela Con mucho gusto

Buscando la forma de reflexionar, crear y avanzar en el tema de calidad, el banco decidió crear una escuela exclusiva para la formación en calidad de servicio, resaltando en ella tres pilares: calidez, agilidad y facilitarle la vida a los clientes, atributos que buscamos sean reconocidos por estos en cada contacto.

El detalle de este programa se anota en el apartado Orientación al cliente.

Formación

| | 2010 | 2009 |
|---------------------------|---------|---------|
| Número de horas | 411,924 | 301,455 |
| Número de participaciones | 77,222 | 99,337 |

Horas de formación

| | 2010 | 2009 |
|------------------|----------------|----------------|
| Comité Dirección | 456 | 340 |
| Directivos | 4,133 | 1,792 |
| Mandos medios | 69,638 | 61,203 |
| Especialistas | 76,513 | 34,059 |
| Fuerza de ventas | 75,559 | 57,442 |
| Puestos base | 185,625 | 146,619 |
| Total | 411,924 | 301,455 |

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

En el año 2010, 625 colaboradores culminaron sus actividades formativas relacionadas al PDI.

Dentro de las experiencias denominadas "Gestión de habilidades" y "Formación continua", que fomentan la empleabilidad de los colaboradores, el banco cuenta con las siguientes modalidades:

- **Formación en productos y servicios.** Gestión formativa orientada al negocio. Contó con la participación de 2,800 colaboradores con un total de 57,913 horas de e-learning.

- **Programa de formación no tradicional.** Promoción del aprendizaje a través de elementos lúdicos.

- **Formación predirectiva y directiva.** Programas de la Escuela de Management, impartidos en Madrid, en alianza con prestigiosas escuelas de negocios como el IESE, el Center for Creative Leadership (CCL) y la Escuela de Negocios de la Universidad de Navarra.

- **Escuela de Riesgos.** Programa estructurado en dos niveles (uno por año): gestión de riesgo para empresas I y II, para la obtención del diploma de especialización en ese tema. En el año 2010 se implementó el primer nivel, conformado por un taller de análisis de estados financieros (12 horas) y, para complementar el marco conceptual, un taller de análisis de casos (8 horas), dirigido por el equipo de Riesgo Pymes BBVA.

- **Programa de idiomas.** En la "Escuela de Idiomas" se han formado más de 70 colaboradores cuyo perfil del puesto exige el conocimiento del idioma Inglés. En ese sentido, el lanzamiento del "Portal Corporativo de Inglés" fue utilizado al máximo para la realización de la evaluación, posibilitando la identificación del nivel del participante con una metodología estándar.

- **Programa Customer VIP Management.** Es un programa de formación diseñado a medida de los ejecutivos VIP del banco, orientado a reforzar habilidades y conocimientos que garantizarán el éxito de su desarrollo personal y profesional, y alineado al ambicioso proyecto corporativo BBVA x3 y al perfil de competencias de todos sus integrantes. Este año se implementó el nivel I con la participación de más de 90 colaboradores.

•**Programa para los asesores de servicio.** Este programa se ha potenciado con la migración de una parte a la modalidad e-Learning, previamente a la contratación, y con la mejora en la metodología de enseñanza, tanto en aulas como en oficinas. Todo esto optimiza el nivel de calidad profesional para este fundamental puesto de la red.

Otros programas para el negocio

En Banca Empresas y Corporativa destacaron:

•**Centralización de Reclamos - Herramienta SAR:** Apoyamos el proyecto de "Centralización de Reclamos Persona Jurídica", cuyo objetivo principal era liberar la carga operativa de las oficinas BEC, además de estar alineados con las normas que exige la SBS. Finalmente, y muy importante, atender a los clientes del banco en el menor tiempo posible.

•**Taller de Negociación:** Con la finalidad de reforzar las habilidades en el servicio al cliente y la manera como se negocian las operaciones de BEC, los ejecutivos de cuenta participaron de este curso, que fue muy valorado y cuyas enseñanzas se pusieron en práctica de manera inmediata.

•**Taller de Logística Comercial:** Para reforzar conocimientos y analizar el mercado internacional de hoy y cómo han variado las operaciones logísticas, los miembros del equipo de Comercio Exterior participaron de este taller teórico-práctico, el cual incluyó charlas de especialistas en la materia y visitas a un operador logístico, al puerto del Callao y a las nuevas instalaciones de Dubai Ports.

En Clientes Globales y Banca de Inversión destacaron:

•**Charlas de Herramientas Corporativas:** Este fue un año intenso en el conocimiento de los aplicativos y herramientas corporativas a diversos puestos del área. Se dieron charlas de CRM, LAMBDA y ENGLOBA.

•**Conversatorio "Por amor al dinero":** Evento en el que se analizó la crisis bancaria mundial. Este taller nació como una iniciativa para el CgyBI, pero dada la repercusión e importancia del tema se incluyó a otras áreas, que lo recibieron con mucho interés. El formato sienta las bases de una modalidad innovadora en materia formativa: se sustentó en la transmisión de un video y en un espacio de discusión a cargo de un equipo de panelistas de primer nivel que, además, son colaboradores de nuestra organización.

En este colectivo hay que mencionar los cursos externos y especializados como: Building Business at the Boardroom

Program, e-Commerce Day, Liderazgo en entornos cambiantes, Seminario de integración en los mercados de valores, entre otros.

En Auditoría destacaron:

•**Rompiendo Paradigmas:** Taller de habilidades que trabajó la comunicación en las relaciones humanas, identificación de fortalezas y debilidades del rol del auditor en las organizaciones, y proceso de *feedback* para potenciar el desempeño personal y profesional.

•**Metodología de auditoría:** Curso que tuvo como objetivo reforzar la aplicación del enfoque de riesgos en las diferentes etapas que comprende el trabajo de auditoría interna, focalizando sus prioridades en el mejoramiento de los procesos de negocios y en la administración de riesgos.

•**Taller de ACL:** Herramienta que permite simplificar procesos de análisis de datos, utilizar funciones y comandos vinculados con las actividades específicas de auditoría, para incrementar su eficiencia.

•**Programa Nueva Generación.** Programa de desarrollo profesional que consiste en la captación de talento externo, para involucrarlo en un proceso de entrenamiento de tres meses de duración. Su objetivo es formar jóvenes profesionales para cubrir posiciones de responsabilidad en Banca Minorista y Banca Empresas. El entrenamiento contempla formación en el aula (tanto de temas internos como externos), prácticas en los diferentes puestos de trabajo de la red de Banca Minorista y Banca Empresas y estadias en las áreas de soporte.

•**Facilitadores internos.** De manera especial destacó la labor efectuada por los más de 160 facilitadores internos de las diferentes áreas, con quienes ha sido posible realizar el 60% de la formación interna.

Condiciones laborales

Conciliación

Teniendo como prioridad gestionar el capital humano, el banco toma en cuenta las expectativas de sus colaboradores, así como sus requerimientos manifestados durante el período 2010. Esta política deviene de estándares de transparencia, igualdad de oportunidades y meritocracia, para impulsar y propiciar un adecuado clima laboral.

Durante el 2010 no se ha reportado ningún incidente que refleje discriminación de ningún tipo, dado que las políticas internas del banco fomentan la igualdad, la libre asociación y los trabajos no forzados.

Contratos por género

Porcentaje (%)

| | 2010 | | 2009 | | 2008 | |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| Plazo indeterminado jornada completa | 35.81 | 30.36 | 37.60 | 30.64 | 35.98 | 28.40 |
| Plazo indeterminado jornada parcial | 0.26 | 0.24 | 0.32 | 0.39 | 0.16 | 0.16 |
| Plazo determinado | 16.74 | 16.59 | 15.11 | 15.92 | 17.27 | 18.01 |
| Otros | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.01 |

Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos

BBVA Continental respeta el papel y la responsabilidad de la representación sindical en el ejercicio de las funciones que le corresponden, conforme a la legislación en vigor, y apuesta por la negociación colectiva, el diálogo y el consenso como fórmulas de resolución de conflictos. Durante el 2010 el banco no ha sido objeto de multas o sanciones por incumplimientos relacionados con la libertad de asociación al Centro Federado.

Por política del banco, los resultados de la negociación con la representación sindical son aplicados a la totalidad de la planilla. Durante el 2010, el sindicato representó a 212 colaboradores (4.6% de la planilla).

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

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

| Sindicalizados | 2010 | 2009 |
|------------------------------|------|------|
| Número | 212 | 213 |
| Porcentaje sobre la planilla | 4.6% | 4.9% |

En BBVA Continental se reúne periódicamente un comité de disciplina, en el cual se evalúan los incidentes de corrupción por parte del personal y se determinan las medidas por adoptarse para cada uno de ellos. Este comité está conformado por cinco miembros del Comité de Dirección del banco junto con el gerente de Administración y Marco Laboral y el responsable de marco laboral.

| Comité de disciplina | 2010 | 2009 |
|---|------|------|
| Desvinculaciones por incumplimiento de obligaciones laborales | 17 | 29 |
| Democión | 2 | 2 |
| Llamadas de atención | 2 | 18 |

Asuntos contenciosos

| Comité de disciplina | 2010 | 2009 |
|--|------|------|
| Acciones de amparo por solicitud de reposición | 5 | 1 |
| Demanda de nulidad de despido | 1 | 2 |
| Demanda por beneficios sociales | 52 | 15 |
| Demanda por despido arbitrario | 10 | 8 |
| Hostilización | 1 | - |
| Asignación familiar | 1 | - |

Seguridad y salud en el trabajo

En el año 2010 el Banco Continental en cumplimiento con su política de seguridad y salud en el trabajo y con la finalidad de brindar al 100% de sus colaboradores, además de clientes y proveedores un ambiente laboral seguro y saludable, ha desarrollado las siguientes actividades preventivas:

1. Sensibilización a todo el personal en temas de Seguridad y Salud en el Trabajo a través de los T-COMUNICO.

2. Inspecciones de seguridad a la sede central y red de oficinas identificando peligros y riesgos, para luego gestionar y proponer controles que los eliminen.

3. Capacitación a todos los brigadistas de emergencia (evacuación, primeros auxilios y contra incendio) de la sede central.

4. Se realizaron simulacros de evacuación en la sede central con la participación del personal contratista encargado de la obra de remodelación de la torre.

5. Se llevo a cabo una capacitación a todos los colaboradores a través de intranet.

6. Se llevaron a cabo las reuniones mensuales del Comité de Seguridad y Salud en el trabajo donde se analizan los índices de seguridad, se analizan las causas de los accidente y se proponen medidas de controles para todo tipo de condiciones inseguras.

7. Se realizo coordinaciones e inspecciones para verificar que se cumplan con todos los estándares nacionales vigentes de seguridad en el desarrollo de los trabajo en la obra de remodelación de la torre.

8. Se realizo coordinaciones e inspecciones para verificar que se cumplan con todos los estándares nacionales vigentes de seguridad en el desarrollo de los trabajo de nuestros proveedores en la sede central.

