

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



# ÍNDICE

Este es el segundo informe de responsabilidad corporativa de BBVA Banco Provincial que contiene información relativa al desempeño del Banco en esta materia durante el año 2007 y ofrece una comparativa de algunos aspectos del 2006 y en algunos casos del 2005. La información se ha plasmado siguiendo una estructura

cuyo eje central son los asuntos considerados relevantes por nuestros grupos de interés, planteamiento que permite centrar la discusión y afrontar con mayor claridad cuáles son nuestros principales compromisos y actuaciones en un ejercicio de ser más transparentes en la difusión de la información.

		PÁGINA
	CARTA DEL PRESIDENTE	1
	PERFIL DE BBVA BANCO PROVINCIAL	2
	PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	4
	PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS	10
01	ORIENTACIÓN AL CLIENTE	13
	Calidad, satisfacción y atención al cliente • Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio • Transparencia, publicidad y etiquetado • Accesibilidad a servicios financieros	
02	INCLUSIÓN FINANCIERA Y FINANZAS RESPONSABLES	18
	Grandes empresas • Sobreendeudamiento • Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas	
03	PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES	21
	Inversión socialmente responsable • Seguros • Programa Clientes Nómina Bajo y Medio Valor • Microempresarios • Blue Programa Jóvenes • Instituciones Públicas • Financiamientos hipotecarios	
04	GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	24
	Perfil de los empleados • Empleo y selección • Valoración, desarrollo profesional y compensación • Formación y gestión del conocimiento • Clima laboral • Beneficios sociales y otras iniciativas • Club Social y Deportivo Provincial • Fundación BBVA Banco Provincial • Libertad de asociación; representación sindical y resolución de conflictos • Salud y seguridad laboral • Comunicaciones Internas	
05	COMPRAS RESPONSABLES	35
	Política y modelo corporativo de compras • Sistema de homologación de Proveedores • Herramientas de gestión y aprovisionamiento • Proyectos Responsables con proveedores	
06	GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO	37
	Plan Global de Ecoeficiencia	
07	COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	38
	Aspectos relevantes y datos clave • Fundación BBVA Banco Provincial • Plan de Acción Social • Otras líneas de trabajo destacadas	
	PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO	45
	CRITERIOS DEL INFORME	47
	INDICADORES GRI	48
	PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS	50
	PROGRESOS 2007 Y OBJETIVOS 2008	51
	INDICADORES CLAVE DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	53

## CARTA DEL PRESIDENTE



En BBVA Banco Provincial la visión que inspira nuestra política de Responsabilidad Corporativa y nuestra actividad en general, es trabajar por un futuro mejor para las personas.

Con el fin de comunicar sobre los compromisos y las actuaciones a nuestros públicos, presentamos por segundo año consecutivo, el Informe de Responsabilidad Corporativa, en línea con el firme compromiso de transparencia, mejora continua y progresiva integración de las expectativas de los grupos de interés: clientes, accionistas, empleados, proveedores, autoridades y la comunidad en general. El informe ha seguido sus recomendaciones y se ha estructurado por los grandes asuntos relevantes para BBVA Banco Provincial en materia de sostenibilidad, de acuerdo con los criterios de la Guía GRI-G3, así como los requerimientos de la norma AA1000.

Nuestra entidad está comprometida a trabajar en beneficio de todos sus grupos de interés, con la intención de generar acciones en pro del desarrollo sostenible, integrando el mundo corporativo con la sociedad civil y el gobierno, consolidando la relevancia de la política de Responsabilidad Corporativa como una oportunidad para generar valor tanto para la sociedad como para las empresas.

Durante el 2007, se ha avanzado en la integración de la Responsabilidad Corporativa en la estrategia de negocio, con una clara orientación al cliente, aportando las mejores soluciones financieras y un crecimiento rentable para los accionistas, una estrategia basada en la rentabilidad ajustada a los principios corporativos y a rigurosos criterios éticos como la integridad, la transparencia y las mejores prácticas. Con estos mismos estándares éticos se atendieron todas las solicitudes y se establecieron las relaciones con los proveedores, entes reguladores o autoridades gubernamentales. El equipo de BBVA Banco Provincial, fue el centro de un proyecto corporativo denominado Calidad de Vida, enmarcado en el Programa Pasión por las personas, el cual a través de diversas acciones reforzó el principio corporativo de generar un estilo de gestión generador de entusiasmo, y que se describe en el capítulo dedicado a la gestión responsable de Recursos Humanos.

La institución invierte en el desarrollo social del país, a través de programas y proyectos que fortalecen la economía local, contribuye a la realización de actividades de promoción cultu-

ral a través de su sala de exposiciones y de aportes a otros sectores culturales y considera que la educación de las nuevas generaciones es la pieza clave en el desarrollo y el progreso de la sociedad, por lo que su inversión social se dirige en mayor medida a programas de esta naturaleza.

En este sentido y con el objetivo de favorecer la permanencia en la educación formal de jóvenes estudiantes de secundaria, de bajos recursos, BBVA Banco Provincial, en alianza con la Asociación Venezolana de Educación Católica AVEC, dio inicio en el 2007 a un piloto del Programa Becas de Integración, en el marco del Plan de Acción Social para América Latina del Grupo BBVA.

De esta manera, la institución refuerza la labor que viene desarrollando desde 1998 con el Programa Papagayo, a través de la Fundación BBVA Banco Provincial, programa pedagógico orientado a educar en valores y promover la lectura y la creación literaria en alumnos de 6to. Grado de Educación Básica de escuelas públicas adscritas a las Direcciones de Educación de los Gobiernos Estadales y escuelas subsidiadas por la AVEC, atendiendo a la realidad del sistema educativo venezolano que contempla la formación de valores como eje transversal en la Educación Básica.

Para 2008 aspiramos avanzar en el proceso de hacer de la Responsabilidad Corporativa una competencia distintiva de nuestro Banco, implicando a todas las áreas de negocio y de apoyo y consolidando el Plan de Acción Social, a través de un incremento sustancial de los beneficiarios del Programa Becas de Integración.

Esta publicación es el resultado del trabajo de todo un equipo, altamente profesional y comprometido con nuestra actividad y con el futuro del país, por ello agradezco su motivación, responsabilidad y capacidad para generar valor y progreso.

Pedro Rodríguez Serrano  
Presidente Ejecutivo

# PERFIL

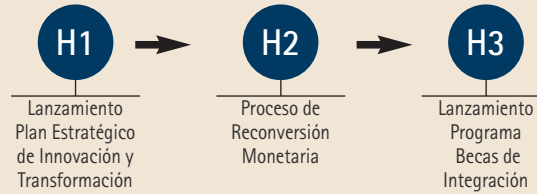
## BBVA BANCO PROVINCIAL

BBVA Banco Provincial, entidad que forma parte del Grupo BBVA desde el año 1997, es una de las primeras instituciones del sistema financiero venezolano, que cuenta con una amplia red de oficinas en todo el territorio nacional y un recurso humano profesional y especializado.

Con 5.822 empleados, más de 300 oficinas comerciales, una red de 954 cajeros electrónicos, y 24.906 puntos de venta, el banco expande sus redes de servicio a disposición de los clientes y del público en general.

Actualmente, el Grupo BBVA cuenta con una participación accionaria en BBVA Banco Provincial de 53,74%.

### Principales hitos de BBVA Banco Provincial

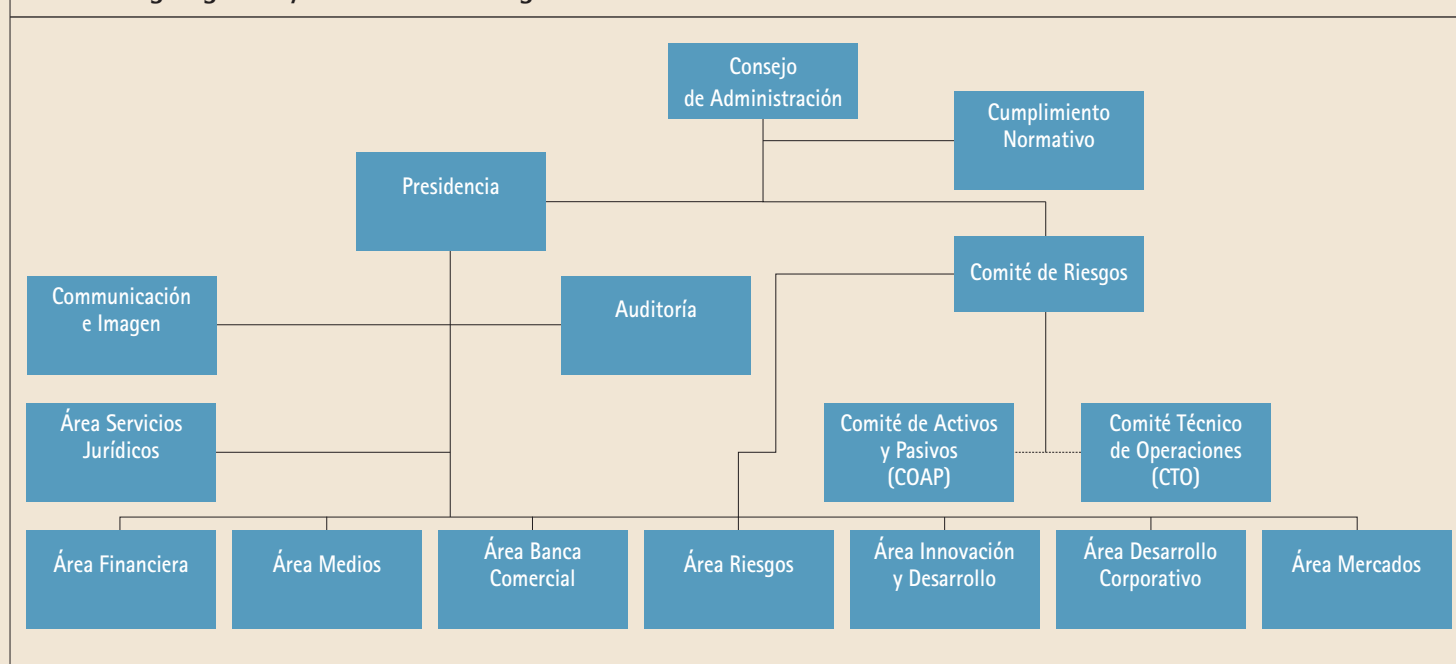


Datos Relevantes		
<b>BALANCE GENERAL (en millones de BsF)</b>	<b>Diciembre 2007</b>	<b>Diciembre 2006</b>
Activo Total	20.838,4	15.873,0
Inversiones en Títulos Valores	2.038,8	4.460,6
Cartera de Créditos Neta	12.999,6	7.285,2
Captaciones del Público	16.464,4	13.249,4
Patrimonio	2.169,5	1.341,7
<b>ESTADO DE RESULTADOS (en millones de BsF)</b>	<b>II Semestre 2007</b>	<b>II Semestre 2006</b>
Margen Financiero Bruto	935,4	571,5
Margen de Intermediación Financiera	1.072,7	699,4
Margen Operativo Bruto	557,4	269,9
Margen Operativo Neto	567,1	254,8
Resultado Bruto antes de Impuestos	553,9	251,6
Resultado Neto	468,3	192,7
<b>LA ACCIÓN PROVINCIAL</b>	<b>Diciembre 2007</b>	<b>Diciembre 2006</b>
Precio de Cierre (BsF/Acción Común)	0,266	2.390
Valor Contable (BsF/Acción Común)	0,201	812
N° de Acciones en Circulación	8.700.077.463	1.653.014.718
N° de Acciones Preferidas	2.082.670.000	-
Capitalización Bursátil (en millones de BsF)	2.314	3.951
Número de Accionistas Comunes	4.817	4.970
Número de Accionistas Preferentes	8.315	-
Utilidad por Acción (BsF/Acción) (*)	0,053	115,18
<b>INDICES DE RENTABILIDAD, LIQUIDEZ, SOLVENCIA BANCARIA Y CALIDAD DE ACTIVOS (**)</b>	<b>Diciembre 2007</b>	<b>Diciembre 2006</b>
ROE (Resultado Neto / Patrimonio Promedio)	49,39%	31,80%
ROA (Resultado Neto / Activo Promedio)	4,60%	3,20%
<b>INDICES DE SUFICIENCIA PATRIMONIAL (**)</b>	<b>Diciembre 2007</b>	<b>Diciembre 2006</b>
Patrimonio / Activo y Operaciones Contingentes ponderadas en base a Riesgo (mínimo requerido 12%)	14,00%	13,80%
Patrimonio / Activo Total (mínimo requerido 8%)	11,06%	9,00%
<b>OTROS DATOS</b>	<b>Diciembre 2007</b>	<b>Diciembre 2006</b>
Número de Empleados	5.765	5.755
Número de Oficinas	325	323
Área Metropolitana	117	115
Resto del País	207	207
Exterior	1	1

\* Neta de Utilidades Estatutarias

\*\* Según Balance de Operaciones en Venezuela, de conformidad con la normativa legal establecida por la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras

## Organigrama y estructura del negocio



## ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

BBVA Banco Provincial, posee una amplia red de oficinas comerciales agrupadas en Gerencias Territoriales en todo el país. Con el firme propósito de ofrecer una mejor calidad de servicio, el Banco expandió sus redes a disposición de los clientes y del público en general: 954 cajeros electrónicos, 24.906 puntos de venta y 305 oficinas comerciales.

Banca de Empresas e Instituciones (BEI) ha fundamentado sus acciones en los tres ejes estratégicos de BBVA Banco Provincial: Crecimiento Rentable, Calidad y Austeridad. En esta línea ofrece a sus clientes en diferentes ciudades de la geografía nacional un trato especializado en la gestión de sus requerimientos.

Gerencia Territorial	Número de Oficinas Comerciales
Distrito Capital	
- La Pelota	23
- Gran Caracas	27
Miranda	19
- La Castellana	23
- Parque Humboldt	17
Carabobo	23
Barquisimeto	19
Aragua Los Llanos	15
Oriente	23
Barinas Valera	18
Maracaibo	20
Lara Poblaciones	17
San Cristóbal	14
Ciudad Ojeda	19
Bolívar	12
Mérida	16
<b>TOTAL</b>	<b>305</b>

Estado	Número de Oficinas BEI
Distrito Capital	3
Miranda	4
Anzoátegui	1
Aragua	1
Barcelona	1
Barquisimeto	2
Bolívar	1
Carabobo	1
Mérida	1
Portuguesa	1
Zulia	1
<b>Total</b>	<b>17</b>

### Banca Corporativa

En la actualidad operan 2 Oficinas:

- Banca Corporativa Global Caracas
- Banca Corporativa Global Valencia

# PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

La política de responsabilidad corporativa de BBVA Banco Provincial tiene como misión la definición de compromisos y el impulso de comportamientos que son expresión de la visión y los principios corporativos del Banco, que responden a las expectativas de los grupos de interés y que refuerzan la estrategia de negocio de la institución.

## Visión, principios corporativos y posicionamiento

### VISIÓN

En BBVA Banco Provincial:

**«Trabajamos por un futuro mejor para las personas»**

Con el fin de establecer un vínculo emocional que genere confianza y apoyo en la relación con sus principales públicos, entendiendo la responsabilidad corporativa como el compromiso real y basado en la acción de aportar al máximo valor posible y equilibrado a sus grupos de interés directos – accionistas, clientes, empleados y proveedores- y al conjunto de la sociedad en la que opera.

### PRINCIPIOS CORPORATIVOS

Los principios corporativos de BBVA Banco Provincial concretan la visión en la relación con cada uno de sus grupos de interés, sintetizando los valores básicos que guían su actuación y la forma de entender el papel de la empresa en la sociedad. Estos principios constituyen la base de la cultura corporativa del Grupo BBVA al cual pertenece.

### POSICIONAMIENTO

Para BBVA Banco Provincial, la identidad y el posicionamiento de la marca corporativa, vienen definidos por la combinación de tres ejes básicos, que son los pilares sobre los que construye su estrategia de negocio, su marca y su reputación: los principios corporativos, la prioridad de la innovación y la



idea de trabajar “de personas para personas”. La marca “adelante” sintetiza todos estos planteamientos y simboliza el espíritu de constante impulso que guía la actividad de la institución en el día a día y que determina su horizonte en el largo plazo.