Pasión por las personas

El principal objetivo de este programa es brindar a todos los colaboradores del grupo una ventaja diferencial, buscando fortalecer el orgullo de formar parte de BBVA Continental. Esto se logra sobre la base de cinco grandes líneas de trabajo:

1. Calidad de vida

Teniendo como objetivo la conciliación familiar y laboral se consideró una serie de acciones con las cuales se busca promover la reducción de la jornada laboral y el mayor disfrute del tiempo libre de los colaboradores. Algunas de las iniciativas que se han puesto en marcha son:

Sensibilización de la dirección: El equilibrio entre la vida profesional y personal es fomentado permanentemente por todos los que tienen equipos a su cargo. Esta política está considerada en "Nuestro estilo de dirección", una guía para los ejecutivos de la empresa.

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

Salud y bienestar: En este ámbito se han promocionado las siguientes actividades:

- Viernes casuales y con horario reducido.
- Medio día libre por cumpleaños.
- Talleres culturales.
- Ferias preventivas de salud.
- Campañas especiales.

2. Beneficios personales

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

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

Disfruta BBVA: El grupo busca, promueve y potencia convenios con empresas estratégicas que brindan importantes descuentos al colaborador y su familia, beneficios de los cuales pueden disponer en el momento que consideren conveniente. Al cierre del 2010 se contó con 100 convenios con hoteles, gimnasios, restaurantes, spas, compra de computadoras, agencias de viaje, universidades y escuelas de posgrado etc., así como acceso a los servicios de salud en condiciones ventajosas.

3. Deporte y cultura

Teniendo como propósito principal encontrar el equilibrio perfecto entre las tareas laborales y el tiempo libre de los colaboradores, el Grupo organiza y financia diversas actividades deportivas. En el 2010 se participó en la Maratón ASBANC, en la cual se logró el primer y tercer lugares en la categoría damas. Se realizó además la tercera edición de la Maratón BBVA, en la que participaron más de 2,000 colaboradores, familiares y amigos.

4. Senior

Bajo la premisa de que todos, incluso los jubilados, forman parte de la familia BBVA, se brinda apoyo especial al colectivo de prejubilados y jubilados de BBVA Continental, quienes se reúnen una vez al mes. Adicionalmente, en julio y diciembre, se organizan jornadas de integración para todos los miembros de la asociación de jubilados.

5. Voluntariado

Busca promover y facilitar la participación de los empleados del banco en proyectos sociales como medio para dar respuesta y hacer realidad uno de los principios de su cultura corporativa (más información en el apartado "Voluntariado corporativo").

Programa para prejubilados y jubilados

El banco brinda apoyo a este colectivo de excolaboradores mediante asistencia médica, aguinaldo navideño, uniforme y servicios bancarios. El número de jubilados al cierre del 2010 fue de 708. La cobertura de este programa de asistencia alcanza a sus familiares directos: cónyuges e hijos (1,415 personas en total).

Los esquemas de los planes médicos son los siguientes:

Jubilados administrativos: Cobertura anual de hasta S/. 4,500 por grupo familiar. Están incluidos dentro de este beneficio el titular, cónyuge e hijos hasta los 18 años cumplidos.

Prejubilados (exfuncionarios): Cobertura anual de hasta S/. 9,000 por grupo familiar. Están incluidos dentro de este beneficio el titular, cónyuge e hijos hasta los 25 años cumplidos, con constancia de estudios.

Jubilados funcionarios: Cobertura anual de hasta S/. 5,000 ambulatorio y S/. 10,000 hospitalario, para cada dependiente. Están incluidos dentro de este beneficio el titular, cónyuge e hijos hasta los 25 años, con constancia de estudios.

| Sistemas previsionales | Número de empleados | Aporte anual |
|-------------------------------|---------------------|--------------|
| Sistema Privado de Pensiones | 4,171* | 26,826,087 |
| Sistema Nacional de Pensiones | 130* | 532,084 |

* Resaltamos que hay tres colaboradores que cuentan con pensión de las Fuerzas Armadas por lo cual no han sido considerados.

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

Sistema Privado de Pensiones (SPP): Es un sistema de capitalización individual, cuya administración está a cargo de empresas privadas, las AFP, y bajo la supervisión del Estado. El porcentaje de aportación es del 12.91% de la remuneración (cuenta individual de capitalización, comisión para la AFP y comisión del seguro). La edad mínima para jubilarse dentro de este sistema es de 65 años, pudiendo el trabajador acogerse también a otros planes especiales de jubilación.

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

En el momento en que el trabajador pasa a formar parte del Grupo BBVA se le hace entrega de un boletín informativo, que contiene las principales características y beneficios de ambos sistemas previsionales, para que elija a cuál afiliarse. Una vez recibido este boletín el trabajador tiene un plazo de 10 días para tomar su decisión.

Beneficios personales

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

| Programa | Actividades |
|---------------------------------|---|
| Especiales | <ul style="list-style-type: none"> •Escolaridad •Aguinaldo navideño •Uniformes anuales •Vales de refrigerio •Movilidad •Descanso por duelo •Sala cuna integral |
| Pasión por mi desarrollo | <ul style="list-style-type: none"> •Convenios con prestigiosas escuelas de negocios para ofrecer al personal del banco importantes descuentos en maestrías y diplomados •Condiciones especiales de financiamiento •Reconocimiento a la excelencia académica (devolución del 100% al primer puesto y 50% al segundo y tercer puestos) |
| Bien de salud | <ul style="list-style-type: none"> •Sistema de Empresa Prestadora de Salud a la par con EsSalud (seguro social) •Campañas de vacunación •Consultorio dental •Feria de la salud en Lima y provincias •Asistencia social •Consultorio médico empresarial •Seguro de Vida Ley |
| Seguros | <ul style="list-style-type: none"> •Seguro de asistencia de viajes •Seguro de accidentes personales •Seguro de transporte •SOAT (precio preferencial) •Seguro automotor (precio preferencial) •Seguro de domicilio (tarifas preferenciales) •Seguro oncológico (tarifas preferenciales) |
| Financiamiento exclusivo | <ul style="list-style-type: none"> •Préstamo hipotecario, Contiauto, Libre disponibilidad, de salud, para maestrías, para diplomados, para otros estudios, tarjetas y cuentas con tarifas especiales. •Oportunidades Para Ti: acceso a servicios y productos a precios preferenciales y con descuentos exclusivos |
| Otras actividades | <ul style="list-style-type: none"> •Vacaciones divertidas: Para hijos de los trabajadores •Reconocimiento por el Día de la Secretaria •Reconocimiento por el Día de la Madre •Celebración de Fiestas Patrias •Día del Niño: dirigido a hijos de los trabajadores •Ruta Quetzal BBVA (concurso interno para hijos de los colaboradores) •Carrera popular corporativa •Talleres culturales •Concurso internacional de dibujo infantil de postales de Navidad •Concurso de fotografía •Fiesta de fin de año |

La gestión de las comunicaciones de RRHH impulsa la difusión de los beneficios y facilidades que ofrece la organización. Durante este año destacaron las siguientes iniciativas:

Buzón "T-Comunico": Es el principal medio de comunicación interna en BBVA Continental, cuya meta de optimizar el volumen de los comunicados que reciben los colaboradores se viene superando tanto en el 2009 como en el 2010.

Boletín BBVA aquí: Mensajes clave emitidos mensualmente acerca

de los beneficios, mejoras y novedades, dirigidos a los colaboradores y a sus familias.

Revista interna *Nosotros*: De publicación bimestral. En ella se comparten experiencias, visitas de los directivos del Grupo BBVA y los logros profesionales de los colaboradores. La revista destaca las principales actividades que se realizan mes a mes, enfatizando los beneficios que brinda el banco.

Intranet Corporativa: Durante el 2010 su uso se ha incrementado en forma significativa dada la actualización diaria de contenidos locales y globales de interés para los colaboradores, generando cercanía e inmediatez ante los acontecimientos del Grupo BBVA. Además motiva constante expectativa sobre las herramientas tecnológicas, Televisión IP para visualización de imágenes y videos de todas las comunidades del Grupo BBVA. Permite acceder a encuestas y nuevos *links*.

Servicio de Atención al Empleado (SAE): Es un canal destinado a atender al colaborador, de manera personalizada, en la orientación y búsqueda de soluciones a todas las dudas y necesidades relacionadas con los procesos de RRHH, vía telefónica (Fono SAE 1660), Portal SAE en la Intranet (Para Ti RRHH) y correo electrónico (sae-peru@grupobbva.com).

En el año 2010 se realizó la extensión del servicio SAE a todas las empresas del Grupo BBVA, por lo que ahora todos los colaboradores sin excepción pueden acceder a este servicio y recibir información detallada acerca de los temas de RRHH vigentes para cada una de las empresas.

| Servicio de atención al empleado | Número de llamadas | Total de correos | % de efectividad |
|----------------------------------|--------------------|------------------|------------------|
| BBVA Continental | 36,201 | 1,651 | 91.20 |

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

Clima laboral

BBVA Continental realiza cada año una encuesta a través de la cual todos los colaboradores del banco pueden opinar sobre las condiciones de trabajo y su desarrollo personal y profesional. Para el 2010, la encuesta de clima laboral fue realizada por la empresa Great Place to Work (GPTW), cuyo modelo considera tanto el ámbito racional como el emocional y facilita la realización de muestras comparativas con otras compañías o sectores, tanto a nivel local como internacional, así como internamente entre unidades y departamentos del Grupo.

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

Los resultados en el 2010 posicionan a BBVA Continental entre las mejores empresas peruanas con más de 700 trabajadores.

El bienestar y buena salud de los colaboradores es uno de los principales objetivos de BBVA Continental. Para ello se realizan

actividades como las ferias de la salud a nivel nacional, en las cuales pueden participar todos los colaboradores del Grupo y sus familias. Durante estas ferias los asistentes reciben revisión médica general en más de 20 especialidades y atención psicológica.

En dicho evento también se otorga información sobre inmunizaciones, bioconservación de células madre y/o nuevos servicios médicos que redunden en un mayor bienestar familiar futuro.

Durante el 2010, además de la feria de Lima, se realizaron siete ferias en distintas ciudades del interior del país: Arequipa, Cajamarca, Chiclayo, Cusco, Iquitos, Piura y Trujillo.

Adicionalmente se llevaron a cabo programas de vacunación a nivel nacional contra la influenza.

BBVA Continental tiene en Intranet un espacio dedicado a boletines de salud, basados en los últimos estudios médicos, de manera que la totalidad de la planilla tenga acceso a información clara y veraz sobre los más recientes avances en estudios de enfermedades y tecnología médica.

Tasa de ausentismo por departamento

| | Ausencias (días) | Tasa (%) |
|-------------------------------|------------------|-------------|
| Áncash | 46 | 0.45 |
| Arequipa | 147 | 0.62 |
| Ayacucho | 3 | 0.12 |
| Cajamarca | 36 | 0.46 |
| Pasco | 6 | 0.20 |
| Cusco | 62 | 0.41 |
| Huánuco | 87 | 1.33 |
| Ica | 56 | 0.42 |
| Junín | 171 | 1.03 |
| La Libertad | 164 | 0.54 |
| Lambayeque | 156 | 0.97 |
| Lima | 9,884 | 1.04 |
| Loreto | 43 | 0.34 |
| Moquegua | 0 | 0.00 |
| Piura | 140 | 0.69 |
| Puno | 18 | 0.28 |
| San Martín | 33 | 0.26 |
| Tacna | 28 | 0.45 |
| Tumbes | 8 | 0.32 |
| Ucayali | 51 | 0.50 |
| Total a nivel nacional | 11,139 | 0.96 |

Voluntariado corporativo

Voluntarios BBVA es un equipo compuesto por colaboradores de BBVA Continental, cuyo propósito es brindar ayuda y entretenimiento a niños en situación vulnerable de distintas regiones del Perú.

Durante el 2010 el Voluntariado BBVA fue objeto una reestructuración con el fin de lograr una optimización de las actividades que venía realizando y de potenciar la participación de los colaboradores.

A partir de ello se formó el Comité de Voluntarios BBVA que ha

motivado la creación de estatutos y de una estructura formal, para lo cual se cuenta con un presidente, un vicepresidente, un tesorero, un secretario y tres vocales.

Las actividades de los Voluntarios BBVA no tienen fines de lucro y su única motivación es la acción social en favor de los menores en situación de pobreza.

A lo largo del año se realizaron dos actividades: la primera en la segunda quincena de enero, con una presentación en el Instituto Nacional del Niño; la segunda en octubre apoyando las ventas del evento "Noche de Arte" durante cuatro noches.

Al cierre de diciembre de 2010 se mantienen inscritos 80 colaboradores.

Compras responsables

Política de compras

Durante el 2010 todas las adquisiciones siguieron los procesos de acuerdo a los modelos corporativos, desde la invitación a los proveedores hasta la adjudicación.

Se continuó con la inclusión de nuevos proveedores, brindando la oportunidad a nuevas empresas y haciendo las negociaciones más justas y competitivas, las que se incrementaron en un 16%.

El proceso de búsqueda de proveedores y su posterior contratación se realiza tanto a nivel local como externo. El 98.3% de las órdenes de compra colocadas corresponde a proveedores locales, que suman un total de 401.

Se considera proveedor local a toda aquella entidad natural o jurídica que cuente con un Registro Único de Contribuyente (RUC) debidamente inscrito en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

La vigencia en la aplicación del DS 009-2005-TR, respecto de la gestión de la seguridad y salud en el trabajo, se mantiene aplicable en cada una de las contrataciones de servicios con los proveedores, en las que se han incorporado responsabilidades y obligaciones para el personal que realiza obras en las instalaciones del banco. El cumplimiento de este decreto lo garantiza la aplicación del Manual Interno de Seguridad, que incluye procedimientos para trabajos de riesgo, cuya información y supervisión de cumplimiento se encuentra a cargo de la Unidad de Seguridad (Seguridad y Salud en el Trabajo).

Herramientas de gestión y aprovisionamiento

En el 2010 las compras a través del portal electrónico Adquire, herramienta electrónica del grupo, fueron consolidándose. La principal ventaja de su uso es la automatización de los procesos haciéndolos más transparentes, de tal forma que la competencia sea objetiva para los proveedores y beneficiosa desde el punto de vista de costes para el banco.

Procesos de adquisición

| Modalidad | Descripción |
|-----------|---|
| RFX | Proceso por el cual se solicita ofertas a los proveedores que participan en un concurso de precios. |
| Subastas | Utilizadas para concursos específicos en sus dos formatos: subasta inversa y subasta tradicional. |

Esta herramienta es aplicada al 100% de las operaciones que superan los US\$ 10,000, lo que ha representado un 79.3% de su utilización. Es también empleada para el resto de las operaciones en su gran mayoría.

Uso de herramienta electrónica

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|-------------------------|------|------|------|
| Número de negociaciones | 759* | 876 | 765 |

*El menor número de operaciones electrónicas con respecto al 2009 se debe a que los procesos han sido mucho más efectivos, teniendo como resultado un mayor monto adjudicado.

Asimismo, durante el 2010 se trabajó en las bases y nuevos procesos que serán aplicados luego de la implementación en enero de 2011 del primer hito del proyecto GPS (Global Procurement System), cuyo objetivo es implantar un modelo global de aprovisionamiento homogéneo para todos los países del Grupo BBVA y tener una plataforma tecnológica común que sustente el modelo de aprovisionamiento y los procesos financieros.

Sistema de homologación de proveedores

El banco continuó incentivando a los proveedores regulares y a los nuevos a pasar por el proceso de homologación a través de alguna certificadora del mercado, a su elección. La homologación garantiza la calidad de los bienes y servicios por contratar. Asimismo permite conocer el grado de compromiso que tienen con sus trabajadores y con el medio ambiente.

Para cumplir con este proceso los proveedores deben responder a un cuestionario con preguntas relacionadas a los siguientes rubros:

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

Los criterios para determinar proveedores homologables son la facturación y la recurrencia.

Asimismo, en relación al 2009, la cantidad de proveedores homologados ha crecido en 45% del total de proveedores con que cuenta el banco. Su gestión está a cargo de la Unidad de Compras.

Homologación de proveedores

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|------------------------------------|------|------|------|
| Número de proveedores homologados* | 155 | 107 | 55 |

*Nuevo esquema de homologación por SGS del Perú.

Es importante destacar que continúa vigente el mecanismo de conocimiento de los proveedores y de control de sus antecedentes y actuación para prevenir la incorporación de quienes puedan afectar la imagen o reputación del banco. Esta actividad está a cargo de la Unidad de Cumplimiento.

Dentro del proceso de adquisición de bienes y servicios, los intervinientes deben contar con ciertas competencias profesionales, pero como principios indispensables y que merecen una atención especial se encuentran la ética, la objetividad y la transparencia.

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

Durante el 2010 no se ha rechazado a ningún proveedor en el proceso de homologación.

La compra de tarjetas de Navidad a una institución sin fines de lucro se ha convertido en una práctica habitual como parte de los proyectos responsables con los proveedores. La terna se plantea sobre la base de instituciones que trabajan directamente con grupos que presentan necesidades urgentes, como niños y ancianos en abandono o en situación de riesgo. En el 2010 la institución beneficiada fue la Asociación Mensajeros de la Paz.

Compra de tarjetas de Navidad

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|----------|--------|--------|--------|
| Cantidad | 27,630 | 24,310 | 16,820 |

Medio ambiente

Para BBVA Continental la aplicación de su política de gestión de los riesgos ambientales y sociales es de vital importancia; asimismo, la considera como principal herramienta de gestión y cuenta con la aprobación del más alto nivel directivo del banco.

En la gestión del riesgo se han incorporado aspectos ambientales y sociales como factores relevantes, marcando una diferenciación innovadora respecto al resto de empresas del sistema financiero, fortaleciendo su visión y compromiso de fomentar una cultura de cuidado del entorno donde realiza sus negocios.

El banco reconoce los estándares internacionales de sostenibilidad ambiental, está adherido al Pacto Mundial de la ONU y bajo el alcance de los Principios de Ecuador en materia de riesgo ambiental y social.

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

Cumplimiento de la legislación: Los proyectos de inversión financiados deben cumplir con la legislación ambiental y social que establece cada sector en el país, satisfacer los requisitos de los Principios de Ecuador y tomar como referencia las Normas de Desempeño del IFC.

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

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

Transparencia y comunicación: Gestionar el riesgo ambiental y social con transparencia, dentro del más estricto respeto a la confidencialidad de nuestros clientes.

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

Plan Global de Ecoeficiencia

Esta iniciativa del Grupo BBVA tiene un gran impacto. Los resultados obtenidos desde el primer año de su implementación dan cuenta del compromiso asumido por cada uno de los colaboradores involucrados en su ejecución, que cubre a toda la planilla.

Huella ambiental

Control y medición del consumo de energía

Desde inicios del 2009 se viene implementando el apagado y encendido automático de luces y equipos de aire acondicionado, tanto en la sede central como en la red de oficinas.

Durante el 2010 se realizó la renovación de equipos de alumbrado en 30 oficinas de Lima, lo que significa un menor consumo de energía y menor generación de calor. Se suma a ello la renovación de luminarias en los letreros de 50 oficinas a nivel nacional por tecnología LED, reduciendo el consumo de energía eléctrica y disminuyendo la contaminación ambiental.

Gestión ambiental

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|--|------------|-----------|-----------|
| 1. Consumo de agua* | | | |
| Total de agua consumida (m ³) | 201,055 | 138,751 | 128,156 |
| Agua consumida por empleado | 43.32 | 32.86 | 29.71 |
| *El agua potable utilizada por el banco no se reutiliza ni se recicla dado que es suministrada y controlada por empresas concesionarias del servicio público. | | | |
| 2. Consumo de energía | | | |
| Total de energía directa (GJ) | 2,649.16 | 4,092.78 | 3,219.48 |
| Energía directa por empleado (GJ) | 0.57 | 0.97 | 0.75 |
| Total de electricidad consumida (GJ) | 110,090.53 | 87,265.50 | 81,298.59 |
| Total de diesel consumido (GJ) | 2,649.16 | 4,092.78 | 3,219.48 |
| Total de energía indirecta | 110,090.53 | 87,265.50 | 81,298.59 |
| 3. Consumo de papel | | | |
| Total de papel consumido (t) | 327 | 334 | 314 |
| Total de papel consumido por empleado (kg) | 70.52 | 79.21 | 72.78 |
| Papel ecológico consumido | 0 | 0 | 0 |
| 4. Gestión de residuos | | | |
| Papel (kg) | 131,937 | 116,994 | 91,989 |
| Tóneres (kg) | 6,137 | 3,486 | 3,394 |
| Aparatos eléctricos y electrónicos (kg) | 6,310 | 5,961.9 | 24,498 |
| 5. Emisiones atmosféricas | | | |
| Total CO ₂ emitido (t) | 6,461 | 5,313 | 3,464.68 |
| Emisiones directas CO ₂ (t) ¹ | 405 | 4,799 | 290.24 |
| Emisiones indirectas CO ₂ (t) ² | 6,055 | 514 | 3,174.44 |
| ¹ Incluye el CO ₂ por consumo de combustible Diesel y viajes con vehículos propiedad del banco. ² Incluye el CO ₂ por consumo de energía eléctrica. | | | |
| 6. Videoconferencias* | | | |
| Videoconferencias | 470 | 300 | 241 |
| Telepresencias | 82 | 70 | 0 |
| Salas equipadas con videoconferencias ¹ | 5 | 5 | 6 |

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

Total de empleados 2010: 4,641

Nota: Para obtener el cálculo de consumo de agua y de energía se han tomado las tarifas promedio. En cuanto al consumo se incluye a toda la Sede Central. De igual forma para realizar el cálculo por empleado se ha tomado el número total de empleados de la planilla a diciembre de 2010 (4,641).