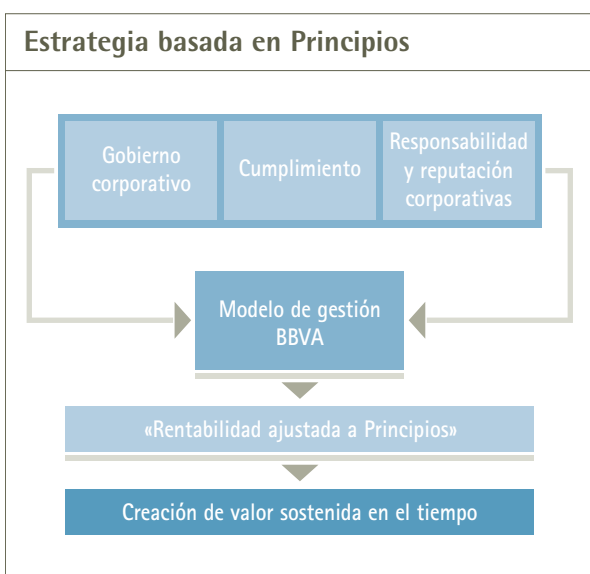
### Estrategia de negocio

Los principios constituyen los fundamentos de nuestro proyecto. El modelo de gestión no sólo se sirve de la Rentabilidad ajustada al Riesgo (RaR) como la herramienta para medir el valor que creamos, sino que va más allá, observando además rigurosos criterios éticos: la integridad, la transparencia y las buenas prácticas.

Por tanto, la estrategia y el modelo de negocio se basan también en una Rentabilidad ajustada a los Principios y las Buenas Prácticas. Para BBVA Banco Provincial esta es la clave que garantiza la creación de valor de forma sostenida en el tiempo.

En mayo de 2007 el Grupo BBVA presentó el Plan de Innovación y Transformación, cuyos principales objetivos son:

- Generar una oferta adaptada a las necesidades de cada persona.
- Facilitar a nuevos segmentos de población el acceso a los servicios financieros.
- Ampliar nuestra oferta a otros productos y servicios no financieros.



La idea se resume en la innovación al servicio de las personas, como atributo que debe estar presente en todas las áreas del Banco. En este marco, el reto de la política de responsabilidad corporativa es servir como palanca de innovación y transformación de BBVA Banco Provincial, alineando su actividad para contribuir a alcanzar los objetivos estratégicos fijados en este plan y construyendo un discurso propio y diferenciado.

### La Responsabilidad Corporativa en BBVA Banco Provincial

#### OBJETIVOS

La política de responsabilidad corporativa se define a través de los compromisos y los comportamientos que permiten generar valor para los grupos de interés (valor social) y también para el Banco (valor reputacional y valor económico directo).

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

Principales compromisos que la institución pretende cumplir a través de su política de responsabilidad corporativa:

- Desarrollar con excelencia en todo momento nuestra actividad principal.
- Minimizar los impactos negativos derivados de nuestra actividad de negocio.
- Desarrollar “oportunidades sociales de negocio” que generen valor social y valor para la Institución.
- Invertir en las sociedades donde estamos presentes mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente las relacionadas con la educación.

### Gestión y Gobierno de la política de Responsabilidad Corporativa

La gestión de la responsabilidad y la reputación corporativas se coordinan desde la Dirección de Comunicación e Imagen en relación directa con la Presidencia Ejecutiva y en continua interrelación con todas las áreas de negocio y de apoyo del Banco, a fin de impulsar la integración de los criterios, las actuaciones y políticas de responsabilidad corporativa.

Esta gestión integra dos funciones diferenciadas, pero vinculadas y complementarias: la coordinación de la política de responsabilidad corporativa y la gestión de la reputación, dos funciones que se materializan en tres líneas de actuación:

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

### Sistema de Gobierno Corporativo

El Sistema de Gobierno Corporativo es un elemento absolutamente central en el desarrollo de la actividad de BBVA Banco Provincial. 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 de la institución, por lo que es un elemento también fundamental para su responsabilidad corporativa.

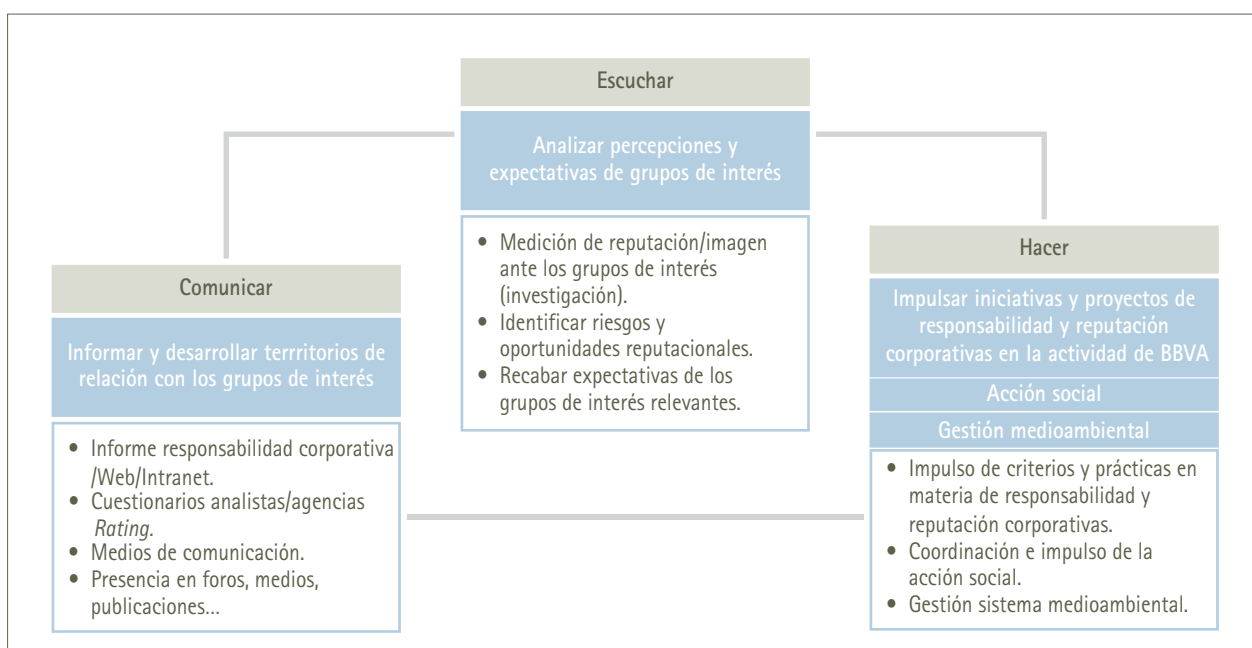
El segundo semestre de 2007 fue significativo para BBVA Banco Provincial y sus órganos sociales en materia de Gobierno Corporativo, lo que se evidencia en la adecuación estructural y funcional del Banco.

En este período la institución logró ubicarse significativamente en el Ranking anual de los 40 mejores Bancos Latinoamericanos de Sostenibilidad y Gobierno Corporativo, así como también se convirtió en el mejor de Venezuela y uno de los primeros en América Latina. Esta información está avalada por la prestigiosa publicación LatinFinance, cuyo Ranking anual está sustentado en los principales estándares internacionales de Responsabilidad Social Corporativa, Sostenibilidad y Gobierno Corporativo; tales como Global Reporting Initiative, Sustainability Indexes y los Principios de Ecuador, entre otros.

Finalizado el 2007 se continuarán sumando esfuerzos con las mejores prácticas para mantener una actuación transparente que retribuya a la sociedad venezolana y a los entes reguladores la confianza depositada en el Banco, además de seguir en la búsqueda de la excelencia en la proyección como el mejor referente de Gobierno Corporativo en Latinoamérica.

La estructura de Gobierno Corporativo está conformada por los órganos sociales de rigor como son el Consejo de Administración y los tres Comités que mantienen, a satisfacción de los órganos regulares, los requisitos de la ley.

- **Comité de Auditoría:** ejerce seguimiento, vigilancia, y garantiza la transparencia de los conte-





nidos de los estados financieros, participando activamente en la verificación, el control y la certificación de la gestión financiera.

- **Comité de Riesgo:** tiene como objetivo fundamental preservar una adecuada Administración Integral de Riesgos, que responde a los lineamientos del Grupo BBVA, inmersos en los mejores estándares internacionales; y en el ámbito local, sujeto a las pautas marcadas por la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN).
- Comité de Nombramientos y Remuneraciones, entre sus funciones principales se encuentran examinar la independencia de las personas propuestas para ser nombradas miembros del Consejo de Administración; conocer los aspectos fundamentales relativos a la política general salarial del Banco y asumir otras consideraciones que sean encomendadas por el Consejo de Administración.

## **Sistema y función de Cumplimiento**

El Sistema de Cumplimiento del Grupo, junto con el Sistema de Gobierno Corporativo, son la base en la que BBVA Banco Provincial afianza el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético. Pieza nuclear en el sistema es el Código de Conducta del Banco, que define y desarrolla los fundamentos del comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias para preservar una de sus principales fuentes de creación de valor: la integridad corporativa.

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

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

La función de Cumplimiento, conforme a los criterios del Banco Internacional de Pagos (BIS), articu-

la sus actividades en torno a tres ejes:

- Ante cambios en el entorno normativo, promueve la adaptación de políticas y procedimientos y supervisa su implantación.
- Verifica que los futuros desarrollos en materia de productos y negocios se adecuan a las políticas corporativas.
- Desarrolla actividades de monitorización y examen de determinados procesos críticos, identifica y evalúa los riesgos y supervisa y participa tanto en la elaboración de contenidos formativos como en su difusión.

El Consejo de Administración, a través de la Dirección de Cumplimiento Normativo, integrada en la estructura organizativa del Banco, controla y supervisa la función de Cumplimiento.

## **Principio de precaución: la gestión del riesgo:**

Todo el proceso anterior está tamizado por un criterio general que rige tanto la gestión de BBVA Banco Provincial como la gestión específica de la responsabilidad corporativa, el respeto del principio de precaución, fundamentado en criterios de valoración del riesgo prudentes, consistentes y basados en la experiencia.

BBVA Banco Provincial considera que la gestión del riesgo es una parte intrínseca del negocio bancario y una fuente fundamental de su ventaja competitiva. Dispone para ello de un sistema de gestión del riesgo global, que hace posible compatibilizar las necesidades de los clientes y las expectativas de los accionistas y de los restantes grupos de interés, así como los requerimientos de los reguladores. El sistema descansa en el Consejo de Administración, que determina la política de riesgos por medio del Comité de Riesgos, y del Comité Técnico de Operaciones, y está gestionado desde el área de Riesgos, que integra en sus análisis, entre otros, elementos como el apoyo a la estabilidad del sistema financiero y la consideración de criterios éticos, sociales y ambientales, enmarcados dentro del concepto de riesgo reputacional y asociado al buen resguardo de nuestra reputación corporativa.

## Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

### CÓDIGO DE CONDUCTA

Aprobado por el Consejo de Administración en 2004, el Código de Conducta es aplicable a la totalidad de las entidades y de los trabajadores de BBVA Banco Provincial y refleja públicamente el conjunto de los compromisos del Banco con la sociedad, recogiendo explícitamente el compromiso con la aplicación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, además de otros convenios y tratados de organizaciones internacionales como la Organización para la Cooperación del Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

### CÓDIGOS ESPECÍFICOS DE ÁREAS FUNCIONALES

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

Los más importantes son:

- Estatutos Sociales del Consejo de Administración.
- Código de Conducta en los Mercados de Valores.
- Código Ético para la Selección de Personal.
- Principios Aplicables a los intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento de BBVA Banco Provincial.
- Principios Básicos de Gestión del Riesgo y Manual de Políticas de Gestión del Riesgo.
- Estatuto de Auditoría.
- Norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías.

### POLÍTICAS COMPLEMENTARIAS

Se refieren a la implementación de políticas específicas relacionadas con la responsabilidad corporativa, las cuales son desarrolladas por la Dirección de Comunicación e Imagen y se traducen en el compromiso con la sociedad.

La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, lo que hace improbable que aparezcan problemas relacionadas con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o los grandes riesgos sobre libertad de asociación. El Código de Conducta incluye el compromiso explícito con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, con el Pacto Mundial de

las Naciones Unidas y con otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo. Los principales mecanismos de supervisión para garantizar el cumplimiento de dichos compromisos es el Comité de Dirección, el Comité de Responsabilidad Social Corporativa y los distintos comités y organismos de supervisión.

### CUMPLIMIENTOS LEGALES

Durante el ejercicio 2007 no se han registrado hechos relevantes por incumplimiento de leyes o normativas relacionadas con el desempeño de la institución financiera o en el suministro y el uso de productos y servicios en Venezuela, que pudieran tener una incidencia significativa sobre la situación patrimonial, financiera y reputacional del Banco o del Grupo BBVA o sobre sus resultados respectivos. Adicionalmente, la información referida a litigios, compromisos contractuales y contingencias legales ha sido debidamente comunicada a la Dirección Financiera para su adecuado registro contable.

### ACUERDOS INTERNACIONALES SUSCRITOS

BBVA Banco Provincial como entidad perteneciente al Grupo BBVA participa en la promoción y el cumplimiento de las líneas de diversos acuerdos internacionales suscritos por el Grupo financiero.

- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas:** firmado por BBVA a nivel de grupo en el 2002, exige el compromiso de respetar sus principios, relativos a los derechos humanos, a las normas laborales, a la protección del medio ambiente y a la lucha contra la corrupción.
- **Principios de Ecuador:** impulsados por la Corporación Financiera Internacional (agencia perteneciente al Banco Mundial), tienen por finalidad el establecimiento de criterios ambientales y sociales exigentes en la financiación de grandes proyectos de inversión (en la modalidad de Project finance). El Grupo BBVA está adherido a estos principios desde el 2004
- **Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI),** suscrita por BBVA desde 1998.

Además, el Grupo BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y a la normativa laboral básica de la Organización Internacional del Trabajo.

## Creación de valor para los grupos de interés

Las entidades financieras desempeñan un papel crucial en la actividad económica de las sociedades, entre otras muchas funciones, canalizan recursos desde los agentes con excedentes de financiación hacia los agentes que la necesitan para la inversión o el consumo, desarrollando además una labor de multiplicación de los recursos financieros básica para el funcionamiento de la economía, intermedian y facilitan los intercambios y los pagos y ejercen una función decisiva en el análisis de las oportunidades y las decisiones de inversión. Ocupan así una posición clave en el sistema económico, como facilitadoras esenciales de la actividad de todos los

agentes (administraciones públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro y familias). Se han convertido, por eso, en agentes fundamentales en la creación de valor.

El segundo de los principios corporativos de BBVA Banco Provincial 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 la aportación más importante a las sociedades en que actúa, pues no se trata sólo de valor económico para los accionistas, sino que se crea valor también para los clientes, los empleados, los proveedores y la sociedad en general.

Valor Económico Añadido (EVA) . Detalle por grupos de interés				
(Miles de BsF.)		2007	2006	2005
Accionistas	Dividendos	307.554	209.492	122.093
Empleados	Gastos de personal	376.125	312.773	242.331
Clientes	Intereses y cargas asimiladas <sup>(1)</sup>	1.104.203	300.255	21.675
Proveedores	Otros gastos generales de administración	340.396	317.448	282.721
Sociedad	Impuesto sobre beneficios	185.774	60.833	3.280
	Contribuciones a la comunidad: recursos destinados	1.439	5.054	5.481
<b>Valor económico añadido (EVA)</b>		<b>2.315.492</b>	<b>1.205.855</b>	<b>677.581</b>

(1) Ingresos por inversión gestionada menos costos por recursos gestionados.

Valor económico generado y distribuido				
(Miles de BsF.)		2007	2006	2005
<b>Valor económico generado (VEG)</b>		<b>2.036.954</b>	<b>1.267.889</b>	<b>861.453</b>
Margen de intermediación <sup>(1)</sup>		1.602.455	926.009	637.266
Comisiones netas <sup>(2)</sup>		441.065	272.224	204.539
Actividad seguros <sup>(3)</sup>		21.278	15.358	13.395
Otros ingresos ordinarios <sup>(4)</sup>		36.309	104.212	55.932
Otras ganancias y pérdidas netas <sup>(5)</sup>		64.153	49.915	49.679
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>		<b>1.211.289</b>	<b>905.600</b>	<b>655.906</b>
Accionistas: Dividendos <sup>(6)</sup>		307.554	209.492	122.093
Resultado atribuido a la minoría <sup>(7)</sup>		—	—	—
Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios) <sup>(8)</sup>		340.396	317.448	282.721
Sociedad: Impuestos <sup>(9)</sup>		185.774	60.833	3.280
Recursos destinados por el Banco y su Fundación en apoyo a la comunidad <sup>(10)</sup>		1.439	5.054	5.481
Empleados: Gastos de personal		376.125	312.773	242.331
<b>Valor económico retenido (VER=VEG-VED)</b>		<b>825.666</b>	<b>362.289</b>	<b>205.547</b>
Provisiones y amortizaciones <sup>(11)</sup>		323.112	180.495	59.061
Reservas <sup>(12)</sup>		502.554	181.794	146.486

Alcance: BBVA Banco Provincial

(1) Margen Financiero menos los dividendos reconocidos como gasto en el ejercicio.