Campañas de sensibilización

Durante el 2010 se continuó con la campaña "Cuidando el medio ambiente", a través de comunicados de concientización emitidos por la Intranet T-Comunico.

De igual forma el banco participó en la campaña internacional "La hora del planeta", llevada a cabo el 27 de marzo, colaborando con el cuidado del medio ambiente al permanecer con las luces apagadas durante una hora en 36 oficinas a nivel nacional.

Plan de reciclado de papel y cartuchos de tóner en red de oficinas y sede central

Esta campaña se sigue realizando con éxito, tanto en la sede central como en las oficinas de Lima. Todo el papel recolectado pasa finalmente a ser picado y empacado para su posterior reciclaje.

Los cartuchos de tóner usados (sin considerar los malogrados) son

enviados al proveedor para ser remanufacturados; es decir, conservándose la carcasa se recargan con tinta y se cambian los materiales desgastados, para lograr una mayor eficiencia y calidad. Un 2% de los valorados del banco son reciclados.

Conservación y cultivo de plantas en el vivero

El vivero del banco, cuyo funcionamiento se inició hace 20 años, produce todas las plantas naturales asignadas a la sede central y oficinas que se encuentran ubicadas en Lima. Para el tratamiento y cultivo de las plantas, el banco provee insumos de alta calidad y personal especializado.

Reciclado de mobiliario

Ante la necesidad de alguna reposición o implementación de mobiliario, mantenemos como primera opción el reciclaje del existente. La mayoría de muebles sufre un gran desgaste con el uso diario; sin embargo, se pueden satisfacer las necesidades de mobiliario en

perfecto estado ya que los proveedores con que cuenta el banco realizan trabajos de primera calidad y al mismo tiempo permiten continuar con la política de cuidado del medio ambiente, evitando la tala de árboles en el caso de mobiliario elaborado con madera.

Cambio climático

Para el Grupo BBVA el cambio climático es un desafío que desde diferentes puntos de vista presenta riesgos para el sector financiero, como situaciones reales a las que es preciso dar respuesta. Es así que el Grupo quiere consolidarse como una compañía comprometida y responsable en la búsqueda de soluciones que mitiguen y prevengan las consecuencias de este proceso. Debido a ello, en el 2010 se han mantenido las iniciativas para el desarrollo y para el estudio de productos y servicios que contribuyen a la protección del clima. Los sistemas de gestión de riesgos ambientales, tanto en proyectos de inversión (Principios de Ecuador) como en la gestión medioambiental de los perfiles crediticios (Ecorating), han continuado siendo materia de evaluación en la gestión del banco. De igual forma se siguen honrando los compromisos asumidos con UNEP FI y con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

En BBVA Continental sabemos que actualmente el medioambiente, y sobre todo el cambio climático, pueden representar grandes riesgos para las instituciones financieras. Los más importantes son el riesgo de crédito ambiental y el riesgo reputacional: el primero de ellos se presenta cuando un cliente es sujeto de multas o penalizaciones a consecuencia de su desempeño ambiental, que podría afectar su flujo de caja y por tanto el repago del préstamo. Por su parte el riesgo reputacional se da cuando la imagen del banco se ve directamente afectada por un cuestionable desempeño ambiental de su cliente.

Es por eso que BBVA Continental fomenta el desarrollo de la Cartera Verde, un portafolio compuesto por operaciones que contribuyen con el medio ambiente.

En el 2010 se financiaron tres minicentrales hidroeléctricas por

US\$ 28 millones que permitirán reducir 71 mil toneladas de CO_{2e} por año.

Dentro de esta cartera se ha continuado con la financiación del Contiauto GNV.

Formación y sensibilización ambiental

BBVA Continental promueve y está comprometido con la capacitación de su personal para mejorar su competencia en la aplicación de las políticas y procedimientos ambientales que establece para sus líneas de negocio.

El Área de Riesgos, a través de la Secretaría Técnica y Gestión de Riesgo Ambiental, ha patrocinado la realización del Taller Avanzado de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (ARAS) para instituciones financieras, en asociación con el Programa Ambiental para Instituciones Financieras de las Naciones Unidas (UNEP FI). Este taller se llevó a cabo en noviembre del 2010 y estuvo dirigido a gerentes y analistas de riesgos de las principales entidades financieras de Perú y otros países de Sudamérica.

Asimismo, el área de Formación del Banco desarrolló programas de formación y sensibilización de manera permanente, con el fin de capacitar en materia ambiental a los colaboradores de la red comercial y a los analistas de riesgos. En el 2010 se capacitó a un total de 207 gerentes de oficina.

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



Compromiso con la Sociedad

S/. 8,308.718

Total de recursos destinados.

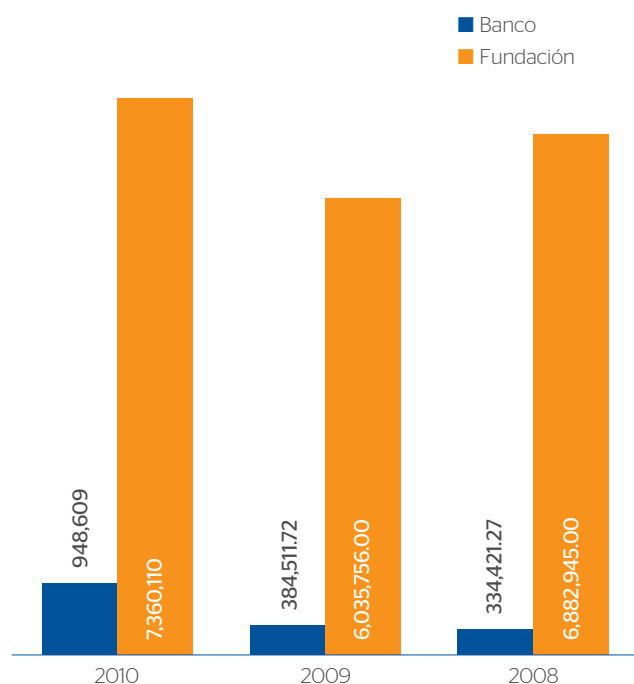
48,604

Niños beneficiados por
el programa "Leer es
estar adelante".

Compromiso con la Sociedad

Compromiso con la sociedad: Recursos destinados por BBVA Continental y su Fundación

Nuevos soles



BBVA Fundación Continental

BBVA Continental desarrolla sus programas de acción social a través de su fundación, la que desde 1973 realiza constantes actividades de promoción y difusión de las artes y educación en el país.

Desde el 2010 la fundación cuenta con una página web que recopila toda la información acerca de su actuación: www.fundacionbbva.pe.

Educación

Programa "Leer es estar adelante"

Durante el año 2010, el programa "Leer es estar adelante" incrementó su cobertura respecto del año 2009 en un 120%, pasando a atender a 48,604 niños y niñas de escuelas primarias públicas de siete regiones del país: Áncash, Arequipa, Ayacucho, La Libertad, Lima, Loreto y Piura.

Los docentes aumentaron en un 200% respecto del año 2009, siendo parte del programa en la actualidad 1,865 docentes de 443

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

En miles de nuevos soles

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|--|------------------|---------------------|---------------------|
| Por entidad | | | |
| BBVA Continental | 948,609 | 384,511.72 | 334,421.27 |
| BBVA Fundación Continental | 7,360,110 | 6,035,756.00 | 6,882,945.00 |
| Total | 8,308,719 | 6,420,267.72 | 7,217,366.27 |
| Por temática | | | |
| Asistencia social | 68,271 | 157,227.05 | 78,599.00 |
| Educación | 2,938,941 | 2,089,518.00 | 2,756,881.00 |
| Cultura | 1,521,302 | 384,193.66 | 412,449.50 |
| Salud | 2,512,516 | 2,466,250.00 | 2,411,627.00 |
| Ciencias sociales | | | |
| Medio ambiente | 2,896 | | 30,997.00 |
| Promoción de la responsabilidad social | | 223,461.00 | 406,657.00 |
| Otros campos y gastos de estructura de las fundaciones | 1,060,705 | 819,849.30 | 860,015.91 |
| Desarrollo económico y social | 204,088 | 279,768.70 | 260,139.86 |
| Total | 8,308,719 | 6,420,267.71 | 7,217,366.27 |

escuelas. Tal crecimiento ha sido posible gracias a los aportes de Minera Barrick, AFP Horizonte, Fundación Telefónica, Municipalidad de Miraflores y Municipalidad de San Juan Bautista (Iquitos). BBVA Fundación Continental continúa contribuyendo al desarrollo del programa en 19 escuelas de cinco regiones, ininterrumpidamente desde el año 2007.

La metodología de alianzas con otras empresas privadas y con entidades públicas cimienta la vocación de la Fundación de hacer aportes sostenidos en el tiempo, comprometiéndose a actores locales sensibilizados en torno a la educación de las nuevas generaciones.

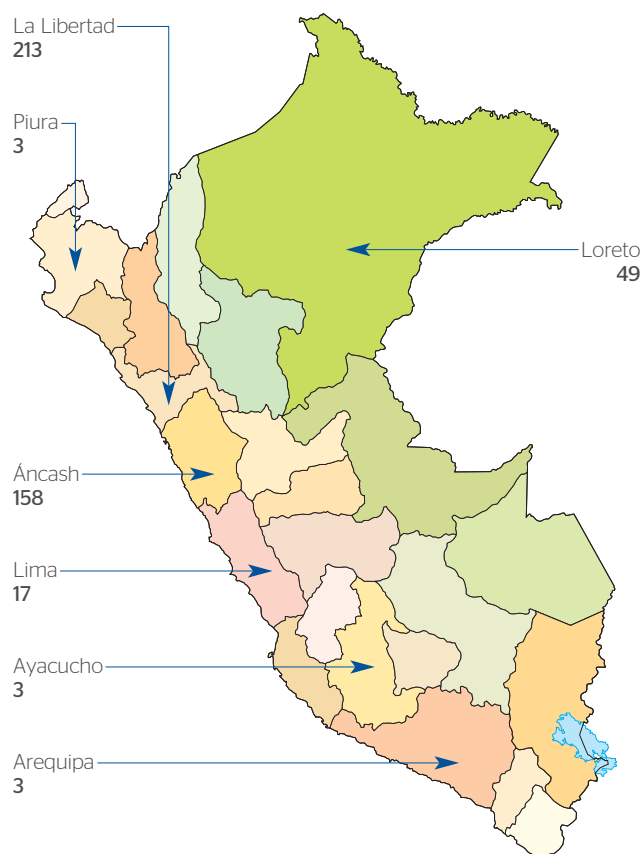
Esta ampliación de cobertura ha significado el inicio de actividades en dos regiones nuevas, Áncash y La Libertad, y el desarrollo de una propuesta destinada a áreas rurales. Para ello se han constituido redes de escuelas para el interaprendizaje, dentro de las cuales los docentes involucrados intercambian sus experiencias y aproximaciones a la nueva metodología.