(2) Ingresos por Servicios.

(3) Ingresos por participación patrimonial de la compañía de Seguros

(4) Operaciones Financieras, diferencias en cambio y enajenaciones

(5) Resultados Extraordinarios (Ingresos y Gastos excluyendo el saldo por participación patrimonial en Seguros), otros resultados de explotación

(6) Dividendos decretados sobre la base de la utilidad del ejercicio respectivo. No es determinante la fecha de pago del dividendo.

(7) Intereses Minoritarios.

(8) Gastos Generales (excluyendo donativos), contribuciones e impuestos e I.T.F. del epígrafe de resultados extraordinarios.

(9) Impuesto Sobre la Renta registrado en resultados del mes respectivo.

(10) Información suministrada directamente por la Unidad de Comunicación e Imagen

(11) Saneamiento crediticio, amortizaciones inmovilizado y otras dotaciones.

(12) Movimiento de patrimonio del mes, sin incluir capital social ni la ganancia no realizada en inversiones.

# PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

En BBVA Banco Provincial trabajamos para ir integrando de forma progresiva las expectativas de todos nuestros grupos de interés en nuestras actividades a través del diálogo, el desarrollo de territorios de relación y la construcción de alianzas.

## Identificación y diálogo con los grupos de interés

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

El diálogo se convierte, de esta manera, en una herramienta de gestión orientada a conocer mejor la

realidad que rodea la actividad de la institución. Mediante el contacto con los grupos de interés, comprendemos qué esperan estos colectivos, detectamos los aspectos que resultan más controvertidos, identificamos nuevas oportunidades y entramos en contacto con nuevas perspectivas e ideas que enriquecen su visión del conjunto de la sociedad.

Esta información resulta privilegiada a la hora de tomar decisiones en entornos sociales y económicos

### Principales grupos de interés de BBVA Banco Provincial y compromisos con cada uno de ellos



tan cambiantes, ya que facilita establecer prioridades y responder de forma adecuada a las demandas que la sociedad plantea a entidades como la nuestra.

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

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

Existen fundamentalmente dos vías a través de las cuales se integran las expectativas de los grupos de interés en la gestión diaria de la institución.

Por una parte, la relación diaria que mantienen las áreas con cada grupo de interés permite identificar, a través de herramientas de escucha específicas grupos de trabajo con clientes, encuestas a empleados, entre otros temas importantes para ellos y por el otro establecer planes de actuación a partir de los resultados de este proceso.

La principal herramienta empleada en el año 2007 para detectar las demandas de los grupos de interés, fue por primera vez la consulta cualitativa a una muestra representativa de los mismos mediante cuestionarios, entrevistas y grupos de discusión, realizada por la firma consultora española Responsables Consulting. En esta consulta se trabajó con representantes de empleados, representantes sindicales de la institución, expertos en responsabilidad corporativa, medios de comunicación, representantes de organizaciones sociales, entre otros. El resultado de este trabajo es la identificación y caracterización de los asuntos que son considerados más relevantes por estos grupos, como paso previo para determinar sobre cuáles es necesario informar y generar políticas específicas.

Adicionalmente, en esta consulta a los grupos de interés, se conoció la valoración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de 2006 de BBVA Banco Provincial y sus expectativas respecto del contenido del informe. Los resultados fueron tomados en cuenta en el presente informe.

El proceso de consulta a informantes pertenecientes a los grupos de interés del Banco, se llevó a cabo durante el mes de diciembre de 2007 mediante entrevistas en profundidad y un grupo de discusión. Los objetivos de esa consulta directa fueron los siguientes:

- Detectar qué asuntos consideraban relevantes los grupos de interés de la institución respecto de la responsabilidad corporativa.
- Recoger la evaluación que hacen los grupos de interés del primer Informe Anual de responsabilidad corporativa realizado por la entidad.

La consulta directa desarrollada en Venezuela aportó una visión muy interesante como un escenario atractivo para observar en qué condiciones se está desarrollando la responsabilidad corporativa en el país y cómo son percibidos los avances de las empresas en este sentido, por sus grupos de interés.

Las principales conclusiones del análisis que realizaron del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006 de BBVA Banco Provincial señalan:

- El proceso tuvo ciertas limitaciones al tratarse de la primera consulta de este tipo que se realiza en el seno de BBVA Banco Provincial, y al ser Venezuela, un país –al igual que en el resto de América Latina- en el que el concepto de responsabilidad corporativa, está todavía muy vinculado a las políticas de acción social de las empresas. No obstante, estas limitaciones pueden ser consideradas normales en un primer proceso de consulta.
- Se recogieron también valoraciones positivas, valoraciones negativas y propuestas de mejora respecto al Informe, al igual que una serie de recomendaciones que sirven para la elaboración de las siguientes ediciones del mismo de cara a mejorarlos en consonancia con las expectativas de los grupos de interés. Además, el análisis se desarrolló teniendo en cuenta las directrices marcadas por la guía GRI-G3 para la elaboración de memorias de sostenibilidad “principios para la definición del contenido de la memoria” y “principios para la definición de la calidad de la memoria”.

### **Asuntos importantes: riesgos y oportunidades**

La política de responsabilidad corporativa se desarrolla en torno a los asuntos relevantes para BBVA Banco Provincial que integran, además de la visión, principios y estrategia de negocio, las expectativas de los grupos de interés obtenidas a partir de los múltiples canales de diálogo y relación.

Estos asuntos se traducen en riesgos, pero también en oportunidades para generar valor social y valor para la institución. BBVA Banco Provincial centra su actividad de responsabilidad corporativa en los siguientes asuntos:

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

### **Comunicación a los grupos de interés**

Como parte del proceso, BBVA Banco Provincial comunica las acciones que desarrolla en respuesta a las expectativas y demandas de los grupos de inte-

rés. Esto se realiza a través de la interacción cotidiana de las áreas con los grupos con los que se relacionan y mediante los canales de comunicación empleados por la entidad.

Uno de los principales instrumentos que reúne esta información es el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, el cual en Venezuela es publicado desde el ejercicio 2006.

Estos informes tienen como principal objetivo rendir cuentas sobre el desempeño anual de la institución en los temas más relevantes de la responsabilidad corporativa, reflejar el nivel de cumplimiento de los objetivos marcados y establecer los objetivos futuros.



Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio  
 Calidad, Satisfacción y Atención al Cliente  
 Transparencia, publicidad y etiquetado  
 Accesibilidad a servicios financieros

## ORIENTACIÓN AL CLIENTE

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



Nivel de satisfacción de clientes

8.40

Número de Clientes en Banca Electrónica

397.382

Número de transacciones mensuales por Provinet / Internet

11 millones

### Calidad, satisfacción y atención al cliente

El compromiso de BBVA Banco Provincial con sus clientes se construye sobre la idea de que consolidar la calidad del servicio ofrecido se traduce en una mejora de la productividad comercial y, al mismo tiempo, en la generación de confianza. Para el Banco, estos dos elementos son requisitos fundamentales para lograr una relación comercial con los clientes de manera sostenible.

En el año 2007, en términos de calidad de servicios, la institución estableció como principal objetivo, la mejora de procesos claves para lograr una mayor satisfacción por parte de los clientes.

Se han identificado como temas sensibles a la hora de valorar la calidad de servicio de un banco, los asociados con:

- Colas en las oficinas
- Tiempos de espera
- Rapidez y Agilidad en las operaciones
- Reclamos entre otros

Es así como nace y se enfoca el Plan Estratégico del área de Calidad, pensado y diseñado para atender esas necesidades desde el punto de vista del cliente interno y externo, enfocado en identificar las variables que influyen sobre la percepción negativa que se han podido identificar.

Entre los proyectos claves que se están llevando a cabo se encuentran:

- Proyecto Gestión de Colas, basado en analizar las diferentes variables que influyen sobre las colas y los tiempos de espera en las oficinas. Entre las iniciativas surgió la Plantilla Part Time, que consiste en reforzar con personas especialmente contratadas para los momentos cuando la demanda de clientes es muy superior a la capacidad de la estructura autorizada.

Adicionalmente se identificaron las horas y los días críticos en los que se incrementa la demanda considerablemente. Para finales del último trimestre de 2007 se implantó una prueba piloto en una oficina con alta transaccionalidad, la cual mantenía un tiempo promedio de espera de 1 hora 48 minutos con la puesta en marcha de esta iniciativa, el tiempo promedio de espera se ubicó en 38 minutos.

- Ampliación del sistema Proviatención (administrador de Colas), el cual nos permite gestionar y agilizar la gestión de las operaciones efectuadas por los clientes dentro de las oficinas, haciendo su permanencia en las mismas más breve al momento de efectuar sus operaciones a través de las taquillas, áreas de gestión y atención al cliente; sabiendo que la rapidez en la atención

de sus necesidades estará garantizada dentro de los tiempos mínimos necesarios.

Con la inclusión de esta tecnología, la relación con clientes y usuarios se diferencia toda vez que se logra:

- Optimizar los tiempos de atención en las oficinas, reconociendo las necesidades del público que asiste a efectuar sus operaciones.
- Establecer tiempos mínimos de espera dentro de las oficinas y otorgar prioridad a aquellos casos que así lo requieran, tales como: personas discapacitadas, tercera edad, mujeres embarazadas.
- Dar continuidad a las diferentes operaciones que un cliente estima llevar a cabo.
- Mejorar la percepción respecto de la comodidad dentro de las oficinas.
- Segmentar la calidad ofrecida al público en función de sus necesidades e intereses particulares.
- Mantener una comunicación abierta y constante con el público, pudiendo informarle sobre campañas, promociones y noticias que ofrece nuestra institución, mientras las personas esperan cómodamente su turno de atención.
- Obtener información actualizada sobre la cantidad de operaciones efectuadas, su tipo y los tiempos de espera; lo que en definitiva permite establecer mejoras, trazar planes y aplicar contingencias, siempre en beneficio del público que concurre a efectuar operaciones de manera cotidiana a las oficinas.

Para el año 2007, 47 oficinas a nivel nacional contaron con este sistema y en el transcurso del año 2008 continuará el proceso de implantación a fin de llevar el sistema Proviatención a la mayor cantidad de oficinas posibles.

Proviatención es otra herramienta que reafirma el compromiso que BBVA Banco Provincial tiene con el desarrollo de la sociedad, basado en los Principios Corporativos y principalmente en el de considerar al cliente como centro de nuestro negocio.

En el año 2007 se desarrollaron estudios de Calidad a clientes externos en las diferentes áreas de negocios, con el propósito de identificar las fortalezas y las oportunidades de mejora en cada una

de ellas, estableciéndose líneas de trabajo importantes para el año 2008, con el fin de lograr la excelencia en la calidad de servicio.

**ESCALA DE VALORACIÓN:**

#### Resultados Estudios de Calidad y Satisfacción del Cliente Externo

	2007	2006	2005	2004
Mediciones Externas	8.40	8.60	8.00	8.04

Alcance: BBVA Banco Provincial

- 1 - 2,99 Pésimo.
- 3 - 4,99 Malo.
- 5 - 6,99 Regular.
- 7 - 8,99 Bueno.
- 9 - 10 Excelente.

#### AÑO 2004-2006:

**Ámbito Geográfico:** Encuestas realizadas en todas las oficinas, dirigidas a 40 clientes externos, aplicadas en tres períodos durante el año.

**Tipo de Entrevista:** Entrevista personal realizada en todas las oficinas del Banco

**Muestra:** 40 clientes externos por oficina.

**Periodicidad:** Aplicadas en tres (3) períodos durante el año

**Trabajo de Campo:** INMARK VENEZUELA

**Indicadores evaluados:** Todos los indicadores relacionados con la *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente*

#### AÑO 2007:

**Ámbito Geográfico:** Poblaciones de Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Ciudad Guayana, Puerto de la Cruz/ Barcelona y San Cristóbal

**Tipo de Entrevista:** Entrevista personal realizada en el domicilio del entrevistado

**Muestra:** Encuestas dirigidas a 1500 clientes externos

**Periodicidad:** Anual

**Campo:** Distribuido en dos (2) períodos

**Trabajo de Campo:** INMARK VENEZUELA

**Indicadores evaluados:** Todos los indicadores relacionados con la *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente*

#### RECLAMOS

En el año 2007 el total de altas de reclamos fue 62.013 casos, lo que representó un incremento de 47% con respecto al año 2006.



## Reclamos presentados ante el servicio de atención al cliente

	2007	2006	2005
Resueltas totalmente a favor del cliente	501	383	321
Resueltas parcialmente a favor del cliente	0	0	0
Resueltas a favor del banco	261	198	135
Pendientes de respuesta a 31 de diciembre	1	3	21
Inadmitidas a trámite por causa reglamentaria	0	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>763</b>	<b>585</b>	<b>480</b>

Alcance: BBVA Banco Provincial

## Número de reclamos ante la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras

Total expedientes		Total expedientes (%)		2007	2006	2005
2007	2006	2007	2006	2007	2006	2005
138	657	569	1,4 %	8,9%	9,2%	

Alcance: BBVA Banco Provincial

Aún cuando en un primer momento la variación resulta un tanto inquietante, al comparar con el promedio de transaccionalidad del Banco, se observó que esta última también aumentó en 18%; lo que permite concluir que el incremento de los reclamos está asociado al crecimiento de las operaciones precedentes en la institución. Resulta oportuno destacar que el índice de reclamos se situó en 0.033%.

El mayor volumen de casos está asociado al uso del producto tarjeta de débito, el 79% de las operaciones reclamadas se originan a través de ATM's y P.O.S tanto de BBVA Banco Provincial como de otras entidades financieras.

### GARANTÍA DE RESPUESTA

A través de este programa, vigente desde el año 2005, en el cual se establece compromiso de respuesta para aquellos reclamos de personas naturales hasta BsF. 5.000 en un plazo máximo de 15 días, se generaron un total 59.984 casos, lo que representó el 97% del total de las altas de reclamos del Banco.

De los casos bajo éste programa, sólo se materializó la activación de 25 cartas, es decir 0,041%, lo que puede traducirse en la gran efectividad del mismo.

### ATENCIÓN AL CLIENTE

Los reclamos gestionados en la Unidad de Atención al Cliente reflejan un aumento del 25% respecto del año 2006. El incremento de los mismos resultó

mayor en las reconsideraciones por temas asociados al producto Tarjeta de Crédito.

Se realizaron ajustes internos orientados a los circuitos establecidos para la emisión de respuesta, lo que permitió dar mayor fluidez a la gestión de todos los casos; así como implantación de estrategias para reforzar la atención personalizada al cliente, tanto en las oficinas como por vía telefónica.

Durante el año se logró un diálogo efectivo con las áreas involucradas en el tema de reclamos, a efectos de detectar oportunidades de mejora en los circuitos aplicados por los resolutores. Se establecieron mesas de trabajo con el objeto de optimizar los niveles de respuesta, y perfeccionamiento de la herramienta que representa el Módulo de Reclamos RC00, canal establecido para recepción, gestión y emisión de respuesta a los reclamos que efectúan los clientes.

Por otra parte, se continuó reforzando a nivel de la red de oficinas, la importancia en cuanto a la permanente satisfacción de los requerimientos de la clientela. Igualmente fue constante la asesoría ofrecida a las mismas relacionada puntualmente con los reclamos que éstas gestionan. También se destaca el trabajo en conjunto con el área de Organismos Oficiales, apoyándolos en la resolución y respuesta para los oficios y denuncias recibidos de parte de los entes gubernamentales.

Se fortaleció con la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras el acuerdo establecido para la canalización de las publicaciones de reclamos en los medios impresos, el cual establece que al detectar la publicación, el área de Atención al Cliente contacta al citado organismo para hacerle conocer que está gestionado el caso referido en la publicación.

Para el año 2008 el área de Atención al Cliente

tiene previsto implantar varias mejoras resultantes de las mesas de trabajo con el equipo de reclamo, las cuales redundaran en la eficiencia de la gestión y en la atención del cliente.

### **Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio**

La información no pública que dispone BBVA Banco Provincial sobre los clientes y sus operaciones tiene carácter confidencial. Con el fin de garantizar la seguridad de sus sistemas informáticos y cumplir con las exigencias legales en materia de protección de datos de carácter personal, se han adoptado diversas normas y procedimientos, este compromiso que se complementa con el Código de Conducta para todos los empleados, contiene un apartado específico sobre protección de datos donde se destaca que El Banco considera que uno de los elementos principales en los que se sustenta la confianza de sus clientes, lo constituye la apropiada salvaguarda de su información y la efectiva limitación de su uso, conforme a lo previsto en las disposiciones legales que, en cada caso, resulten aplicables.