Paralelamente a las instancias de capacitación y acompañamiento docente, un equipo de profesionales de diferentes disciplinas ha realizado el trabajo de campo para la recolección de información y la elaboración de los contenidos locales de los textos correspondientes a las nuevas zonas de intervención.

De esta manera, BBVA Fundación Continental profundiza su contribución a la educación nacional a través de la producción de material pedagógico orientado a elevar los índices de comprensión lectora, con contenidos cercanos a los estudiantes y docentes.

En esta misma línea, en 2010 se participó por primera vez de la "Semana Educared", un evento promovido por Fundación Telefónica en cuatro regiones distintas: Arequipa, Cajamarca, Ayacucho y Lima. En 2010 la semana estuvo dedicada a la promoción del uso de TIC en el aula y BBVA Fundación Continental presentó el seminario "Por qué y cómo usar las TIC en el aula. El caso del portal web www.leer.pe del programa Leer es estar adelante", el cual ha sido difundido a más de dos mil docentes de todo el país.

Programa "Leer es estar adelante". Número de escuelas por región



| Beneficiario | Total niños |
|---|-------------|
| BBVA Continental | 20,559 |
| Socios: Minera Barrick Misquichilca, Municipalidad Distrital de San Juan Bautista (Iquitos), Municipalidad Distrital de Miraflores (Lima), Fundación Telefónica, AFP Horizonte. | 28,045 |

| | Inversión 2010 | Número de becarios | Beneficiarios indirectos ¹ | Número de voluntarios ² | Número de aliados ³ |
|------|----------------|--------------------|---------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|
| Perú | S/. 2,550,308 | 48,604 | 194,416 | 80 | 12 |

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

²Corresponde a los Voluntarios BBVA.

³Se incluye: Ministerio de Educación, Instituto de Estudios Peruanos, Gobiernos Regionales de Áncash, Arequipa, Ayacucho, Loreto, Piura, Minera Barrick, AFP Horizonte, Fundación Telefónica, Municipalidad Distrital de Miraflores (Lima) y Municipalidad Distrital de San Juan Bautista (Loreto).

Educación financiera

En esta línea el banco contempla dos actuaciones: la primera dirigida al colectivo de estudiantes de educación primaria, con el programa "Aprendo BBVA", iniciado en el 2004, cuyo objetivo es brindar los conocimientos básicos del sistema financiero a los niños que se encuentren cursando el quinto o el sexto grado de primaria. El programa se realizó de manera constante hasta el 2009, debiendo paralizarse durante el 2010 para evitar cualquier tipo de riesgo por las obras de remodelación que se realizan en la sede principal del banco, lugar donde se recibe a los escolares para brindarles las charlas.

La segunda actuación está referida a la educación financiera y dirigida a un público adulto. Se denomina "Adelante con tu futuro" y busca generar conciencia y conocimiento de las oportunidades que brinda el sistema financiero, manejando de manera saludable nuestras propias finanzas. Este proyecto aún se encuentra en su fase de producción ya que requiere alinearse con algunas particularidades del sistema de cada país.

Ruta Quetzal BBVA

En el ámbito cultural podemos destacar la continuidad del programa Ruta Quetzal BBVA. Los 270 jóvenes expedicionarios, procedentes de 54 países, cinco de ellos peruanos, viajaron en la vigésimo quinta edición a tierras mexicanas, donde visitaron ciudades y lugares de la cultura maya, una de las civilizaciones más sofisticadas de la antigüedad. Comenzaron en Veracruz, donde Hernán Cortés inició su aventura mesoamericana, y siguieron en Tlaxotalpan, epicentro de la cultura totonaca, para continuar por el lago Catemaco, el volcán San Martín, el parque arqueológico de La Venta -foco de la cultura olmeca- y ciudades como Palenque, Uxmal, Kabah o Chichén Itzá, todas ellas fieles espejos del legado científico, cultural y artístico de la civilización maya. Por último, los jóvenes conocieron Campeche, Mérida y Valladolid o núcleos como Izamal o Maní, sin olvidar la Reserva de la Biosfera del río Lagartos, que atesora una fauna de gran riqueza.

Posteriormente, en España, Ruta Quetzal BBVA fue recibida por SS.MM. los reyes de España y recorrieron Madrid, Cádiz, Lisboa, diversos lugares de Galicia como Padrón y Santiago de Compostela, y algunos rincones de la comunidad castellano-leonesa, antes de regresar a Madrid, ciudad en la que concluyó la expedición con la entrega de los diplomas en el acto de clausura del programa académico, dirigido por la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Cabe destacar la visita al Congreso de los Diputados, en un año en el que el parlamentarismo en España e Iberoamérica tuvo gran relevancia en la programación académica de la ruta.

Cultura

Sala de exposiciones Pedro Brescia Cafferata

Con el fin de revalorar la obra de artistas plásticos arequipeños y, a la vez, la colección de obras de arte de propiedad de BBVA Continental, se creó la Sala de Exposiciones Pedro Brescia Cafferata en las instalaciones de la Casa Tristán del Pozo en la ciudad de Arequipa. Este proyecto presenta una muestra permanente de acuarelas y pinturas al óleo de los principales exponentes de la plástica arequipeña, como Jorge Vinatea Reynoso, Teodoro Núñez Ureta, Carlos Baca Flor, Luis Palao Berastain, entre otros.

El inmueble que acoge la muestra data del siglo XVIII y para este proyecto se han tomado tres salas, las que han sido habilitadas con una propuesta museográfica moderna y sugerente, sin alterar el valor arquitectónico del espacio.

Teatro Mario Vargas Llosa

De igual forma se continuó con el patrocinio a las actividades del Teatro Mario Vargas Llosa de la Biblioteca Nacional del Perú, a través de los montajes realizados por la Asociación Cultural Plan 9. Entre las obras presentadas se cuentan: "La Chunga" de Mario Vargas Llosa, "El señor de las moscas" de William Golding, "Extras" de Sabina Berman, "El celular de un hombre muerto" de Sarah Ruhl, "39 escalones" de Alfred Hitchcock, "Max y los maximonstruos" de Maurice Sendak y "La pera de oro" de César de María; estas dos últimas dirigidas a toda la familia.

Al finalizar el año, el banco y la fundación participaron en el homenaje al escritor Mario Vargas Llosa tras recibir el premio Nobel de Literatura 2010. En conjunto con el Ministerio de Cultura se realizó un conversatorio en torno a "El sueño del celta", llevado a cabo en el Museo de la Nación y que contó con la participación de destacados estudiosos de la obra del escritor arequipeño.

Espectáculos musicales

Temporada Internacional de Opera 2010 de Lima. Durante el 2010 la Fundación auspició la Temporada Internacional de Opera en el teatro Segura, evento organizado por la Asociación de Artes Musicales Romanza. Las obras presentadas fueron Cavalleria Rusticana de Pietro Mascagni y Pagliacci de Ruggiero Leoncavallo, Suor Angelica y Gianni Schicchi de Giacomo Puccini.

Festival Internacional Alejandro Granda. Una gran ópera y un elenco extraordinario, "La Favorita", de Donizetti, y "Norma" basado en una tragedia de Alexandre Soumet, al frente de un notable grupo de protagonistas de la lírica internacional, se presentaron en el Teatro Municipal Alejandro Granda del Callao. BBVA Continental realizó una velada musical para sus principales clientes y en el escenario logró reunir a notables cantantes europeos. La obra fue parte del II Festival Internacional de Opera "Alejandro Granda".

Noche de Arte

Por segundo año consecutivo la sede principal de BBVA Continental recibió a la más importante muestra de arte nacional: Noche de Arte, exposición-venta organizada por United States Embassy Associated. En esta oportunidad participaron 215 artistas entre pintores, escultores y fotógrafos con 480 obras. Las ventas totales fueron destinadas a siete instituciones sin fines de lucro que atienden principalmente a niños en abandono.

Actividades institucionales

48 Conferencia Anual de Ejecutivos

El banco participó en calidad de patrocinador en esta edición de la CADE, que se realizó en el valle del Urubamba en Cusco y abordó el tema de la competitividad en el Perú. La CADE es un espacio de reflexión acerca de cómo se encuentra el país, qué problemas lo aquejan y qué soluciones pueden darse. Esta conferencia reúne a los representantes de las principales empresas del país y siendo un año preelectoral dedicó una fecha para congregarse a los candidatos presidenciales, brindando un espacio de encuentro y diálogo.

Foro de Inversión y Cooperación España-Perú

Durante el 2010, el banco fortaleció sus relaciones con la Embajada del Reino de España a través de su participación en las diferentes actividades para las que fue convocado. Entre ellas estuvo el auspicio al Foro de Inversión y Cooperación España-Perú, reunión que congregó a empresarios españoles interesados en iniciar operaciones en el país, jornada que tomó dos días de reuniones y mesas de trabajo.

Foro de Responsabilidad Social Empresarial VISIONES

En el mes de octubre se realizó el Foro de Responsabilidad Social Empresarial VISIONES, organizado por la Cámara Oficial de Comercio de España en Perú (COCEP), la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Embajada del Reino de España, teniendo como sede el auditorio del banco. El encuentro permitió la reflexión y articulación de una agenda común en la responsabilidad de promover y fomentar el desarrollo y el crecimiento del Perú con inclusión social y cohesión económica. Contó además con la participación de expositores nacionales y extranjeros de primer nivel.

Encuentro Empresarial España-Perú

A finales de noviembre el Consejo Superior de Cámaras Españolas organizó el Encuentro Empresarial España-Perú, con motivo de la visita oficial de SSAARR los Príncipes de Asturias, escenario propicio para el encuentro de los representantes de las empresas y organizaciones españolas en Perú.

Auspicios y donaciones

Con un fin altruista, tanto el banco como la fundación participan auspiciando y promoviendo actividades a favor de los más necesitados, principalmente en los campos de la educación y la cultura. Algunas de las instituciones favorecidas han sido:

- Asociación Stella Maris.
- Parroquia Niño Jesús.
- Colegio Turicara.
- Colegio San Agustín.
- Asociación Hogares Nuevo Futuro.
- Asociación Mensajeros por la Paz.
- Instituto Trabajo y Familia.
- USEA - Noche de Arte.



Progresos 2010 y Objetivos 2011

Progresos 2010 y Objetivos 2011

| | Objetivos 2010 | Progresos 2010 | Objetivos 2011 |
|--|--|--|---|
| Política de Responsabilidad Corporativa | <ul style="list-style-type: none"> •Continuar con las mejoras en los canales de comunicación para la difusión de la información en materia de RC. | <ul style="list-style-type: none"> •Desarrollo de estrategia en el uso de los canales de comunicación para la difusión de RC. | <ul style="list-style-type: none"> •Plan de comunicación (interna y externa) de la RC. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Desarrollar actividades en las que se logre mayor participación de las Unidades que conforman el Comité de RRC | <ul style="list-style-type: none"> •Realización de tres Comités de RRC con la participación de los miembros del Comité de Dirección y los voceros del IARC compuesto por los representantes de las diferentes Unidades y Áreas del banco. | <ul style="list-style-type: none"> •Realización de comités específicos por tema relevantes. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Involucramiento de las diferentes Unidades del banco a partir del Plan Estratégico de RRC. | <ul style="list-style-type: none"> •Realización de cursos a través de la plataforma e-Campus y dos talleres dirigidos al Comité de Dirección y a los voceros del IARC. | <ul style="list-style-type: none"> •Ampliar el colectivo de colaboradores en el curso virtual y realización de dos talleres anuales como práctica regular con el Comité de Dirección y los voceros del IARC. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Continuar en la identificación y evaluación de otros convenios complementarios. | <ul style="list-style-type: none"> •No se han presentado oportunidades al respecto. | <ul style="list-style-type: none"> •Continuar en la identificación y evaluación de otros convenios complementarios. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Mantener la calificación A+ en el IARC. | <ul style="list-style-type: none"> •Cuarta certificación GRI manteniendo la calificación A+. | <ul style="list-style-type: none"> •Mantener la calificación A+. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Mantener la verificación del informe con ampliación de indicadores. | <ul style="list-style-type: none"> •Cuarto informe verificado por Deloitte con revisión de 16 indicadores financieros. | <ul style="list-style-type: none"> •Mantener la verificación del informe. |
| Grupos de Interés | <ul style="list-style-type: none"> •Seguir ampliando el perímetro de consulta. | <ul style="list-style-type: none"> •Continuidad en el sistema de consulta de los grupos de interés. | <ul style="list-style-type: none"> •Reestructuración del proceso de consulta a los grupos de interés. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Proseguir con los avances en materia de información recabada a los grupos de interés. | <ul style="list-style-type: none"> •Continuar con las mejoras. | <ul style="list-style-type: none"> •Incorporar nuevas herramientas de escucha y análisis de la opinión pública. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Distribuir la información relativa al IARC cuando se publique a través de <i>mailing</i> a inversores y accionistas. | <ul style="list-style-type: none"> •Envío del IARC <i>vía mailing</i> a inversores, accionistas, principales clientes, principales organismos gubernamentales y no gubernamentales. | <ul style="list-style-type: none"> •Mejorar los canales de distribución e información del IARC. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Aplicación de herramienta para automatización de la emisión de certificados por la retención de impuestos de los accionistas. | <ul style="list-style-type: none"> •Debido al cambio de sistema en la Caja de Valores de Lima no se pudo concretar el uso de la herramienta. | <ul style="list-style-type: none"> •Petición de uso de herramienta para ejecución en 2011. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Sistema de atención personalizada por el área de Valores. | <ul style="list-style-type: none"> •Continuidad en la atención personalizada | <ul style="list-style-type: none"> •Realización de cursos y talleres para la capacitación del personal. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Continuar impulsando el uso de otros canales no presenciales. | <ul style="list-style-type: none"> •Continuidad en el uso de la web (cobro de dividendos y entrega de certificados físicos). | <ul style="list-style-type: none"> •Continuar con las mejoras. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Desarrollar acciones de comunicación para informar sobre la política de RC del Grupo a los colaboradores. | <ul style="list-style-type: none"> •Continuidad en las mejoras. | <ul style="list-style-type: none"> •Reforzar el conocimiento de la RC a través de los canales de comunicación interna. |
| | <ul style="list-style-type: none"> •Desarrollar nuevas herramientas para mejorar la comunicación con este grupo de interés. | <ul style="list-style-type: none"> •Además de las herramientas electrónicas a través de las cuales se informa sobre esta materia, el banco participa en foros y ferias y comités a nivel nacional, a través de los cuales difunde todo lo relacionado a la RC y el Plan de Acción Social. | <ul style="list-style-type: none"> •Extender el perímetro de comunicación. |

| | Objetivos 2010 | Progresos 2010 | Objetivos 2011 | |
|-------------------------------|---|--|---|--|
| Grupos de Interés | <ul style="list-style-type: none"> Continuar impulsando proyectos sociales con implicación por parte de accionistas y/o clientes. | <ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de alianzas con clientes para la ampliación del programa de acción social "Leer es estar adelante". | <ul style="list-style-type: none"> Ampliar el número de socios para incrementar el número de niños atendidos por el programa "Leer es estar adelante". | |
| Inclusión Financiera | <ul style="list-style-type: none"> Continuidad en la participación de los programas de vivienda desarrollados por el Gobierno y con el crecimiento de participación en el mercado. Incrementar la cuota de participación en el mercado. | <ul style="list-style-type: none"> Crecimiento de 21.29% en las colocaciones de proyectos de vivienda en general. Financiamiento integral del programa de vivienda social "Ciudad del Sol de Collique" (20,000 viviendas). Crecimiento de 16.92% de clientes en el segmento pymes. | <ul style="list-style-type: none"> Potenciar el rubro para lograr un mayor alcance. Desarrollo de nuevos productos para impulsar el segmento. | |
| Orientación al Cliente | <ul style="list-style-type: none"> Creación de herramienta que permite verificar en línea y en tiempo real la ficha RENIEC del cliente. Potenciar las herramientas para mejorar la calidad de atención. | <ul style="list-style-type: none"> Implementación del sistema de respuesta electrónica y telefónica ("Última llamada") de reclamos. Aplicación de la herramienta "Martes de calidad" en toda la red de oficinas y lanzamiento del curso especializado "La magia en el servicio" dirigido a líderes de oficina. | <ul style="list-style-type: none"> Continuar con las mejoras. Continuar con el desarrollo de nuevas herramientas. | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Continuar desarrollando actividades que incrementen los niveles de satisfacción y recomendación de nuestros clientes. | <ul style="list-style-type: none"> Implementación del Sistema de Monitoreo de Satisfacción. | <ul style="list-style-type: none"> Incrementar el alcance del modelo de calidad a todas las áreas del banco. | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Continuar el desarrollo de la estrategia publicitaria en esta línea. | <ul style="list-style-type: none"> Presentación de proyectos para fortalecer la transparencia y lenguaje claro en las comunicaciones del banco. | <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de proyectos en esta línea. | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Continuar con el incremento de los Agentes Corresponsales principalmente en las zonas donde la presencia del banco aún es baja. | <ul style="list-style-type: none"> Crecimiento de 239.47% en Agentes Express, Express Plus y Kasnet y de 390.70% en Agentes Rurales (Express y Kasnet). | <ul style="list-style-type: none"> Continuar con las mejoras. | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Evaluación del desarrollo de nuevos productos a partir de la Cartera Verde. Ampliación de la cartera. Estudio de nuevos productos para colectivos especiales. | <ul style="list-style-type: none"> Se continuó con la habilitación de líneas a través de las multilaterales. Realización de dos talleres de RRC cuyo objetivo fue analizar y plantear el desarrollo de nuevos productos. | <ul style="list-style-type: none"> Continuar con el desarrollo en esta línea. Evaluación de la implementación de nuevos productos a partir de los talleres de RRC. | |
| | Finanzas Responsables | <ul style="list-style-type: none"> Implementación de la herramienta ambiental para la categorización por cliente y actividad a partir de los Principios de Ecuador. Auditoría Interna se encuentra evaluando la aplicación de la verificación de los criterios sociales y ambientales en la actividad crediticia. Implementación de herramientas que garanticen la confianza del cliente. | <ul style="list-style-type: none"> Continuidad en la formación en materia de riesgos ambientales y sociales. Se encuentra en elaboración el esquema de aplicación de la verificación de los criterios sociales y ambientales. Formación del 100% de planilla en el curso de Lavado de activos. | <ul style="list-style-type: none"> Aumento del número de personal capacitado en materia de riesgos. Cierre de propuesta en el segundo semestre del año. Continuar con el desarrollo de nuevas herramientas. |

| | Objetivos 2010 | Progresos 2010 | Objetivos 2011 | |
|--|---|---|--|---|
| BANCA RESPONSABLE | Recursos Humanos | •Continuidad en el desarrollo y aplicación de esta herramienta. | •La encuesta GPTW posiciona al banco entre las mejores empresas peruanas con más de 700 trabajadores. | •Mantener el desarrollo y aplicación de esta herramienta. |
| | | •Desarrollo de nuevas campañas en esta línea. | •Lanzamiento de iniciativas: Sensibilización de la dirección, Tele-trabajo y salud y bienestar. | •Continuar con las mejoras. |
| | | •Fomentar la participación de los empleados. | •Mayor difusión del lanzamiento de campañas a través de las diferentes herramientas de comunicación interna. | •Continuidad en la búsqueda de oportunidades que benefician a los empleados. |
| | | •Asegurar la mayor participación de los empleados a través de esta vía. | •Incremento de cursos en la plataforma e-Learning. | •Potenciar el uso de la plataforma a partir del Plan de Formación Individual (PDI). |
| | | •Incrementar el número de empleados en la enseñanza o refuerzo de un segundo idioma. | •Promoción de los canales virtuales y evaluaciones <i>online</i> para medición del nivel del idioma. | •Continuar con las mejoras. |
| | | •Desarrollo de un Plan local de Formación en RC que involucre al total del personal del Banco. | •Revisión del Plan local de Formación en RC. | •Aplicación del Plan local de Formación en RC. |
| | | •Renovar la estrategia de actividades del equipo de Voluntarios. | •Reestructuración del voluntariado corporativo con la formación del Comité de Voluntarios BBVA. | Desarrollo del actividades con colectivos especiales. |
| Compras Responsables | •Ampliación del número de proveedores homologables. | •Crecimiento de 45% de proveedores homologados. | •Continuar con el crecimiento de proveedores homologados. | |
| | •Estudio de desarrollo de alianzas con otras instituciones benéficas. | •Se continuó con la compra de tarjetas de salud de Navidad (beneficiado: Asociación Mensajeros de la Paz). | •Evaluación de gestión de alianzas con otras instituciones benéficas. | |
| Medio Ambiente | •Renovación de equipos de alumbrado en 30 oficinas. | •Renovar equipos de alumbrado en 30 oficinas más. | •Continuar con la renovación de equipos de alumbrado e implementación de nuevas oficinas con concepto ambientalista. | |
| Compromiso con la Sociedad | •Continuar con el programa "Leer es estar adelante" tanto en la edición de los textos como con la capacitación de los maestros. | •Se mantiene la atención de 19 escuelas dentro del programa de acción social del banco y en 429 escuelas a partir de la alianza estratégica con nuevos socios. | •Continuar con la edición de los textos y la capacitación de los maestros tanto en las escuelas propias como en las escuelas de los actuales y futuros socios. | |
| | •Desarrollo de alianzas con empresas privadas y organismos gubernamentales. | •Se logró alianzas con 3 empresas y dos municipios con lo cual se atienden a 48,604 niños. | •Continuar con las alianzas con otras empresas y organismos a nivel nacional. | |
| | •Continuar con las mediciones del programa "Leer es estar adelante". | •Replanteamiento de la estructura de la evaluación debido a que el colectivo que se atiende se ha masificado. | •Realización de la evaluación de medición. | |
| | •Continuar patrocinando las actividades en el teatro Mario Vargas Llosa. | •Se mantuvo el auspicio en este rubro. | •Continuidad del auspicio. | |
| | •Crear nuevas alianzas con otras instituciones culturales. | •Auspicios y convenios con la Asociación Cultural Romanza, con el Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú y creación de la sala de exposiciones Pedro Brescia Cafferata en Arequipa. | •Generar alianzas con otras instituciones culturales y a su vez desarrollo de proyectos culturales internos en las sedes de provincia. | |
| •Lanzamiento del Plan de Acción Social con el foco de la educación financiera. | •Programa "Adelante con tu futuro" en fase de producción. | •Lanzamiento del programa "Adelante con tu futuro". | | |