En BBVA Banco Provincial el servicio al cliente se garantiza, incluso en situaciones excepcionales, por ello se ha profundizado durante el año 2007 en la aplicación de herramientas y metodologías globales de primera línea, para mantener las estrategias y las acciones de Continuidad de Negocio ante situaciones y escenarios de catástrofes o siniestros de baja ocurrencia pero de muy alto impacto.

La función de Continuidad de Negocio se incorporó a Control Interno, obteniendo como resultado la formalización de cuatro nuevos planes: Red Banca de Empresas e Instituciones, Seguros Provincial, Mercados y Banco Provincial Overseas. También, se efectuaron las pruebas de localización, gestión de crisis y operatividad de los planes: Red de Banca Mayorista Global, Red de Banca Minorista y Centro Financiero Provincial.

Las actividades implementadas buscan minimizar los efectos de situaciones catastróficas o graves perturbaciones operativas, garantizando la continuidad en la prestación de los servicios y la atención de los compromisos con los clientes, colaboradores y sociedad en general.

### **Transparencia, publicidad y etiquetado**

BBVA Banco Provincial adquiere el compromiso de facilitar a sus clientes información oportuna, precisa y comprensible sobre sus operaciones, así como ofrecer de forma clara y veraz las características fundamentales de los productos y servicio, las comisiones y demás gastos que, con carácter general o particular, les resulten de aplicación.

Este compromiso requiere de una especial diligencia en la actuación profesional de todas las personas con responsabilidad en el mantenimiento de los procesos y los sistemas de información para la clientela, en la atención personal de sus solicitudes de información y en la resolución de sus reclamaciones.

Adicionalmente, en materia de publicidad el Banco cumple rigurosamente la normativa nacional. Para ello, somete las campañas de publicidad a la supervisión de los organismos competentes para su autorización, como es el caso del Instituto para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU), de la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (Sudeban)

### **Accesibilidad a servicios financieros**

Ofrecer un buen servicio significa ser eficaz y responder a las expectativas de sus clientes. Con este objetivo, el reto es acercar el Banco a las personas mediante todos sus canales de servicio. Los principales canales directos, además de la amplia red de oficinas y auto-servicios, son:

- **Canal Internet:** Nuestro servicio de Banca por Internet BBVA Provinet, en sus versiones Personas Naturales, VIP y Empresas, es usado por 397.382 clientes, quienes generan aproximadamente 11.000.000 de transacciones mensuales. BBVA Provinet es uno de los servicios de banca por Internet más completo del mercado bancario venezolano, orientado a agregar valor al cliente y a facilitar su relación con la Institución. Una de las innovaciones fue el lanzamiento de la nueva página Web, [www.provincial.com](http://www.provincial.com), enmarcada en el nuevo look & feel corporativo del Grupo BBVA, la cual muestra un diseño innovador sencillo, manteniéndose el compromiso de accesibilidad de la información a las personas con discapacidad, ofreciéndole una alternativa eficaz

desde la comodidad de su hogar u oficina. Toda esta información está soportada sobre una robusta plataforma que permite mantener actualizada la información y garantiza la accesibilidad de las páginas desde los equipos de los clientes. Así mismo, permite conocer en tiempo real los contenidos más visitados, permitiéndonos adecuar este medio a las necesidades informativas reales de nuestros usuarios y clientes.

- **Canal móvil:** BBVA Banco Provincial es la institución pionera en el mercado venezolano en servicio de banca móvil, a través del cual nuestros clientes pueden realizar las principales operaciones bancarias a través de su teléfono celular. Provinet Móvil es utilizado aproximadamente por 12.000 clientes, quienes generan mensualmente 250.000 transacciones. Se ofrecen :
  - Consulta de saldos y movimientos de las cuentas asociadas a la Tarjeta Integral.
  - Consulta de saldos, movimientos y pago en línea de las Tarjetas de Crédito Visa y/o MasterCard.
  - Consulta de Fideicomiso.
  - Pago de servicios públicos: CANTV, EDC, Movilnet (Post-pago), Movistar (Post-Pago y Pre-pago).
  - Transferencias a terceros y entre cuentas propias.
  - Avance de Efectivo.

Así mismo ofrecemos el servicio información financiera, a través de SMS, Provitexto, en dos modalidades: **Provitexto Saldo**, servicio que informa a los clientes el saldo de su cuenta y los cinco últimos movimientos. **Provitexto Nómina**, que informa a los clientes los días de abono de pagos de nómina, mostrando el saldo final de su cuenta.

- **Canal telefónico:** la Línea Provincial, disponible las 24 horas del día durante los 365 días del año, registró, 19,2 millones de operaciones a través del sistema IVR (Respuesta de Voz Interactiva), recibió 5,1 millones de llamadas en los Servicios de Atención Telefónica de operador, produjo 1,6 millones de contactos de telecobranzas y se vendieron en Tele-marketing más de 100 mil tarjetas de crédito.

La multiplicidad de canales para acceder a los productos y servicios que se ofrecen, es un rasgo distintivo y el valor añadido de BBVA Banco Provincial

en su esfuerzo por mejorar su trabajo y la relación con sus clientes.

### CANAL DE VENTA DIRECTA (CVD)

Es una manera de aproximación y acercamiento a los clientes, particularmente a aquellos ubicados en segmentos de medio y bajo valor, clientes o potenciales, donde se utiliza la tecnología para lograr una gestión más eficiente en un tiempo menor.

Se utilizan estrategias de empaquetado y estandarización de soluciones integrales para facilitar la contratación y vinculación del cliente con la entidad.

El modelo aplicado en esta área de negocio contempla la atención a varios colectivos, la captación de comercios centrados en el concepto de venta cruzada de productos y la creación de convenios orientados a los microempresarios, entre otros, todos enmarcados en propuestas innovadoras en forma masiva y con una visión de mercadeo creciente.

El CVD está conformado por seis áreas centradas en la captación de nuevos comercios/clientes, en la búsqueda de una aproximación efectiva con cada uno de los segmentos que las integran, brindando la asesoría y el apoyo técnico especializado a nivel nacional, con un equipo de trabajo especializado que busca ofrecer la mejor calidad de servicio.

Canal de Venta Directa
Comercios
Negocios PYMES
Centros de Marketing Directo (CMD)
Centro Leasing y Turismo
Agropecuario
Hipotecario

Al cierre de 2007, el CVD tuvo un impacto relevante reflejado en los resultados de las áreas que lo conforman: el total de Comercios alcanzó 5.610 Puntos de Venta; Negocios Pymes registró un resultado de 35.09 M de BsF. por su parte los CMD liquidaron un total de 1.251.8 M de BsF. con un total de 36.809 operaciones.

## INCLUSIÓN FINANCIERA Y FINANZAS RESPONSABLES

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



Formados en prevención de legitimación de capitales

### 1.621 personas

BBVA Banco Provincial entiende la inclusión financiera como parte de su responsabilidad sobre el desarrollo de comunidades locales, ya que se trata de integrar en el sistema financiero aquellos sectores de la población, potencialmente excluidos por sus bajos ingresos y sus escasas oportunidades de acceso al crédito.

Como parte del compromiso con la inclusión financiera, el Plan de Bancarización persigue impulsar el acceso a los productos y servicios financieros por parte de nuevos segmentos de la población. La innovación y el uso de las nuevas tecnologías lo hacen posible gracias al desarrollo de nuevos modelos de negocio que permiten alcanzar menores costos y desarrollar otros canales de relación con los clientes.

En esta misma línea, se han definido tres pilares sobre la estrategia de bancarización:

Inversión en Cartera Agrícola

### BsF. 1.513,9 Millones

- **Producto:** bajo el concepto «El Banco en la tarjeta» se busca que la tarjeta sea el centro de la relación con el cliente, otorgando financiamiento y facilitando las transacciones económicas, la asignación de crédito y el pago de nóminas, entre otros.
- **Procesos:** la accesibilidad requiere del desarrollo de la multicanalidad, un uso intensivo de canales tecnológicos alternos a la red de oficinas tradicional, para gestionar el servicio a los clientes, permitiendo ampliar la red de distribución de productos y el acceso a servicios.
- **Riesgos:** disponer de herramientas de gestión del riesgo que aseguren el correcto desarrollo de este proceso integral y segmentado.

La Unidad de Negocio de BBVA para América del Sur fijó en el 2006 cuatro objetivos para la implementación del Plan de Bancarización regional, los cuales se describen en el siguiente cuadro junto con su evolución al cierre del primer año.

#### Plan de Bancarización. América del Sur

	Diciembre 2006	Diciembre 2007	Objetivo 2010
Nº de clientes activos (en millones) <sup>1</sup>	6,5	7,3	9,0
Nº de clientes financiados (en millones)	1,6	2,0	4,0
Financiación de tarjetas (millones de euros)	452	857	2.000
Financiación de consumo (millones de euros)	1.936	3.307	5.500

<sup>1</sup>cliente activo es aquel con saldo superiores a 0, titular de cuentas personales o de negocio

Alcance: Grupo BBVA - América del Sur

## **Grandes empresas y financiamiento de proyectos**

BBVA Banco Provincial dando continuidad al Plan Estratégico 2007, intensificó su gestión con ofertas diferenciadas de productos y servicios contribuyendo al progreso económico de diferentes sectores del país.

Es así como atendiendo a los sectores claves se iniciaron las operaciones del Centro de Negocios Turísticos, con un equipo de apoyo y asesoría especializada para la red de negocios y operadores turísticos. Las características principales de este centro son: capacidad de evaluar, asesorar y efectuar estudios de viabilidad económica, para apoyar a este sector que cuenta con un alto potencial en el territorio nacional. La creación de este Centro impulsó un crecimiento al cierre del segundo semestre de 2007, para un total de 12 importantes proyectos financiados.

Otro de los sectores que tuvo una importante participación en la gestión del área fue el sector agrícola, cerrando el año 2007 con 2.611 clientes lo que representa un crecimiento del 21% en relación al cierre del año 2006, con un saldo de BsF. 1.513,9 Millones y una variación durante el año de 49,06%. El crecimiento de la cartera fue de un 21%, lo que representa la apertura a 462 nuevos clientes.

Atendiendo el compromiso adquirido con los clientes de satisfacer las necesidades de y servicios innovadores y eficientes, se creó el Crédito Líquido. Esta nueva opción de financiamiento, comprende una línea de crédito que es autogestionada por la empresa a través de canales electrónicos para atender las necesidades de capital de trabajo y/o requerimientos de liquidez.

A un año de su creación el centro Leasing & Factoring ha fortalecido su estructura y optimizado los procesos, aunado a una rigurosa gestión de ventas y apoyo al negocio a través de jornadas y asesorías a sus clientes.

Por otra parte, se realizó la fusión del back office de las oficinas de Grandes Empresas e Institucional Caracas, en donde los beneficios se evidencian en una mejora integral del servicio que se ofrece a los clientes, la cual es relevante y significativa durante el tercer trimestre del año cuando en conjunto fueron coordinadas charlas didácticas en las principales regiones del país sobre el proceso de Reversión Monetaria. Con la colabora-

ción del equipo de Reversión Monetaria y del Servicio de Estudios, los clientes pudieron obtener información relacionada con este proceso, sus implicaciones y alcances, así como los avances en la materia y la adecuación que desarrolló la institución en sus sistemas y procesos para garantizar el óptimo desempeño de todos sus productos y servicios una vez se iniciara el 01 de enero 2008.

## **Sobreendeudamiento**

La capacidad de endeudarse de cualquier agente económico depende, de su nivel de renta y de las condiciones financieras a las que puede acceder con esa deuda. Sin embargo, esto también se relaciona estrechamente con la estabilidad macroeconómica y financiera del entorno en el que opera, y con sus expectativas de renta futura.

BBVA Banco Provincial, fiel a sus fundamentos, ha mantenido siempre la prudencia en la gestión del negocio, midiendo la capacidad de retorno y evaluando los riesgos desde el principio de precaución.

Prueba de esta prudencia es la baja tasa de morosidad y su moderado repunte en el año 2007 de 0,78% a 0,81%, un año en que el ciclo económico del país se ha mantenido estable. La rentabilidad del Banco no está ajustada sólo a la valoración del riesgo sino también al principio de prudencia y a las buenas prácticas que guían todas nuestras operaciones.

## **Prevención de legitimación de capitales y del financiamiento de actividades terroristas**

La prevención del blanqueo de capitales y del financiamiento de actividades terroristas constituye, ante todo, un objetivo prioritario que BBVA Banco Provincial asocia a su compromiso de favorecer y preservar el bienestar de los distintos entornos sociales en los que desarrolla sus actividades; entendiéndose que éste es un requisito indispensable para preservar la integridad corporativa y uno de los principales activos para la confianza de las personas e instituciones con las que diariamente se relaciona.

De este modo, en el marco de la política del Banco de prevenir la utilización de sus productos y servicios con fines delictivos, se ha reforzado el modelo de gestión del riesgo de legitimación de capitales, a través del perfeccionamiento de nuestros exhaustivos sistemas de monitorización de las

actividades financieras de la institución. El objetivo de estos sistemas es integrar dentro de la gestión de este tipo de riesgos, las recomendaciones del Comité de Supervisión Bancaria del Banco Internacional de Pagos de Basilea y las nuevas legislaciones que se emitan.

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

### Prevención de legitimación de capitales, y financiación de actividades terroristas

	2007	2006	2005
Participantes en actividades formativas en materia de prevención de legitimación de capitales	1.621	1.541	2.546
Personas especializadas en actividades de prevención de legitimación de capitales y financiación de actividades terroristas	16	13	14
Alcance: BBVA Banco Provincial			

## PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES

Los aspectos sociales y medioambientales generan un mundo de nuevas necesidades y oportunidades. En BBVA Banco Provincial trabajamos para ofrecer una oferta adaptada a las necesidades de cada persona o comunidad de personas.

Inversión socialmente responsable  
Seguros  
Programa Clientes  
Nómina Bajo y Medio Valor  
Microempresarios  
Instituciones públicas



Cartera total de microcréditos	TDC Microempresario	Especialistas formados en Pymes y Comercios
<b>BsF. 641 Millones</b>	<b>8.000 tarjetahabientes</b>	<b>380</b>

### Inversión socialmente responsable

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

### Seguros

BBVA Seguros Provincial, cuenta con la experiencia de un excelente equipo gerencial y una moderna plataforma informática, que responde satisfactoriamente a los requerimientos tecnológicos de la actividad aseguradora, al igual que a las necesidades en materia de seguros de todos nuestros clientes.

En la implementación de las estrategias, se ha desarrollado un modelo adaptado a un mercado cautivo, carente de seguros adaptados a sus condiciones particulares, por lo que se ha ampliado la oferta de productos, diversificando los criterios de segmentación y adecuando las estructuras de los canales de distribución.

Dentro de los aportes a los servicios de seguros, destaca el haber colocado a la disposición de una gran masa de venezolanos de clase media y de bajos recursos, seguros de vida de bajo importe de prima, cuya distribución a través de los canales tradicionales no es factible dado que no resulta costo eficiente.

El acceso a este mercado se hace posible a través de la amplia red de oficinas del Banco y de telemercadeo, obteniendo una extensa y completa cobertura a nivel nacional, con la cual BBVA Seguros Provincial, mantiene y consolida su liderazgo en este segmento.

La implantación del Plan “Cartera Activa”, aborda el grupo de clientes con financiamiento de vehículos, que se encuentran en su 2do. año de vigencia del crédito, a través de un Call Center especializado, complementando la gestión de la red comercial.

Se fortalecieron las relaciones con las empresas Seguros Caracas del Grupo estadounidense Liberty Mutual, MAPFRE La Seguridad y Adriática de Seguros, con el fin de afianzar aun mas la intermediación de productos a través de BBVA Seguros Provincial.

### Programa Clientes Nómina Bajo y Medio Valor

Durante el año 2007 se continuó atendiendo el segmento clientes nómina baja, que corresponden a aquellos con ingresos entre BsF. 500 y BsF. 1.000; y, el segmento de nómina media correspondiente a aquellos con ingresos entre BsF. 1.000 y BsF. 3.000, con el principal objetivo de ofertar productos de financiamiento al segmento bajo y medio valor, a través de transacciones eficientes y sencillas, fortaleciendo canales masivos y alternativos, operando fuera de la oficina comercial y estableciendo políti-

cas de Riesgo que combinan: rentabilidad y estrategias centralizadas, adecuadas al comportamiento de pago.

A estos segmentos se les aplicó un proceso automático de aprobación de límites de crédito, con criterios de riesgo flexible, que permitió ofertar masivamente tarjetas de crédito, a través de telemarketing.

- Evolución en ventas de telemarketing: 103.792 tarjetas de crédito.

Por otro lado, se ofertaron productos de venta cruzada con tarjetas de crédito:

- Pólizas de Protección Financiera: 14.845
- Póliza de Gastos Funerarios: 55.413

## Microempresarios

En su compromiso de continuar apoyando al segmento microempresarial del país, además de ofrecer como producto diferenciado la Tarjeta de Crédito Microempresario para este segmento, que a la fecha cuenta con más de 8.000 tarjetahabientes.

Por otra parte se otorgaron microcréditos que han permitido al Banco alcanzar en el 2007 una cartera total de microcréditos de BsF. 641Millones, lo que se traduce en un incremento de 61,5% con respecto al saldo registrado al cierre del año 2006 y una participación en el mercado financiero nacional de 15,19% al cierre de diciembre 2007.

De esta manera se ratifica el apoyo al desarrollo y fortalecimiento de la microempresa como fuente generadora de empleo que favorece el nivel de vida del país.

Adicionalmente y orientados a fortalecer los conocimientos, información y herramientas a la fuerza de venta, para brindar un mejor apoyo al segmento, durante los meses de abril a junio desarrollamos las Jornadas Pymes y Comercios 2007 contando con la participación de 380 personas entre Directores de Oficina y Gestores.

## Blue Programa Jóvenes

Con la visión de apoyar los proyectos de vida de los jóvenes venezolanos, se lanzó Blue, un novedoso programa mediante el cual se ofrecen productos y servicios financieros adaptados especialmente para este segmento.

Blue es una atractiva propuesta para el mercado juvenil, para el que la entidad ofrece una variada gama de productos y servicios adaptada a sus necesidades particulares:

- Tarjeta de Crédito VISA Blue para jóvenes entre 18 a 30 años, con pagos adoptados a sus necesidades;
- Tienda Virtual [www.blueprovincial.com.ve](http://www.blueprovincial.com.ve), a través de la cual pueden adquirir una amplia variedad de productos;
- Otros productos financieros: Cuenta Corriente, de Ahorro y Tarjeta de Débito diferenciada.

Dentro de los grandes atractivos de este programa se encuentran la Tarjeta de Crédito VISA Blue, una tarjeta dirigida a jóvenes en edades comprendidas de 18 a 30 años, con una conveniencia de pagos adaptada a las necesidades de este grupo; y la tienda virtual [www.blueprovincial.com.ve](http://www.blueprovincial.com.ve), donde los jóvenes solicitan la Tarjeta de Crédito y pueden adquirir una amplia variedad de productos, la oferta financiera también contempla Cuentas Corrientes, de Ahorro y Tarjeta de Débito diferenciada.

## Tercera edad

Con la intención de atender las necesidades de los clientes, brindar las mayores facilidades y una atención de la más alta calidad, BBVA Banco Provincial ofrece el servicio de atención telefónica para los pensionados del Instituto Venezolano del Seguro Social (IVSS), quienes a través de esta línea disponen de toda la información referente al depósito de su pensión.

Para acceder a esta línea de atención telefónica, se deben contemplar los siguientes pasos:

1. Marcar el número telefónico (0212) 279.92.55.
2. Seleccionar la opción número ocho (8).
3. Ingresar el número de cédula y número de control de la libreta de ahorro en donde se deposita la pensión.
4. Después de escuchar la información sobre la fecha del último pago, el cliente podrá marcar la opción 2, para conocer las Oficinas con horario especial.

La puesta en marcha de esta iniciativa se concretó a finales del mes de mayo de 2007, y apoya directamente al colectivo de la tercera edad, contribuyendo a mejorar su calidad de vida, brindándole una excelente calidad de atención para disposición de su tiempo libre.



## **Financiamientos hipotecarios**

Los financiamientos hipotecarios de corto plazo otorgados por la institución, fueron orientados a constructores y a promotores de reconocida trayectoria en el país, con el objeto de concretar la construcción de desarrollos habitacionales que portaron un total de 16.000 nuevas viviendas destinadas a familias con ingresos no superiores a 150 unidades tributarias.

Como operadores financieros de la Ley de Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat, se brindó apoyo financiero a cinco proyectos habitacionales para Asociaciones Civiles, los cuales atenderán a 822 familias. Los recursos que financian las operaciones provienen del Fondo de Ahorro Obligatorio para la Vivienda (FAOV), contribuyendo con el desarrollo habitacional que se encuentran dirigido al segmento más necesitado.

La cartera de Créditos Hipotecarios asignada con recursos del FAOV, se ubicó al cierre del mes de diciembre 2007 en BsF. 79,4 millones y la misma estuvo dirigida a créditos hipotecarios provenientes de la cartera de préstamos al constructor.



## GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS

La captación y retención de talento, la diversidad, la conciliación de vida profesional y laboral, la igualdad de oportunidades...

Todos ellos son retos a los que pretendemos dar la mejor respuesta desde BBVA Banco Provincial para poder ser el mejor lugar para trabajar.

Total de empleados	Hombres/Mujeres	Horas de Formación por empleado
<b>5.765</b>	<b>37/63</b>	<b>31,81</b>

### Perfil de los empleados

Los empleados son un activo fundamental para cualquier empresa. Sin embargo, en BBVA Banco Provincial este grupo de interés tiene una relevancia especial, puesto que parte de la cultura corporativa se refleja en la idea de trabajar “de personas para personas”. Para materializar este punto, uno de los objetivos prioritarios de la institución es gestionar su capital humano, impulsando la mejora continua en los estándares éticos que afectan a sus empleados, en el campo de la igualdad de oportunidades, en el desarrollo profesional y el personal, en el impulso y la mejora de la capacidad de trabajo en equipo, en el clima laboral y en el grado de satisfacción de todos los empleados.

### Empleo y selección

La gestión de la selección cuenta con una política global y con un código de actuación dirigidos a garantizar la igualdad de oportunidades y la atracción del talento. Además, se garantiza la máxima independencia y confidencialidad, de modo que todos los candidatos reciban el mismo tratamiento, pasen por los mismos procesos para incorporarse y no exista discriminación por sexo, raza, parentesco familiar u otras razones distintas de los propios requisitos establecidos para el puesto.

EMPLEADOS			
	2007	2006	2005
	5.765	5.755	5.653
Alcance: BBVA Banco Provincial			

ALTAS DE EMPLEADOS			
	2007	2006	2005
	376	781	424
Alcance: BBVA Banco Provincial			

PLANTILLA POR EDAD (%)											
2007				2006				2005			
Edad media	<25	25-45	>45	Edad media	<25	25-45	>45	Edad media	<25	25-45	>45
35,3	9,8	79,2	11,0	35,4	7,6	80,4	11,9	35,7	3,2	87,8	9,0
Alcance: BBVA Banco Provincial											

<b>DIMISIONES VOLUNTARIAS DE LA PLANTILLA (TURN-OVER) <sup>(1)</sup></b>			
	2007	2006	2005
	9,61	9,53	6,63
Alcance: BBVA Banco Provincial			
(1) Turn-over: [Bajas voluntarias / Nº de empleados al inicio del período] x 100			

<b>BAJAS DE EMPLEADOS</b>			
	2007	2006	2005
	670	639	373
Alcance: BBVA Banco Provincial			

## Valoración, desarrollo profesional y compensación

Contribuyendo con el desarrollo individual de los colaboradores, se implementaron los Planes de Desarrollo Individual (PDI), los cuales serán ejecutados durante los próximos dos años con la intención de potenciar las fortalezas de los trabajadores en cada una de las posiciones.

Se incrementó la proximidad a los centros de trabajo con la finalidad de identificar las habilidades y los conocimientos de los empleados, a través de entrevistas de análisis de competencias, las cuales son fundamentales en el desarrollo de los planes de carrera y la promoción interna del recurso humano, logrando un acercamiento de más de 200 trabajadores de las diversas áreas que conforman la institución.

Las condiciones económicas del país precisan para BBVA Banco Provincial la aplicación de una serie de medidas salariales oportunas y coherentes con respecto a la inflación que afecte al mercado nacional. Ante ello, se aprovechan las dos revisiones salariales anuales para realizar los ajustes de los sueldos de todos los empleados, tomando como referencia los índices de inflación informados por los órganos competentes. En este mismo sentido se considera como otro elemento sobresaliente, la competitividad en el mercado financiero de los puestos estratégicos con los que contamos, las contraofertas salariales y finalmente los beneficios ofertados por la competencia.

La Retribución de la Incentivación Variable (DOR / AOR) para toda la plantilla, es también un indicador diferenciador en el sector financiero local, motivo por el cual, se ha comprobado que esta percepción ha fortalecido más el vínculo de nuestro talento humano con la Institución.

Finalmente debemos destacar que la filosofía de compensación persigue mantener la equidad interna de los cargos y las personas.

## Formación y gestión del conocimiento

El Plan Anual de Formación se fundamenta en las habilidades y conocimientos técnicos resultado del informe de competencias, actividades corporativas definidas por el Grupo BBVA y necesidades locales propias de un área o grupo determinado, buscando en todo momento ofrecer soluciones de adiestramiento que apoyen el desarrollo profesional de los empleados.

A través, de las soluciones formativas: cliente, conocimientos del negocio, requerimientos legales, certificaciones, desarrollo directivo, otros conocimientos, idiomas y habilidades, se encuadran las principales actividades en pro de potenciar competencias, a través, de acciones formativas globales y locales.

Alineados con la estrategia del Grupo BBVA, se ofrecen por medio del canal formativo "CONOCE" un amplio abanico de opciones, que complementan significativamente las actividades ofrecidas vía presencial, logrando calar de manera significativa en nuestra cultura de aprendizaje.

Finalmente en el 2007, destacan actividades como:

- Carrera al Éxito: se formaron 441 nuevos administrativos multifuncionales de la red comercial, con el fin de apoyar el desarrollo de destrezas que garanticen un desempeño eficaz.
- Programa Técnicas de Venta y Negociación: 296 empleados se beneficiaron con las herramientas que aporta esta importante actividad en el desenvolvimiento exitoso de la acción de venta.
- Reconversión Monetaria y Estilos de Dirección: permitieron dar alcance formativo a 2.622 empleados.

## PROGRAMA MODULAR DE FORMACIÓN E INFORMACIÓN DE PROCESO DE RECONVERSIÓN MONETARIA

De cara al cambio monetario decretado para el año 2008 por el Gobierno Nacional, surge el Programa Modular de Formación e Información Integral sobre la Reconversión Monetaria en Venezuela.

Su principal objetivo fue capacitar al personal a través de las herramientas necesarias para conocer y manejar las operaciones y los procesos asociados a la Reconversión Monetaria.

El Programa Modular de Formación e Información se desarrolló por medio de tres módulos:

**- CONCEPTUALIZACIÓN Y LINEAMIENTOS GENERALES.**

En este módulo se impartió la información, los conocimientos y las herramientas básicas sobre la Reconversión Monetaria, desarrollando un manejo eficaz y pertinente de la información en el ámbito organizacional y social.

**- IMPLICACIONES, APLICACIONES E IMPACTO OPERATIVO.**

Proporcionó el conocimiento de las nuevas normativas, aplicaciones y funcionalidades, de los distintos procesos en materia de Reconversión Monetaria, permitiendo un adecuado desarrollo de las operaciones y labores diarias de manera eficiente.

**- REFORZAMIENTO Y PLAN DE CONTINGENCIA.**

La última fase refuerza los conocimientos adquiridos en los dos módulos anteriores, ejecutando las actualizaciones correspondientes y nuevas funcionalidades, dando a conocer los últimos avances en la materia, preguntas y respuestas frecuentes.

Adicionalmente se fomentó el interés a través de la autoformación, para transmitir el plan de contingencia previsto por el Banco.

El programa se ejecutó tanto a nivel presencial como a distancia y a través de comunicaciones e informaciones internas.

Al cierre de 2007 se destacaron las siguientes estadísticas:

- 108 actividades de formación presencial impartidas a nivel nacional, para un total de 4.284 empleados de la red de oficinas y 575 personas de dirección y apoyo central.
- Distribución de más de 4.500 manuales de formación en la materia y de un CD por oficina comercial contentivo de toda la información existente.
- Promoción y difusión de las presentaciones e información a través de la intranet.
- Creación del Simulador de Transacciones Financieras sobre “Reconversión Monetaria”, colocado en cada una de las estaciones de trabajo en la red de oficinas, el cual le permite a los empleados (cajeros de oficina y administrativos multifuncionales) reforzar los conocimientos, así como un manual impreso denominado “Guía sobre los cambios realizados en los aplicativos y segmentos”.

- Difusión del Plan de Contingencia a través de medios audiovisuales, electrónicos y físicos.

**PROGRAMA “DEPENDE DE TI!”**

El programa “Depende de Ti!” se implementa con el objetivo de capacitar al personal a través de un proceso de auto postulación; buscando fortalecer el vínculo entre los empleados y la Organización mediante actividades orientadas tanto al área de negocio como dedicadas al esparcimiento intelectual y físico del empleado, mejorando su calidad de vida y contribuyendo a su formación integral.

Para dar inicio al Programa en el área de Negocio, se generó el plan académico Formación en Banca y Finanzas, por medio de cursos como:

- Análisis de Estados Financieros.
- Matemática Financiera.
- Fundamentos Financieros y Bancarios.

Estas actividades fueron realizadas en la Región Capital, en sesiones de 3 horas al día, con una duración promedio de 16 horas por curso.

A nivel de actividades dedicadas al mejoramiento y el esparcimiento intelectual, con una duración promedio de 2 horas, se realizaron los siguientes talleres:

- Cómo planificar el tiempo
- Origami
- El arte de sentirse bien
- Balance vida laboral y personal
- Programación mental de una persona exitosa

Se desarrollaron 8 cursos en Caracas y 3 actividades desarrolladas en el interior del país, en las que participaron 700 empleados.

Uno de los grandes beneficios de este programa fue la oportunidad de sumarle valor agregado a la formación del empleado, a través de su participación en actividades que enriquecen su conocimiento y la obtención de herramientas útiles extensibles a los diferentes ámbitos de su vida, motivo que impulsa la creación de este tipo de iniciativas, su continuidad en los próximos años y la intención de ampliarlas a nivel nacional.

**PROGRAMA “CARRERA AL ÉXITO”**

“Carrera al Éxito” es un programa de formación para nuevos ingresos de la red de oficinas, que busca apoyar

al capital humano en un desempeño eficaz, con miras al desarrollo de una carrera profesional en los sucesivos cargos.

Su objetivo es proveer al nuevo empleado de la red de oficinas comerciales de un plan de formación que garantice, la preparación en conocimientos técnicos inherentes al perfil funcional del cargo que ejerce o sucesivo cargo a ocupar, brindando las herramientas para crear soluciones orientadas a la generación de valor y que redunde en los objetivos del negocio. Desde el punto de vista motivacional, estimulará al empleado a seguir una línea de acciones formativas que mejoren su desarrollo profesional.

Durante el año 2007, se atendieron a más de 600 empleados con el perfil de cajero de oficina o administrativo multifuncional, así como 81 gestores (particulares y de negocio), los cuales se beneficiaron de estas actividades.

Para el cargo de cajero o administrativo multifuncional, el programa está conformado por las siguientes materias:

- Prevención de la Legitimación de Capitales
- Prevención de Riesgos Laborales (Salud Ocupacional)
- Seguridad Operativa
- Formación en el puesto del Administrativo Multifuncional (parte teórica y parte práctica a través del Sistema Altamira)
- Programa de Orientación al Cliente

Igualmente, para los cargos de gestores de par-

ticulares y negocios, se imparten programas de 2 semanas de duración, abordando los temas de:

- Riesgo de Economía de Particulares, Riesgos PYMES.
- Pasantías en el área de Riesgos.

Atendiendo a otras áreas y a la igual que en años anteriores, se invirtieron horas de formación en programas relacionados con atención al cliente y análisis del riesgo crediticio alcanzando un total de 4.000 horas hombre.

Se pretende continuar la ejecución de este programa, incorporando fases de capacitación y actividades vía e-learning, destacando su importancia e incrementando la cantidad de tiempo invertido, y la participación de las distintas áreas del Banco de manera presencial, a fin de motivar y comprometer a los empleados.

#### CLIMA LABORAL

BBVA Banco Provincial realiza cada dos años una encuesta donde todos los profesionales del Banco pueden opinar sobre las condiciones de trabajo y su vivencia profesional. La encuesta constituye uno de los canales de participación más importantes y sirve para impulsar acciones dirigidas a mejorar las condiciones de trabajo y el clima laboral.

Aunque correspondía ejecutarla durante el 2007, se ha identificado la necesidad de incorporar cambios en la encuesta por lo que se ha pospuesto su realización para el año 2008.