Premios y Reconocimientos 2010

| Premio | Otorgado por |
|--|--|
| BBVA Fundación Continental obtuvo el Gran Premio Creatividad Empresarial 2010 y Premio Creatividad Empresarial 2010 Categoría Educación por el programa "Leer es estar adelante" | Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) |
| BBVA Continental obtuvo el Premio Creatividad Empresarial en la categoría Empresa Descentralizada por su producto Seguro Multiriesgo Negocio BBVA | Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) |
| BBVA Fundación Continental: Premio Integración y Solidaridad en la categoría Empresa Pequeña, Mediana y Grande por el programa "Leer es estar adelante" | Radio Programas del Perú (RPP) |
| BBVA Continental es el tercero en el ranking de los 25 Mejores Bancos de América Latina* | Revista <i>América Economía</i> |
| BBVA Continental: continúa siendo el único banco del sistema financiero peruano incluido en el Índice de Empresas que Cumplen con los Principios de Buen Gobierno Corporativo | Bolsa de Valores de Lima (BVL) |
| BBVA Continental: Mejor Banco en Comercio Exterior en Perú | Revista <i>Trade Finance</i> |
| BBVA Continental: Mejor Banco del Perú por séptimo año consecutivo | Revista Global Finance |
| BBVA Continental: obtuvo el tercer puesto del ranking anual de los bancos más sostenible de América Latina | Management & Excellence y revista <i>Latin Finance</i> |

*Único banco peruano entre los tres primeros y mejor banco del Perú.



| | |
|----|---------------------------------------|
| 66 | Pacto Mundial y Objetivos del Milenio |
| 68 | Informe de revisión independiente |
| 69 | Criterios del informe |
| 70 | Indicadores GRI |

Información Complementaria

Pacto Mundial y Objetivos del Milenio

Pacto Mundial

Para BBVA Continental, la responsabilidad corporativa tiene como base el desarrollo y cumplimiento de los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Es bajo este esquema que a lo largo de estos últimos seis años, desde su adhesión en el 2004 que involucra a cada una de sus unidades, desarrolla proyectos tanto de negocio como sociales, con el fin de promover esta iniciativa multisectorial.

El banco es miembro de la Red del Pacto Mundial en Perú; del Patronato de Perú 2021, institución que promueve la responsabilidad social entre las empresas; y del Comité de Responsabilidad Social de la Cámara de Comercio de España en el Perú. La participación del banco en estas instituciones ratifica la razón de su compromiso en la materia.

BBVA Continental y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

| Categorías | Principio | Indicadores GRI |
|----------------------------|--|--|
| Derechos humanos | <p>Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.</p> <p>Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.</p> | <p>LA 4, LA 7-8, LA 13, HR 1-2, HR 4-7, SO 5, PR 1</p> <p>HR 1-2, HR 4-7, SO 5</p> |
| Trabajo | <p>Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.</p> <p>Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.</p> <p>Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.</p> <p>Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.</p> | <p>LA 4-5, HR 1-2, HR 5, SO 5</p> <p>HR 1-2, HR 7, SO 5</p> <p>HR 1-2, HR 6, SO 5</p> <p>EC 7, LA 2, LA 13, HR 1-2, HR 4, SO 5</p> |
| Medio ambiente | <p>Principio 7: Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.</p> <p>Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p> <p>Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.</p> | <p>EN 26, EN 30, SO 5, FS1, FS2</p> <p>EN 1-4, EN 8, EN 16, EN 22, EN 26, EN 28, SO 5, PR 3, FS1, FS2</p> <p>EN 2, EN 26, SO 5</p> |
| Lucha contra la corrupción | <p>Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.</p> | <p>SO 2-5</p> |

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

Objetivos de Desarrollo del Milenio

Los ocho Objetivos del Milenio (ODM), promovidos por las Naciones Unidas, surgen de un acuerdo internacional que establece el 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras

significativas en la reducción de la pobreza, la enseñanza primaria universal y la sostenibilidad del medio ambiente, entre otras metas. BBVA Continental no es ajeno a esta iniciativa y en el 2010 ha continuado la realización de acciones encaminadas a cumplir estos objetivos.

Las iniciativas más importantes al respecto se detallan en el siguiente cuadro:

Los Objetivos del Milenio en BBVA Continental

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

*Se destacan las iniciativas más importantes de cada objetivo.



Deloitte & Touche S.R.L.
Las Begonias 441, Piso 6
San Isidro, Lima 27
Perú

Tel: +51 (1) 211 8585
Fax: +51 (1) 211 8586
www.deloitte.com.pe

Informe de Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2010 del BBVA Banco Continental S.A.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC) del ejercicio 2010 del BBVA Banco Continental, cuyo alcance se encuentra definido en el capítulo "criterios del Informe". Con base en el mismo, nuestro trabajo ha consistido en revisar:

- La adaptación de los contenidos del IARC a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), así como los indicadores de desempeño centrales y del suplemento sectorial del sector financiero propuestos en dicha guía.
- La información, incluida en el IARC, sobre la ejecución de los proyectos sociales en el 2010 a cargo del BBVA Banco Continental S.A. (en adelante el Banco) y la Fundación BBVA Banco Continental (en adelante la Fundación).

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

Estándares y procesos de verificación

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

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

- Reuniones con el personal del Banco para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IARC 2010.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2010 de las Juntas de Accionistas y Directorio, relacionadas a la Responsabilidad Corporativa del Banco.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IARC en función del entendimiento del Banco de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados y descritos en los capítulos "Criterios del Informe" y "Grupos de Interés" del IARC.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados y comprobación de la existencia, así como el alcance de políticas, sistemas y procedimientos relativos a Responsabilidad Corporativa.
- Revisión relativa a que el contenido del IARC no contradice ninguna información relevante suministrada por el Banco en su Memoria Anual.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en la Guía G3 de GRI y comprobación que los indicadores centrales y del suplemento sectorial incluidos en el IARC se corresponden con los recomendados por dicha guía, indicándose aquellos no aplicables o no disponibles.
- Validación, mediante pruebas selectivas, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores principales GRI incluidos en el IARC 2010 y su adecuada compilación, a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Banco, así como en los resultados de los proyectos sociales ejecutados por el Banco y la Fundación.

Conclusiones

En el capítulo "Indicadores GRI" del IARC 2010 se detallan los indicadores de desempeño revisados, las limitaciones en el alcance de la revisión y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos recomendados por GRI. Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto que nos haga creer que el IARC contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo a las directrices de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).

Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información sobre los proyectos sociales ejecutados por el Banco y la Fundación BBVA Banco Continental en el 2010 contenga errores significativos.

Recomendaciones

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

- Ampliar de forma consistente la base de conocimiento del personal del Banco, vinculado a la función de Responsabilidad Corporativa, en temas relacionados a la gestión y reporte medio ambiental, suplemento financiero y de control interno.
- Consolidar el proceso de recolección de información ambiental con el objetivo de evitar errores en la consistencia de los datos y en el cálculo mismo de los indicadores.
- Incluir como parte del proceso de reporte el seguimiento trimestral de las cifras a ser reportadas, permitiendo anticipar situaciones contrarias o inconsistentes en las mismas.

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

- La preparación del IARC 2010, es responsabilidad de la Unidad de Imagen y Comunicación del Banco. Para ello, coordina con las áreas responsables y canaliza la información necesaria para su emisión. Posteriormente se encarga de su difusión según el Código de Conducta del Grupo BBVA.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por lo tanto, la seguridad proporcionada también es menor, por lo que el presente informe no puede entenderse como un informe de auditoría.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés del BBVA Banco Continental S.A. de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

Lima, 31 de Marzo de 2011
Deloitte & Touche S.R.L.

Gerardo Herrera Pardo
Socio
Enterprise Risk Services

Criterios del informe

Perfil, alcance, relevancia, materialidad y cobertura

BBVA Continental elabora un Informe de Responsabilidad Corporativa desde el 2005, en cuyas páginas recoge la información de las actividades anuales que se realizan en esta materia en cada una de las unidades que componen la empresa. Los capítulos que conforman este informe presentan tanto datos cualitativos como cuantitativos; estos últimos reflejan en su mayoría información de los tres últimos años (2008 al 2010). Si la data de los años anteriores se ve modificada en algunos casos es debido a una mejora en los métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas. La información incluida en las páginas que integran este documento incluye a todas las oficinas del banco a nivel nacional, exceptuando las subsidiarias.

En el informe de este año destacamos:

- Reformulación en la composición del índice, de acuerdo a la estructura planteada en el informe del Grupo.
- Para mayor referencia y sustento de la información, la publicación del IARC se efectúa en conjunto con la memoria anual del banco.
- Por segundo año consecutivo la edición del documento se hará en formato digital, reduciendo el consumo de papel a únicamente 100 ejemplares, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

En la determinación de la relevancia y materialidad de los contenidos incluidos se ha concedido especial atención a los grupos de interés más significativos, con una continuidad en los procesos de consulta según las recomendaciones establecidas en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (versión 3, 2006) de Global Reporting Initiative (GRI), y en la nueva norma AA1000 que comprende la Norma de Principios de AccountAbility AA 1000APS (2008) y la Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA 1000 AS (2008).

Asimismo, el presente informe se completa con la Memoria Anual 2010, así como con la información publicada en la página www.bbvabancocontinental.com.

Referencias básicas y estándares internacionales

De acuerdo a los indicadores GRI, el IARC de BBVA Continental, ha alcanzado los siguientes niveles de aplicación:

- 2007: B+
- 2008: A+
- 2009: A+
- 2010: A+

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

Inclusión: Participación de nuestros grupos de interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la sostenibilidad.

Relevancia: Determinación de los temas relevantes para BBVA y sus grupos de interés, alineados con los procesos de toma de decisiones y la estrategia de la organización.

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

Asimismo, BBVA Continental ha pretendido demostrar su compromiso con los Objetivos del Milenio de la ONU e incluye el Informe de Progreso 2010 de cumplimiento con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, siguiendo la guía de GRI y Global Compact "Making the Connections".