Formación			
	2007	2006	2005
Inversión total en formación (en miles de BsF.)	2.900,00	2.767,00	2.367,00
Inversión en formación por empleado (en BsF.)	503,03	249,00	151,00
Horas de formación impartidas (miles)	185.249	163.814	130.957
Horas de formación por empleado	31,81	28,49	21,95
Actividad formativa mediante e-learning (%)	47,5%	36,4%	19,74%
Empleados que han recibido formación en el año (%)	81,7%	73%	67%

Alcance: BBVA Banco Provincial

Canales de Formación (%)			
	2007	2006	2005
Formación presencial	73,73%	69,77%	56,86%
Formación a distancia	11,56%	23,25%	40,20%
Formación a través de e-learning	14,70%	6,97%	2,94%

Alcance: BBVA Banco Provincial

De cara a obtener una medición del equipo sobre la Calidad de Servicio ofrecido por las áreas centrales, durante los meses de noviembre y diciembre se aplicó la Encuesta de Cliente Interno, instrumento que permite fortalecer uno de nuestros principios corporativos “El equipo como artífice de la generación de valor”. Los resultados de 2007 muestran un índice de satisfacción de 7,66 superior en 0,26 puntos al registrado en el 2006.

La finalidad de esta Encuesta es detectar oportunidades de mejora que involucren el compromiso de las áreas y la sensibilización de toda la plantilla en términos de actitud y de servicio, a través de un aplicativo disponible en la intranet del Banco con aplicación anual que mide los siguientes indicadores:

- 1) Actitud de servicio
- 2) Rapidez en respuesta
- 3) Efectividad en la respuesta

Valorados en la siguiente escala:

- 1 - 2,99 Pésimo.
- 3 - 4,99 Malo.
- 5 - 6,99 Regular.
- 7 - 8,99 Bueno.
- 9 - 10 Excelente.

Resultados Estudios de Calidad y Satisfacción del Cliente Interno				
	2007	2006	2005	2004
Mediciones Internas	7,66	7,44	7,66	7,77
Alcance: BBVA Banco Provincial				

## Beneficios sociales y otras iniciativas

BBVA Banco Provincial ejerce un conjunto de beneficios sociales que disfrutan sus trabajadores, deri-



vados de obligaciones legales, acuerdos contractuales y beneficios no contractuales, ofreciendo la oportunidad de retribuir su dedicación con la institución con una serie de iniciativas que durante 2007 han aportado mejoras en su calidad de vida.

Enmarcados en los ejes de Pasión por las Personas, proyecto corporativo cuyo objetivo es incrementar la satisfacción de clientes y empleados en BBVA Banco Provincial, se desarrollaron una serie de proyectos que influyen directamente sobre la satisfacción del recurso humano, en la búsqueda del establecimiento de un

Obligaciones legales		
Beneficios	Beneficiario Directos	Inversión Ejecutada en miles de BsF.
Ley de Alimentación para los trabajadores (Ticket Alimentación)	Empleados	11.807
Guarderías	Hijos de empleados <sup>(1)</sup>	1.227
Bono Vacacional	Empleados	12.943
	<b>Total</b>	<b>25.979</b>

(1) Desde 0 a 5 años  
Alcance: BBVA Banco Provincial

## Acuerdos Contractuales

Beneficios	Beneficiario Directos	Inversión Ejecutada en miles de BsF.
Créditos hipotecarios	Empleados	19.968
Créditos de vehículos	Empleados	15.160
Becas	Empleados activos del Banco y sus Empresas Filiales(1)	269,9
Contribución funeraria	Empleados	284
Póliza HCM	Titular, conyugue, hijos, padres y hermanos.	15.440
Seguro de accidente	Empleados(2)	38,6
Dotación de uniformes	Empleados	1.430,8
Prima por bonificación de matrimonio	Empleados	8,9
Subsidio familiar	Empleados (3)	187,2
Juguete Navideño	Hijos de empleados (4)	457,8
Plan Vacacional	Hijos de empleados (5)	1.209,9
	<b>Total</b>	<b>54.458</b>

(1) Para el financiamiento de estudios de pregrado y postgrado.

(2) Cubre los casos de accidente, incapacidad y fallecimiento.

(3) Beneficio que se otorga a los empleados activos por cada hijo nacido durante la vigencia del Contrato Colectivo

(4) Hijos de 0 a 12 años

(5) Hijos de 4 a 17 años

Alcance: BBVA Banco Provincial

## Beneficios No Contractuales

Beneficios	Beneficiario Directos	Inversión Ejecutada en miles de BsF.
Ayuda Social	Empleados, conyugues, hijos y padres	136,5
Subsidio Comedor	Empleados	4.310,7
Subsidio Estacionamiento	Empleados	96,5
Servicios Médicos	Empleados	567,6
Obsequio Navideño	Empleados	2.900
Libro Infantil: obsequio Navideño	Hijos de empleados	13,6
	<b>Total</b>	<b>8.024,9</b>

Alcance: BBVA Banco Provincial

equilibrio entre el trabajo y la vida personal, entre los que destaca el Proyecto Corporativo Calidad de Vida, insertando una serie de iniciativas, tanto corporativas como locales, cuyo objetivo principal es hacer de la institución el mejor lugar para trabajar.

En el 2008 se seguirá coordinando la puesta en marcha de un conjunto de acciones, enmarcadas en nuestra cultura corporativa y sustentadas en 5 ejes básicos de ejecución:

- **Tiempo:** nuestro modelo de trabajo busca promover la flexibilidad y permite el uso más eficiente del tiempo.
- **Igualdad de oportunidades:** favorecemos la aplicación efectiva de este principio para fomentar la diversidad y gestionarla como ventaja competitiva.

## Proyecto Calidad de Vida

### Iniciativas 2007

Viernes casual \*

Adelanto de Bono de Referencia

Programa Dependiente de ti

Cursos de Verano

Operativos de Documentación y Salud

Obsequio navideño

\* para el personal ubicado en las áreas centrales

Alcance: BBVA Banco Provincial

- **Tecnología:** ponemos a disposición de nuestros empleados los medios tecnológicos necesarios para mejorar la administración del tiempo, la calidad del trabajo y la productividad.
- **Proyectos personales y familiares:** nos preocupamos por el bienestar de nuestros empleados y sus familias, por ello, estamos en constante búsqueda de medidas innovadoras que faciliten la realización de sus proyectos personales y profesionales.
- **Compromiso de la Alta Dirección:** para facilitar el uso y disfrute de todas las iniciativas de este proyecto por parte de sus equipos, con el fin de contribuir a un equilibrio adecuado entre la vida personal y profesional.

Por otra parte, en el marco de la celebración de los 150 años de BBVA, se realizaron una serie de actividades:



## JUEGOS DEPORTIVOS

### NACIONALES E INTERNACIONALES:

Se realizaron actividades deportivas en las disciplinas de Fútbol 7, Tenis, Bowling, Baloncesto y Softball, con la participación de 922 empleados distribuidos a lo largo de 8 ejes regionales del país.

La final nacional, se llevó a cabo en la ciudad de Caracas y participaron 247 empleados, y la gran final internacional de los Juegos Deportivos 150 Años BBVA, se realizó en Madrid, con la participación de 29 delegados de Venezuela, en las disciplinas de Fútbol 7, Baloncesto, Tenis y Bowling. Participaron 20.000 atletas pertenecientes al Grupo BBVA en todo el Mundo y BBVA Banco Provincial consiguió el 1er lugar en la disciplina de Bowling.

## DÍA DE LA FAMILIA

Con la intención de resaltar las actividades diarias del trabajo de los padres, se llevó a cabo el Día de la Familia en el Centro Financiero Provincial, en ocasión de la apertura de los planes vacacionales bajo el lema “conoce el lugar donde trabaja tu papá o mamá”. Esta actividad brindó a los más pequeños la oportunidad de recorrer parte de las instalaciones, mientras un responsable de cada área les explicaba lo que se hace en cada una de ellas; específicamente visitaron la Oficina de Empleados, los Salones de Formación, y el área de Seguridad. El Día de la Familia también se llevó a cabo en diferentes ciudades del país, donde se realizaron emotivas fiestas, las cuales coincidieron de igual modo con la inauguración de los planes vacacionales.

## CARRERA CAMINATA 150 AÑOS BBVA

Más de 2.000 personas entre empleados, familiares, clientes y relacionados participaron de esta experiencia de manera simultánea con todos los países donde el Grupo BBVA está presente. En Venezuela se realizó el domingo 30 de septiembre y el recorrido comprendió desde la Av. Francisco de Miranda, frente a la Oficina Los Palos Grandes hasta Chacaito, abarcando las categorías: Carrera 10 Km, individual, Carrera 10 km, por equipos (masculino, femenino y mixto), Caminata 5 km.

## CLUB SOCIAL Y DEPORTIVO PROVINCIAL

Desde su creación en el año 1988, el Club Social y Deportivo Provincial promueve políticas orientadas a la distracción y esparcimiento de los socios y sus familiares, así como a la sana práctica deportiva, ofreciendo a sus afiliados la oportunidad de disfrutar de diversas instalaciones deportivas para fútbol de salón, baloncesto, voleibol y tenis, piscinas, parques infantiles, canchas de bolas criollas y un campo de softball y béisbol menor.

## FUNDACIÓN BBVA BANCO PROVINCIAL

El fomento de actividades culturales y educativas que impulsen la participación de los empleados y su familia son de suma importancia para la Institución. Por ello la Fundación BBVA Banco Provincial desarrolla talleres y actividades culturales y formativas para los empleados y su grupo familiar.



### Distribución funcional por género y categoría profesional (%)

	2007		2006	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Comité Dirección y Directores Corporativos	37,00	63,00	37,00	63,00
Directivos	62,50	37,50	75,00	25,00
Mandos Medios	57,41	42,59	59,62	40,38
Especialistas	45,78	54,22	47,16	52,84
Fuerza Ventas	47,49	52,51	46,62	53,38
Puestos Base	28,81	71,19	29,11	70,89
	38,49	61,51	37,49	62,51

Alcance: BBVA Banco Provincial

### Contratos por género (%)

	2007			2006			2005		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
Fijos o indefinidos tiempo completo	33,03	56,79	89,82	34,20	59,17	93,37	34,42	57,62	92,03
Fijos o indefinidos tiempo parcial	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Temporales	2,71	3,77	6,48	1,29	2,41	3,70	0,47	1,06	1,53
Otros	1,47	2,23	3,70	0,81	2,12	2,93	1,89	4,54	6,43

Alcance: BBVA Banco Provincial  
 Notas:  
 H=Hombres  
 M=Mujeres

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

En BBVA Banco Provincial se respeta el papel y la responsabilidad que conciernen a las representaciones sindicales de acuerdo a lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, la Ley Orgánica del Trabajo y su respectivo reglamento. Bajo este supuesto, el rol fundamental del sindicato será el estudio, defensa, desarrollo y protección de intereses profesionales así como el mejoramiento social, económico y moral de sus asociados.

El derecho de toda persona de asociarse libremente para la defensa de sus intereses profesionales se encuentra consagrado en instrumentos internacionales como la Declaración de Filadelfia, la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, la Carta Internacional Americana de Garantías Sociales, los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo y en nuestro país en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en su artículo 95 el cual reza lo siguiente:

**Artículo 95:** “Los trabajadores y trabajadoras, sin distinción alguna y sin necesidad de autorización previa, tienen derecho a constituir las organizaciones sindicales que estimen convenientes para la mejor defensa de sus derechos e intereses, así como afiliarse o no a ellas, de conformidad con la ley. Estas organizaciones no están sujetas a intervención suspensión o disolución administrativa. Los trabajadores y trabajadoras estarán protegidos y protegidas contra todo acto de discriminación o de injerencia contrario al ejercicio de este derecho. Los promotores y promotoras y los integrantes de las directivas de las organizaciones sindicales gozarán de inamovilidad laboral durante el tiempo y en las condiciones que requieran para el ejercicio de sus funciones. Para el ejercicio de la democracia sindical, los estatutos y reglamentos de las organizaciones sindicales establecerán la alternabilidad de los integrantes de las directivas y representantes sindicales que abusen de los beneficios derivados de la libertad sindical para su lucro e interés personal, serán sancionados o sancionadas de conformidad

con la ley. Los y las integrantes de las directivas de las organizaciones sindicales estarán obligados u obligadas a hacer declaración jurada de bienes”

Por su parte, los sindicatos pueden estar enmarcados dentro de la siguiente clasificación: a) de patronos, b) de trabajadores, empleados, obreros o mixtos y c) de personas que ejerzan profesiones u oficios diferentes. Dentro de esta clasificación en BBVA Banco Provincial encontramos solamente la figura de sindicato de trabajadores el cual se encontraba conformado en el 2007 por seis (06) organizaciones sindicales legalmente reconocidas, a saber: El Sindicato Nacional de Trabajadores del Banco Provincial., Banco Universal “Sintrabanprosa”, El Sindicato de Trabajadores del Banco Provincial, S.A., Banco Universal en el Estado Bolívar, El Sindicato de Trabajadores del Banco Provincial, S.A., Banco Universal en el Estado Aragua, El Sindicato de Trabajadores del Banco Provincial, S.A., Banco Universal en el Estado Carabobo, El Sindicato de Trabajadores del Banco Provincial, S.A., Banco Universal en el Estado Zulia y el Sindicato de Trabajadores del Banco Provincial, S.A., Banco Universal en el Estado Lara.

Todas estas organizaciones sindicales se encuentran agrupadas en una sola Federación denominada: Federación Nacional de Sindicatos del Banco Provincial S.A. Banco Universal y sus Empresas Filiales (Fenasin B.P).

<b>Expedientes disciplinarios</b>	
	2007
Sobreseimientos	22
Sanciones	126
Despidos a causa de sanciones	41
<b>TOTAL</b>	<b>189</b>
Alcance: BBVA Banco Provincial	

<b>Asuntos contenciosos</b>	
	2007
Demandas derivadas de expedientes disciplinarios	0
Reclamaciones individuales	55
Conflictos colectivos	0
Actuaciones de los órganos de la Administración	7
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>
Alcance: BBVA Banco Provincial	

## Salud y seguridad laboral

El Servicio de Salud Laboral, parte integrante del Servicio de Seguridad y Salud en el Trabajo, conforme a la normativa legal vigente en Venezuela y el análisis comparado de experiencias en otros países con una estructura similar, fue diseñado y aprobado como un servicio de salud propio en las instalaciones de la sede principal en el Centro Financiero Provincial y administrado por un tercero, proveedor de los servicios necesarios con el “saber hacer” previo, para atender a la población de trabajadores de la región capital.

Se diseñó un Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo que fue consignado en acto público a los Delegados de Prevención de la sede principal garantizando el ejercicio del derecho a la participación democrática de los trabajadores. Para el año 2008, esperamos formalizar la implantación del programa a escala nacional.

Cuando ocurre la visita de un funcionario público en cualquiera de las oficinas a nivel nacional por parte del Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales (INPSASEL), Ministerio Popular para el Trabajo y la Seguridad Social (MINTRASS) y el Cuerpo de Bomberos, informan de inmediato al área de Salud y Riesgo Laboral para gestionar los requerimientos demandados. Durante el año 2007, se recibieron 35 inspecciones a escala nacional.

Se cumplió con el programa nacional de inducción en materia de seguridad y salud laboral, cuyo objetivo es garantizar la difusión de la información mínima necesaria para que los nuevos miembros de nuestra organización sean partícipes de la cultura preventiva de riesgos laborales, a través del manejo de conceptos asociados a la seguridad industrial, higiene ocupacional, actuación en caso de emergencias, y la normativa interna y externa en la materia. Se impartieron cursos semanales a un total de 818 trabajadores del Banco, lo que equivale al 100% de los nuevos ingresos en la Región Capital. Las jornadas de inducción se extendieron a 321 trabajadores de diferentes empresas contratistas.

Se elaboró y publicó la Norma sobre “Condiciones de seguridad y salud laboral para la ejecución de obras, prestación de servicios y uso de espacios de BBVA Banco Provincial por terceros”, de obligatorio cumplimiento para todos los trabajadores de terceros en general que hacen vida en común en forma puntual

o periódicamente en las instalaciones de la institución.

Desde la Sub Unidad de Salud y Riesgo Laboral se impulsa a cada área del Banco a que cumpla con el contenido de la Ley para Personas con Discapacidad, de reciente modificación, cuyo objetivo primordial es la incorporación a la sociedad de aquellas personas que con ocasión de una discapacidad, han sido discriminadas y excluidas social y laboralmente. Se cumplió con la entrega del primer informe semestral previsto en la Ley.

#### ACUERDOS SALUD Y SEGURIDAD

En materia de notificación de riesgos laborales, mediante la cual se pone en conocimiento a cada trabajador de los riesgos a los cuales podría estar expuesto con ocasión de la realización de sus actividades laborales, el daño que podría ocasionarse y las medidas de prevención a seguir, durante el año 2007, logramos sincerar el 100% de la información, minimizando los riesgos de desconocimiento y eventuales multas y demandas por este concepto.

#### REGISTRO DE BAJAS

En el Servicio Médico ubicado en la sede principal, durante el período enero a noviembre, se atendió un total de 2.048 pacientes, siendo las patologías más frecuentes, como sigue: 32% trastornos ORL (otorrinolaringología); 18% trastornos músculo-esqueléticos; y, 13% trastornos del tracto digestivo.

En materia de accidentes, se registra en todo el país un total de 44, distribuidos así: 44% Caída; 20% Golpeado; 18% Cortada; 11% Aplastamiento y 7% Otros. Se generaron estadísticas trimestrales conforme a la Ley, las cuales se publicaron en el portal de RRHH en la Intranet, al alcance de cualquier trabajador del Banco.

Se diseñó, distribuyó y publicó un procedimiento para la actuación en caso de ocurrencia de accidentes de naturaleza laboral, el cual incluye la notificación vía correo electrónico al órgano regulador (Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales, INPSASEL) dentro de los 60 minutos siguientes a la ocurrencia del siniestro o desde que se tiene conocimiento del mismo; al Comité de Seguridad y Salud Laboral del centro de trabajo y al Sindicato dentro de las 12 horas siguientes; y en físico al INPSASEL dentro de las 24 horas siguientes. Asimismo, es necesario notificar al Ministerio del Poder Popular para el Trabajo, dentro de los cuatro días continuos siguientes; y al Instituto Venezolano de los Seguros Sociales (IVSS) dentro de los tres días hábiles siguientes.

#### COMITÉS SALUD Y SEGURIDAD

En cuanto a la gestión de diseñar y planificar la activación y funcionamiento de los Comités de Seguridad y Salud Laboral, entendiéndose que es obligatoria la existencia de un Comité por cada centro de trabajo y que requiere la previa elección y registro de los delegados de prevención por parte de los trabajadores, la organización cuenta con 161 Delegados de Prevención en 104 Oficinas y dos Comités registrados a escala nacional, incluyendo el de la sede principal.

#### TASA DE ABSENTISMO

2007	2006	2005
1,70	1,93	1,77

Alcance: BBVA Banco Provincial

#### Comunicación interna

Las herramientas de comunicación interna tienen como objetivo crear un clima de confianza basado en una relación abierta, en el respaldo al equipo y en la transparencia en la comunicación.

En el año 2007 se apoyó estratégicamente el proyecto empresarial, planificando, diseñando y desarrollando proyectos y canales de comunicación internos que permiten a la plantilla conocer y mantenerse actualizada sobre la institución y el negocio, promover una cultura corporativa cohesionada y un sentimiento de pertenencia entre todos los empleados, en línea con la visión, valores y principios corporativos.

Los principales canales de diálogo con los empleados son:

- **Revista adelante:** Publicación corporativa trimestral dirigida a los empleados del Grupo BBVA, de contenido mixto (páginas globales –BBVA España- y locales –BBVA Banco Provincial-).
- **Revista Entorno:** Publicación interna bimestral dirigida a todos los empleados de BBVA Banco Provincial, de corte local.
- **Carteleras:** Sistema de carteleras informativas de actualización semanal, que se desarrolla bajo un concepto infográfico.
- **Portal principal de intranet:** Administración de la sección de Noticias (principal y marquesina). Se publican informaciones de corte noticioso que sean de relevancia para toda la plan-

tilla, cuya vigencia depende de la naturaleza e impacto de la información. El contenido se actualiza diariamente para garantizar variedad y balance entre las áreas.

- **Dossier Semanal:** Se trata de un resumen de todas las informaciones publicadas semanalmente en los canales de comunicaciones internas, segmentadas por áreas, así como las informaciones de mayor interés emitidas por el Grupo BBVA.

Comunicaciones Internas funciona como una “agencia de noticias”, fungiendo de área receptora, procesadora y transmisora de las informaciones institucionales, respondiendo a pautas y estrategias del ámbito corporativo. Adicionalmente, asesora a la presidencia, la alta gerencia y la dirección de las diferentes áreas en el diseño y la ejecución de campañas de sensibilización y motivación que responden a planes corporativos.

Entre los proyectos corporativos desarrollados durante el 2007 destacan:

#### 1.- ENCUENTROS CON LA PRESIDENCIA:

- Acercamiento del Presidente Ejecutivo a la plantilla a través de reuniones que permiten el proceso de comunicación interna cara a cara

con un carácter estratégico, a fin de identificar oportunidades de mejora y conocer lo que más valoran de la institución.

#### 2.- INICIATIVAS REFORZAMIENTO CULTURA:

- 3ra. Edición del Concurso de Fotografía para empleados.
- 3ra. Edición del Concurso de Dibujo Infantil para hijos de empleados.
- Exhibición de los trabajos presentados en el Concurso de Dibujo Infantil.

#### 3.- CAMPAÑAS ESPECIALES:

- Campañas comunicacionales internas de carácter estratégico, carácter masivo o dirigidas a colectivos específicos.
- Campañas informativas y de concientización
- Campaña de lanzamiento de la Intranet Corporativa BBVA
- Campaña Calidad de Vida
- Campaña “2015: Un mundo mejor para Joana”
- Campaña 150 años de BBVA
- Campaña informativa y de mercadeo directo sobre el Programa Ruta Quetzal para hijos de empleados.

Política y modelo corporativo de compras  
 Sistema de homologación de proveedores  
 Herramientas de gestión y aprovisionamiento  
 Proyectos responsables con proveedores



## COMPRAS RESPONSABLES

Una gran empresa debe impulsar y extender la responsabilidad corporativa entre todas las empresas y entidades con las que colabora. El compromiso de BBVA Banco Provincial es incorporar progresivamente criterios de sostenibilidad en la gestión de sus compras.

Nº de proveedores

1.045

% de proveedores locales

90%

% Compras homologadas

62%

### Política y modelo corporativo de compras

La Unidad de Compras, Inmuebles y Servicios tiene un nuevo modelo organizativo global estructurado en 'funciones corporativas' y 'funciones país'. Esta estructura permite mantener una política sostenible de los costos de aprovisionamiento y mejorar los procesos, perfeccionando los servicios que presta la organización. BBVA Banco Provincial apostando por una relación con sus proveedores, se basa en dos aspectos esenciales:

- La aplicación de criterios de objetividad, transparencia, profesionalidad e igualdad de oportunidades tanto en la selección de proveedores, como en la relación con los mismos.
- El impulso entre los proveedores, de los principios de ética y responsabilidad corporativa.

Para la institución, una negociación eficaz es aquella en la que se consigue satisfacer las necesidades reales del cliente interno con la mejor calidad y el mejor nivel de servicio al menor costo posible, y en el plazo previsto.

Para el año 2008, está programado celebrar reuniones periódicas con los proveedores estratégicos, con el objeto de establecer con ellos relaciones sólidas y duraderas que proporcionan estabilidad y calidad a la relación comercial.

En consonancia con la responsabilidad social extendida a los proveedores, el Banco establece controles cuando se realizan compras superiores a un determinado importe de facturación. En estos casos se realizan inspecciones en las instalaciones del proveedor y se regula contractualmente la no vulneración de los derechos humanos y de las leyes vigentes.

### Principales Proveedores

Nº Proveedores clasificados por volumen de facturación

Menos de BsF. 275 Miles		BsF. 275 Miles - BsF. 825 Miles		BsF. 825 Miles - BsF. 2.750 Miles		Mas de BsF. 2.750 Miles		TOTAL Proveedores	
2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
895	1.126	68	66	57	49	25	23	1.045	1.261

Alcance: BBVA Banco Provincial

## CÓDIGO ÉTICO

BBVA Banco Provincial valora especialmente a aquellos proveedores, que comparten los principios que han adoptado para el desarrollo de sus actividades, los compromisos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

## Sistema de homologación de proveedores

Como parte de la política de Compras, se requiere que los proveedores pasen por un proceso de Homologación, para asegurar que cuentan con la capacidad productiva, técnica, financiera, de calidad comercial que el Banco necesita.

En los cuestionarios de homologación se incluyen preguntas específicas sobre el cumplimiento de los diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, relativas a los Derechos Humanos, trabajo y medio ambiente. Asimismo, a cada proveedor se entrega el Manual de Seguridad y Salud Laboral del BBVA Banco Provincial para terceros, formalizándose por escrito su obligación de cumplir, implantar y evaluar su gestión a través de un Programa de Seguridad y Salud Laboral.

Homologación de proveedores	
	2007
Número de proveedores homologados	76
Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación (%)	62
Número de Proveedores que no han superado el proceso de homologación	89

Alcance: BBVA Banco Provincial

## Herramientas de gestión y aprovisionamiento

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

Ventajas:

- Mejorar el nivel de servicio ofrecido al cliente interno.

- Reducir los tiempos de negociación.
- Integrar la información en un único sistema integral.
- Procedimientos que permiten a los usuarios y proveedores conocer el estado de las solicitudes y los pedidos, fomentando el acceso de los mismos al pliego de condiciones en cada negociación.
- Mejorar la eficiencia al asegurarse el cumplimiento de los contratos.

## Uso de Herramientas electrónicas

	2007
Número de negociaciones electrónicas	10
Número de pedidos electrónicos	67
Número de referencias solicitadas contra catálogo electrónico	100

Alcance: BBVA Banco Provincial

## Proyectos responsables con proveedores

Dentro de las acciones de este tipo, destacan:

- Proyecto de remodelación del Centro Financiero Provincial "Planta tipo": se incorporaron Alfombras modulares MILLIKEN, fabricadas con 32% de materiales reciclados, siendo 100% reciclable, absorbente de carbono, cuentan con el CRI Green Label Plus y ha sido certificado Environmentally Preferible Product, SCS Sustainable Choice Gold. La alfombra escogida no contiene PVC por lo cual se garantiza la no emisión de gases tóxicos, la empresa MILLIKEN esta Certificada por el Instituto de Etiquetas Verdes de los EEUU, garantizando la calidad del medio ambiente en espacios cerrados. La compra inicial es de 1.100 m<sup>2</sup>., planificándose la instalación progresiva en todo el Centro Financiero Provincial, lo cual alcanzaría aprox. 28.000 m<sup>2</sup> de superficie de acabados de pisos.
- Donación de Cartuchos de Toner a FUNDANA
- Donación de Papel a la Fundación Renacer.

## GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

Plan Global de Ecoeficiencia

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



Papel consumido  
por empleado (Tn)

0,0463

Electricidad consumida  
por empleado (GJ)

0,08

Agua consumida  
por empleado (m3)

44,48

### Plan Global de Ecoeficiencia

Durante 2007 se ha trabajado en la definición de un plan corporativo de ecoeficiencia a desarrollar entre 2008 y 2012 que establece una serie de objetivos de minimización del impacto ambiental directo. Sus principales líneas irán enfocadas a la gestión de residuos, a la reducción del consumo eléctrico, del agua y de los combustibles, a la concienciación de empleados, y a la implementación de un modelo de compras sostenibles y de edificios ambientalmente eficientes.

#### Consumo de agua y energía

	2007	2006
Total agua consumida (m3)	244.637	248.658
Agua consumida por empleado (m3)	44,48	45,21

Alcance: BBVA Banco Provincial

	2007	2006
Total energía directa (GJ)	414,75	428,84
Energía directa por empleado (GJ)	0,08	0,08
Total electricidad consumida (GJ)	414,74	428,84
Total diesel consumido (GJ)	0,0025	0,00072

Alcance: BBVA Banco Provincial

#### Consumo de papel

	2007	2006
Total papel consumido (t)	254,592	282,900
Total papel consumido por empleado (t)	0,0463	0,0497

Alcance: BBVA Banco Provincial

#### Gestión de residuos

Residuos gestionados	2007	2006
Papel (kg)	42.835	155.000
Toners (kg)	127,6	158

Alcance: BBVA Banco Provincial

#### Videoconferencias

	2007	2006	2005
Videoconferencias	192	144	275
Salas equipadas con videoconferencias	7	8	8

Alcance: BBVA Banco Provincial

## COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

BBVA Banco Provincial está comprometido con el desarrollo de la sociedad.



Total recursos destinados al Plan de Acción Social  <b>BsF.1.439 Miles</b>	Niños beneficiados Programa Becas de Integración y Programa Papagayo  <b>3.901</b>	Beneficiados Plan de Acción Social  <b>6.389</b>
--	--	--

### Aspectos relevantes y datos básicos

El compromiso con la calidad de vida y el desarrollo de las comunidades en las que está presente constituye uno de los principios corporativos de BBVA Banco Provincial. Este compromiso es el motor que impulsa a la acción de la institución de muy diversas formas.

Como ha quedado de manifiesto a lo largo de todo el Informe, la principal contribución del Banco a la sociedad tiene lugar a través de su actividad empresarial habitual. Lo hace con los productos y servicios que ofrece y que repercuten positivamente en la sociedad en general, y, en particular, en ciertos colectivos menos favorecidos. En este sentido, cabe destacar la actividad desarrollada con el fin de facilitar el acceso a los productos y servicios financieros a nuevos segmentos de la población. La creación de empleo y la atención a las necesidades de sus distintos grupos de interés, son otros aspectos por los que la propia acción de la entidad tiene un impacto positivo en las comunidades en las que opera.

Además, el Banco canaliza su compromiso con la sociedad a través de una política de apoyo a la comunidad, con actuaciones específicas sin ánimo de lucro y orientadas a contribuir directamente al bienestar y a la satisfacción de necesidades básicas.

Los proyectos sociales se definen ajustándose a

las principales necesidades y condicionantes del entorno social y focaliza sus esfuerzos en los ámbitos de actuación más próximos a su actividad, manteniendo siempre una alineación con la estrategia y gestión de BBVA Banco Provincial

Toda esta política general de compromiso con la comunidad constituye una destacada vertiente de la responsabilidad corporativa de la entidad y, cada vez más, posee un carácter estratégico y sinérgico, siempre bajo las siguientes premisas:

- Orientación prioritaria hacia proyectos educativos.
- Apoyo a colectivos y sectores desfavorecidos y/o con necesidades especiales.
- Actuaciones en situaciones de emergencias humanitarias.

Con un presupuesto de BsF. 1.439, la inversión social de la institución se encauzó a través de iniciativas de ejecución directa emprendidas por la Fundación BBVA Banco Provincial (programa educativo y cultural) o realizadas directamente por el Banco a través del apoyo a proyectos de alto impacto en materia social desarrollados por terceros, por medio de alianzas estratégicas.

Para la Institución, la educación es pieza clave en el desarrollo y progreso sostenible de la sociedad, por lo que su inversión social se dirige en



mayor medida a programas de esta naturaleza. BBVA Banco Provincial apoya a la educación porque cree en el futuro.

## **Fundación BBVA Banco Provincial**

Asociación civil sin fines de lucro, auspiciada por el BBVA Banco Provincial, con el fin de consolidar su responsabilidad social corporativa hacia la comunidad a la que presta servicio y atención. Su misión es promover y realizar programas para el desarrollo social, con especial énfasis en la educación y la cultura.

Desde sus inicios, se ha dedicado a promover la responsabilidad social corporativa de la institución, respondiendo a las necesidades e inquietudes de nuestro tiempo y de nuestra realidad, profundizando en una visión de sociedad que posibilite la participación y el diálogo entre sus actores, para el logro del bien común; construyendo desde el ámbito privado un horizonte público que potencie el desarrollo humano con oportunidades para todos.

La Fundación BBVA Banco Provincial incluye aspectos diversos en cuanto a sus actividades, ya que de su labor se benefician tanto los empleados del Banco como la sociedad en general, a través del trabajo cooperativo con otras fundaciones, instituciones sin fines de lucro, ONG's y gobiernos locales, creando redes que posibiliten la puesta en común de los recursos necesarios para contribuir con parte de las necesidades fundamentales del país.

## **Plan de Acción Social**

### **PROGRAMA EDUCATIVO**

#### **PROGRAMA BECAS DE INTEGRACIÓN**

BBVA Banco Provincial incorpora el Programa Becas de Integración, como su programa estelar, en el marco del Plan de Acción Social para América Latina anunciado por BBVA a finales de 2006, a través del cual este importante grupo financiero internacional del cual forma parte la entidad venezolana, destinó durante el año 2007 el 0,7% del beneficio neto local del Grupo en América Latina a actividades de apoyo a la comunidad, esta cifra aumentará en 2008 al 1% del beneficio neto local y más de la mitad de este porcentaje se dedicará al Programa Becas de Integración.