Rigor y verificación

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

Indicadores GRI

| PERFIL | | | |
|-----------------------------------|---|----------------------------|-----------|
| 1. | Estrategia y Análisis | Páginas | Reportado |
| 11 | Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia. | 8-9 | TOTAL |
| 12 | Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades. | 15, 21 | |
| 2. | Perfil de la organización | Páginas | Reportado |
| 21 | Nombre de la organización. | Portada, 6, Contraportada | TOTAL |
| 22 | Principales marcas, productos y/o servicios. | 6 | TOTAL |
| 23 | Estructura operativa de la organización. | 7 | TOTAL |
| 24 | Localización de la sede principal de la organización. | 6 | TOTAL |
| 25 | Número de países en los que opera la organización. | 7 | TOTAL |
| 26 | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | 6 | TOTAL |
| 27 | Mercados servidos. | 7 | TOTAL |
| 28 | Dimensiones de la organización informante. | 6-7 | TOTAL |
| 29 | Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización. | 7 | |
| 210 | Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo. | 63 | |
| 3. | Parámetros de la memoria | Páginas | Reportado |
| PERFIL DE LA MEMORIA | | | |
| 31 | Periodo cubierto por la información contenida en la memoria. | 5 | TOTAL |
| 32 | Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere). | 5 | TOTAL |
| 33 | Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.). | 5 | TOTAL |
| 34 | Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido. | Contraportada | TOTAL |
| ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA | | | |
| 35 | Proceso de definición del contenido de la memoria. | 60, 20-22 | TOTAL |
| 36 | Cobertura de la memoria. | 5, 69 | |
| 37 | Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria. | 5, 69 | TOTAL |
| 38 | La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (<i>joint ventures</i>), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones. | 5 | TOTAL |
| 39 | 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. | 6-7, 69, 38-44, 48, 50, 54 | TOTAL |
| 310 | 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. | 69 | TOTAL |
| 311 | Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria. | 15, 69 | TOTAL |
| ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI | | | |
| 312 | Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria. | 3, 70-72 | TOTAL |
| VERIFICACIÓN | | | |
| 313 | 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. | 68 | TOTAL |
| 4. | Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés | Páginas | Reportado |
| GOBIERNO | | | |
| 41 | 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. | 14-15, IGC-MA | TOTAL |

| 42 | 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). | 14-15, IGC-MA | TOTAL |
|--|---|-------------------|-------|
| 43 | En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. | IGC-MA | TOTAL |
| 44 | Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. | 14, 46, IGC-MA | TOTAL |
| 45 | 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). | 41 | TOTAL |
| 46 | Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno. | 13, 14, IGC-MA | TOTAL |
| 47 | 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-MA | TOTAL |
| 48 | 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, 15, 16 | TOTAL |
| 49 | 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. | 13, 14, 20-22 | TOTAL |
| 410 | Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social. | IGC-MA | TOTAL |
| COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS | | | |
| 411 | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. | 15, 51 | TOTAL |
| 412 | Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe. | 16, 51, 54, 66-67 | TOTAL |
| 413 | Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya. | 16, 54-57 | TOTAL |
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | | | |
| 414 | Relación de grupos de interés que la organización ha incluido. | 20 | TOTAL |
| 415 | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. | 20-21 | TOTAL |
| 416 | Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés. | 20-21 | TOTAL |
| 417 | 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. | 21 | |

| ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES | | |
|---|---------|-----------|
| Dimensión Económica | Páginas | Reportado |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| Desempeño económico | | |
| EC1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, | | |

| | | |
|---|----------------|------------------|
| beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos. | 16-17 | TOTAL |
| EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático. | 51 | TOTAL |
| EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. | 44-45, 46 | TOTAL |
| EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. | No material* | NO |
| Presencia en el mercado | | |
| EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | 40 | TOTAL |
| EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | 47 | TOTAL |
| EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | 40 | TOTAL |
| Impacto económico indirecto | | |
| EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie. | 36-37 | TOTAL |
| Dimensión Ambiental (a) | Páginas | Reportado |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| Materiales | | |
| EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen. | 50 | TOTAL |
| EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados. | 49-50 | TOTAL |
| Energía | | |
| EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. | 50 | TOTAL |
| EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. | 50 | TOTAL |
| EN5. Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia. | 49-50 | TOTAL |
| EN6. Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. | 36, 51 | TOTAL |
| EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas. | 50 | TOTAL |
| Agua | | |
| EN8. Captación total de agua por fuentes. | 50 | TOTAL |
| Biodiversidad | | |
| EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. | No material* | NO |
| EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a la áreas protegidas. | No material* | NO |
| Emisiones, vertidos y residuos | | |
| EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso. | 50 | TOTAL |
| EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. | No material* | NO |
| EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. | 49-50 | TOTAL |
| EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso. | No material* | NO |
| EN20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso. | No material* | NO |
| EN21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. | No material* | NO |
| EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento. | 50 | TOTAL |
| EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos. | No material* | NO |

| | | |
|---|----------------|------------------|
| Productos y servicios | | |
| EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto. | 36, 51 | TOTAL |
| EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos. | No material* | NO |
| Cumplimiento normativo | | |
| EN28. Costes de la multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental. | 16 | TOTAL |
| Transporte | | |
| EN 29. Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte personal. | 50 | TOTAL |
| Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (b) | Páginas | Reportado |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN | | |
| Empleo | | |
| LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región. | 38-39 | TOTAL |
| LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región. | 39, 40 | TOTAL |
| LA3. Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal. | 41, 45-46 | TOTAL |
| Relaciones empresa/trabajadores | | |
| LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo. | 43-44 | TOTAL |
| LA5. Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. | 40 | TOTAL |
| Salud y seguridad en el trabajo | | |
| LA6. Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo. | 44 | TOTAL |
| LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. | 47 (1) | TOTAL |
| 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. | 46 | TOTAL |
| LA9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. | 43-44 | TOTAL |
| Formación y Educación | | |
| LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado. | 41, 42 | TOTAL |
| LA11. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales. | 42 | TOTAL |
| LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional. | 41 | TOTAL |
| Diversidad e igualdad de oportunidades | | |
| LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad. | 39 | TOTAL |
| LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. | 41 | TOTAL |
| Dimensión Social: Derechos Humanos (c) | Páginas | Reportado |

| | | |
|---|--|--|
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN | | |
| Prácticas de inversión y aprovisionamientos | | |
| HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan | | |

| | | |
|---|----------------|------------------|
| sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. | 30, 31 | TOTAL |
| HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia. | 48 | TOTAL |
| No discriminación | | |
| HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. | 39, 43 | TOTAL |
| Libertad de Asociación y convenios colectivos | | |
| 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. | 43 | TOTAL |
| Abolición de la explotación infantil | | |
| HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | 16, 55 | TOTAL |
| Prevención del trabajo forzoso y obligatorio | | |
| HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | 15, 16 | TOTAL |
| Dimensión Social: Sociedad (d) | Páginas | Reportado |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| Comunidad | | |
| SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida. | 14 | TOTAL |
| Corrupción | | |
| SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. | 31, 42 | TOTAL |
| SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización. | 42 | TOTAL |
| SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción. | 31, 44 | TOTAL |
| Política pública | | |
| SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i> . | 16 | TOTAL |
| Cumplimiento normativo | | |
| SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. | 16 | TOTAL |
| Dimensión Social: Responsabilidad de producto (e) | Páginas | Reportado |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| Salud y seguridad del cliente | | |
| PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos. | 34 | TOTAL |
| Etiquetado de productos y servicios | | |
| PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos. | 35 | TOTAL |
| PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. | 32 | TOTAL |
| Comunicaciones de marketing | | |
| PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios. | 35 | TOTAL |
| Cumplimiento normativo | | |
| PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. | 16 | TOTAL |
| INDICADORES DEL SECTOR FINANCIERO | | |
| Impacto de productos y servicios | Páginas | Reportado |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| FS1. Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio. | 30, 31 | TOTAL |
| FS2. Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales. | 30 | TOTAL |
| FS3. Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los | | |

| | | |
|--|----------------|------------------|
| requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes. | 36 | TOTAL |
| 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. | 30 | TOTAL |
| FS5: Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente. | 20-21 | TOTAL |
| Cartera de producto | | |
| FS6: Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, pyme, microempresa) y sector. | 7 (2) | PARCIAL |
| FS7: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos. | 36, 37 | TOTAL |
| FS8: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos. | 36, 37, 51 | TOTAL |
| Auditoría | | |
| FS9: Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos. | 61 (3) | PARCIAL |
| Gestión activa de la propiedad | | |
| FS10: Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales. | 36 | TOTAL |
| FS11: Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental. | 31, 61 (4) | PARCIAL |
| 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. | 36 No aplica | NO |
| Dimensión Social: Sociedad | Páginas | Reportado |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| Comunidad | | |
| FS13: Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos. | 26 | TOTAL |
| FS14: Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros. | 27 | TOTAL |
| Dimensión Social: Responsabilidad de producto | Páginas | Reportado |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN | | |
| Salud y seguridad del cliente | | |
| FS15: Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa. | 16, 20-21, 35 | TOTAL |
| Comunicaciones de marketing | | |
| FS16: Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario. | 56 | TOTAL |

LEYENDA

IGC-MA Informe de Gobierno Corporativo
Memoria Anual 2010
MA Memoria Anual 2010

Justificación de la no inclusión de los siguientes indicadores principales de GRI en el Informe Anual de RC 2010

EC4: Indicador no material. BBVA Continental no recibe asistencia del gobierno.
EN1: Indicador no material. BBVA Continental no presenta terrenos en zonas ajenas a áreas protegidas, pues pertenece al sector financiero.
EN12: Indicador no material. La gestión que BBVA Continental realiza no impacta sobre la biodiversidad en espacios naturales.
EN17: Indicador no material. No se tiene otro tipo de emisiones, sólo las mencionadas en el indicador EN16.
EN19: Indicador no material. No se emiten sustancias tóxicas por ser una entidad financiera y no una empresa industrial.
EN20: Indicador no material. No se emiten sustancias tóxicas por ser una

entidad financiera y no una empresa industrial.
EN21: Indicador no material. No se emplea agua en ningún proceso industrial. El agua es utilizada para ser consumida en temas de higiene y riego de áreas verdes.
EN23: Indicador no material. No existen emisiones y derrames accidentales de ningún tipo por ser una entidad financiera y no una empresa industrial.
EN27: Indicador no material. No se cuenta con un proceso de reutilización de estos materiales.

Notas sobre alcance y verificación

(1) Solo se reporta Tasa de Ausentismo. El dato incluye enfermedad y/o inasistencia.
(2) Solo se reporta el desglose de cartera por línea de negocio.
(3) Se ha definido la evaluación de este punto como parte de los Objetivos 2011.
(4) Actualmente el valor es cero debido a que no se manejan cifras teniéndose contemplado en el 2011 contar con una herramienta habilitada para contabilizar la cantidad de empresas evaluadas.

BBVA Continental

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

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

www.bbvabancocontinental.com

adelante.