Esta iniciativa se concreta en cada país donde se desarrolla en función de criterios locales y de las necesidades detectadas, asociadas a programas educativos formales de larga duración y consolidados. En este sentido y con el objetivo de favorecer la permanencia en la educación formal de jóvenes de bajos recursos en Venezuela, BBVA Banco Provincial, en alianza con la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC), dio inicio en el 2007 a un piloto del Programa de Becas de Integración.

Este plan piloto benefició durante el período escolar 2007-2008 a 200 estudiantes de nueve colegios de los sectores menos favorecidos por un monto de BsF. 200 mil y a partir del período escolar 2008-2009, se incorporarán un total de 4.500 estudiantes de planteles subsidiados por la AVEC y Fe y Alegría a nivel nacional. A través de esta iniciativa, se otorgan becas por cinco años a estudiantes que cursan entre el 7mo. Grado de Educación Básica al 2do. Año de Ciclo Diversificado, destinadas a los textos escolares, los uniformes y el costo de la matrícula y las mensualidades del colegio donde curse estudios cada alumno.

El Programa Becas de Integración de BBVA Banco Provincial, constituye una de las bases de su política de responsabilidad social. Por ello, y consciente de la importancia que tiene la educación en el desarrollo social y económico del país, el banco adoptó este plan con el objetivo de contribuir eficazmente a la mejora de la calidad de vida de la sociedad venezolana, impulsando programas educativos formales consolidados y con una visión de largo plazo.

De esta manera, la institución refuerza la labor que viene desarrollando desde 1998 para fomentar el desarrollo educativo nacional con la ejecución del Programa Papagayo.

### **PROGRAMA PAPAGAYO**

- **Tiempo de Desarrollo:** 10 años
- **Alcance geográfico:** nacional
- **Beneficiarios directos 2007:** Docentes 151  
Alumnos 3.701

Programa pedagógico innovador implementado desde 1998, orientado a educar en valores y a promover la lectura y la creación literaria en niños y niñas de 6º grado de Educación Básica. Al mismo se

## Beneficiados por el Programa Becas de Integración

Estado	Ciudad/Municipio	Plantel	Alumnos Beneficiados
Amazonas	Puerto Ayacucho	Unidad Básica Madre Laura	24
Apure	San Fernando de Apure	Colegio Casa Hogar San Fernando	15
Distrito Capital	Sector Coche	Colegio Fe y Alegría La Rinconada	46
Lara	Duaca	Colegio "Padre Díaz"	23
Mérida	Santa Cruz de Mora	Colegio Nuestra Señora del Carmen	22
Miranda	Caracas	Colegio Corazón de María	11
Miranda	Cúa	Unidad Educativa Parroquial Villa del Divino Niño	14
Yaracuy	Chivacoa	Unidad Educativa Santa María	31
Yaracuy	Aroa	Colegio Santa Teresita	14
<b>TOTAL</b>			<b>200</b>

Alcance: BBVA Banco Provincial



han incorporado escuelas públicas adscritas a las Direcciones y Secretarías de Educación de los Gobiernos Estadales y desde el año 2005, colegios subvencionados por la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC), atendiendo a la realidad del sistema educativo venezolano que contempla la formación de valores como eje transversal en la Educación Básica.

### Principios Programa Papagayo

- La Educación en valores como proceso integral y transversal.
- La valoración del trabajo en equipo y el bien común.
- El diálogo y la reflexión como ejercicio permanente.
- La literatura como vía placentera para internalizar y construir valores, explorar e integrar la emoción, el afecto y el intelecto.
- La creación literaria como expresión del ser, sentir y saber.
- Educar para la vida y la convivencia sobre la base del conocer, ser, convivir y hacer.

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Implementar una didáctica que propicie la comunicación de ideas, estrategias y reflexiones pedagógicas, para favorecer la educación en valores y promover la lectura y la creación literaria.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contribuir al desarrollo educativo del país mediante la promoción de valores relacionados con el bien común, el trabajo en equipo y la armonía social.
- Estimular el interés de las comunidades educativas para participar en el programa.
- Enaltecer el mérito de los docentes y alumnos destacados a través de un programa que genere nuevos aprendizajes.
- Contribuir al avance del conocimiento en el campo educativo en materia de educación en valores y promoción de la lectura y la creación literaria.

### BENEFICIARIOS DIRECTOS:

Docentes y alumnos(as) de 6to. Grado de Educación Básica a nivel nacional.

### BENEFICIARIOS INDIRECTOS:

Grupo familiar, comunidad educativa y entorno comunitario.

### ALIANZAS ESTRATÉGICAS:

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

- Organización Nacional Antidrogas (ONA).
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL).
- Direcciones de Educación de los Gobiernos Estadales.
- Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC)

El Programa Papagayo logra cumplir con sus objetivos y principios: fortalecer los valores, y promover la lectura y la escritura creativa, pero según lo expresado por sus verdaderos protagonistas - docentes y alumnos participantes- va mucho más allá, logrando impactar también a los directivos de las escuelas, otros docentes y bibliotecarios, alumnos de otros niveles, padres y a la comunidad cercana a las escuelas y a las autoridades educativas. En el 2007 se formaron 151 docentes con la participación de 3.701 alumnos a nivel nacional con una inversión de BsF. 299,5 Miles.

En el marco de esta importante iniciativa, la Fundación BBVA Banco Provincial premió a los ganadores nacionales del IX Concurso Infantil de Creación Literaria, período 2006 - 2007.

El jurado calificador seleccionó como mejor libro de creaciones literarias a nivel nacional a “Mi pequeño gran armario”, presentado por la Unidad Educativa “Colegio Madre Laura”, del Estado Mérida, el cual estuvo coordinado por la docente Mary Chavarri Vielma, el jurado consideró que en esta obra destaca su originalidad y diversidad temática además de plasmar explícitamente el trabajo de los niños, tanto en los textos como en la ilustración.

Por su parte, la creación literaria individual ganadora a nivel nacional resultó ser “Los panas de la Sucre, de la casa al colegio”, realizada por el niño Cleider Quintero, la cual forma parte del libro “Un espacio para la lectura” de la Unidad Educativa Distrital Sucre, perteneciente al Distrito Capital. El niño recibirá una beca de estudios durante los próximos cinco años. Sobre la creación literaria individual ganadora, el jurado resaltó que se trata de una obra original donde se incorpora el mundo urbano y el entorno, con una mirada infantil y optimista. Asimismo, consideró que su creador es un trovador moderno que utiliza la rítmica del “rap” como elemento de expresión.

El Programa Papagayo se desarrolla exitosamente en todo el país y su impacto en el desarrollo educati-

vo le ha hecho acreedor a numerosos reconocimientos otorgados por prestigiosas instituciones entre las que destaca la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Cabe destacar que el Programa cuenta con diversos actores que han construido y validado una didáctica de la enseñanza de valores, integrando la emoción, el afecto y el intelecto en una educación para la vida y la convivencia.

## Otras líneas de trabajo destacadas

### PUBLICACIÓN LIBRO

#### “LO QUE ESCRIBEN LOS NIÑOS II”

Cada año, la Fundación BBVA Banco Provincial publica un libro infantil de esmerada calidad gráfica, editorial y de contenido, como un aporte a la literatura infantil venezolana y con el fin de acercar a los alumnos que participan en el Programa Papagayo y a los hijos de los empleados, a disfrutar la magia de la lectura con entusiasmo y placer.



En el 2007, se editó un libro muy especial, “Lo que escriben los niños II”, una nueva selección de producciones escritas por los alumnos participantes del Programa Papagayo, entre los años 2003 y 2006, el cual forma parte de la serie de publicaciones en torno a este proyecto, que comenzó con la edición del primer libro bajo el mismo título y que fue publicado en el año 2004, presentando un compendio de los primeros cinco años de trabajo.

Detrás de cada creación está un proceso vivido y compartido, de forma individual y grupal, pero siempre desde la convicción y la voluntad, y aspirando a contribuir con la formación de buenos ciudadanos, a partir de la valoración del trabajo en equipo y el bien común, del diálogo, de la argumentación y de la reflexión, como ejercicio permanente de vida.

### PROGRAMA CULTURAL EXPOSITIVO

Programa de carácter interdisciplinario que promueve y divulga el trabajo y obra de diversas tendencias artísticas, grupos e individualidades, a fin de

aportar diálogos, interlocución y discusión constructiva en relación a la promoción cultural del país.

Se realizan exposiciones en una sala propia ubicada en la urbanización La Castellana, en Caracas, que abarcan distintas temáticas: colectivas, de jóvenes artistas o antológicas y en homenaje a artistas de trayectoria. En el marco de las muestras, se desarrolla una serie de actividades complementarias y formativas, gratuitas para el público, con una inversión de BsF. 138.552, estas iniciativas son promovidas a través de diversos canales y medios de comunicación, tomando en cuenta al colectivo del Banco y al público general.

Actividades complementarias:

1. Conferencias, foros
2. Actividades musicales
3. Talleres y actividades para niños
4. Visitas guiadas para grupos e instituciones educativas.

Exposición	Nro. de visitantes
"Caracas: el genio del lugar"	797
"Tierra y Fuego", Cerámicas de Oswaldo Vigas	950
<b>Total</b>	<b>1747</b>

### EXPOSICIÓN "CARACAS: EL GENIO DEL LUGAR" Junio - Julio

Esta exposición surge de una alianza entre la Fundación BBVA Banco Provincial, la Feria Iberoamericana del Arte (FIA) y la Fundación para la Memoria Urbana, rindiendo un merecido homenaje a Caracas en el CDXL Aniversario de su fundación.

Enmarcada en el V Encuentro Iberoamericano de Fotografía de la FIA, esta muestra contó con el aporte de diversos coleccionistas institucionales y parti-



culares, en un esfuerzo notorio para reunir pinturas de los Maestros de la Escuela de Caracas dedicados al paisaje y la geografía de la ciudad durante el siglo XX, así como fotografías actuales de los mismos espacios, realizadas por el reconocido fotógrafo venezolano Nelson Garrido, ofreciendo un panorama completo de la metrópoli y haciendo posible comparar de una manera óptica y dinámica el cambio geográfico y arquitectónico que se está experimentando desde comienzos del siglo XX hasta la actualidad.

Esta iniciativa presentó la memoria visual de la ciudad, creando una fuente de esparcimiento y meditación para los visitantes, quienes a través de la comparativa entre lienzo y fotografía lograron apreciar el contraste entre el pasado y el presente, entre la Caracas de inicios del siglo XX y la de comienzos del siglo XXI.

### EXPOSICIÓN "TIERRA Y FUEGO", CERÁMICAS DE OSWALDO VIGAS Octubre - Diciembre

La muestra inédita de Oswaldo Vigas, *Tierra y Fuego*, consistió en una selección de su obra en cerámica, ejecutada específicamente durante el año 1981. El espíritu inquieto e investigador del maestro Vigas lo impulsó a entrar en contacto con dos de los elementos vitales –tierra y fuego– lo que le permitió experimentar y aplicar su vasto conocimiento de la forma y el color a esta fusión, que lo hizo adentrarse en la singular magia de la alquimia.

Se presentaron 56 piezas únicas, irrepetibles y frágiles, concebidas como joyas: placas con relieve y platos pintados poco conocidos, fueron dispuestos basados en una propuesta museográfica que destacó la técnica, subrayó la temática y realzó el cromatismo de esas cerámicas, sustentadas sutilmente por las ilustraciones o bocetos que les dieron origen.

La muestra, además de dar a conocer una faceta poco difundida del maestro Vigas, rindió homenaje a uno de los artistas plásticos venezolanos más destacados a nivel internacional, cuyo notable





talento lo ha hecho acreedor de numerosos reconocimientos nacionales e internacionales, entre los que destacan: Premio Nacional de Artes Plásticas y Premio Arturo Michelena; el Gran Premio Príncipe Rainiero III de Mónaco otorgado en 1992. En 1993 es nombrado Caballero de las Artes y las Letras de Francia y recibe la “Médaille Vermeil” de la ciudad de París; y en el 2004, le es concedido el Premio de la Latinidad.

Actividades complementarias:

- Taller de Cerámica para niños
- Presentación del poemario de Oswaldo Vigas “Mis Dioses Tutelares
- Concierto “Venezuela en Violín”

### RUTA QUETZAL BBVA

Programa corporativo y formativo que combina, educación, cultura y aventura, que proporciona a jóvenes de 16 y 17 años, europeos y americanos, seleccionados a través de un concurso previo de trabajos, la oportunidad de descubrir la dimensión humana, geográfica e histórica de la cultura iberoamericana.

La actividad central consiste en una expedi-



ción cada año por tierras de Latinoamérica y España, complementada con numerosas actividades formativas, lúdicas, deportivas y de convivencia.

Los cuatro estudiantes que representaron a Venezuela en la Ruta Quetzal BBVA 2007 fueron Andrea Garrido, de la U.E Colegio Fray Luis Amigó (Caracas), con el trabajo plástico “*Visión Neohistórica del Galeón de Manila*”; Daniel Ortiz, alumno del Colegio Agustiniano Cristo Rey (Caracas), quien presentó la creación literaria “*De las cenizas nació el mundo*”; Sabrina Pozzobón, del Instituto Andes (Caracas), realizadora del trabajo plástico/literario “*Encuentro con el pasado*”; y Andrea Adjunta, estudiante del Colegio Mater Salvatoris (Maracaibo), quien concursó con el trabajo literario “*Mirrha, La China Poblana*”.

El jurado calificador estuvo conformado por representantes de la Embajada de España en Venezuela, BBVA Banco Provincial y la Fundación BBVA Banco Provincial; quienes, para la selección de los trabajos ganadores, tomaron en cuenta criterios como originalidad, creatividad y dedicación en la investigación. La expedición recorrió México, siguiendo la estela del galeón de Manila o de la Nao de la China, que cubría la ruta descubierta por Andrés de Urdaneta. También visitaron España, donde los expedicionarios recorrieron el País Vasco y a las Comunidades de Castilla y León y Castilla-La Mancha.

La Ruta Quetzal BBVA es un programa “iniciático”, “ilustrado” y “científico”, en el que se mezclan cultura y aventura. Gracias a él, y a lo largo de veintiún años, cerca de 8.000 jóvenes europeos, americanos y de países como Marruecos, Guinea Ecuatorial, Filipinas y China han tenido la oportunidad de descubrir las dimensiones humanas, geográficas e históricas de otras culturas.

### PROGRAMA DE FORMACIÓN EN SEGURIDAD A LA COMUNIDAD

Esta iniciativa coordinada por el área de Seguridad Bancaria, consiste en la realización de talleres, charlas, presentaciones y seminarios, dictados conjuntamente con el Ministerio para el Poder Popular del Interior y Justicia, a diversas comunidades del país con el objetivo de educar en temas de prevención del delito, haciendo especial énfasis en el ámbito financiero. Durante 2007, el presupuesto invertido fue de BsF. 51.250 y se beneficiaron de este progra-

ma 590 personas entre jueces, fiscales, órganos policiales, empresas públicas y privadas y comunidad en general.

#### OTRAS INICIATIVAS DE ACCIÓN SOCIAL

La institución realizó una serie de aportes a la comunidad con una inversión de Bs.F. 749.676, a través de iniciativas desarrolladas por diversas áreas, entre las que se destacan donaciones especiales, y las actividades deportivas llevadas a cabo por el Club Social y Deportivo Provincial, las cuales además de estar dirigidas a los empleados y sus familiares, también contemplan el uso de las instalaciones del mismo a representaciones deportivas y miembros de la comunidad.

El Servicio de Estudios de BBVA Banco Provincial, además de tener como objetivo el análisis y seguimiento del entorno económico en el que se desenvuelve la actividad del Banco y la de sus clientes, participó en una serie de seminarios dirigidos a clientes y relacionados, sobre los efectos macroeconómicos y microeconómicos de la Reversión Monetaria y participación en cursos de econometría en la Universidad Central de Venezuela.

Adicionalmente, instituciones como la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), el Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas

La Salle, Quimbiotec (empresa del Estado perteneciente al IVIC), y alianzas con la Asociación Venezolana de Ejecutivos, la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Caracas y la Universidad Central de Venezuela (UCV) entre otros, formaron parte del apoyo del Banco orientado al beneficio de la sociedad venezolana.

#### VOLUNTARIADO

BBVA Banco Provincial promueve la participación de sus trabajadores en iniciativas solidarias como es el caso de las campañas que desde hace varios años se realizan anualmente campañas de donación de sangre a favor del Banco Municipal de Sangre.

Desde la Fundación BBVA Banco Provincial, y a través del Programa Papagayo se lleva a cabo otra iniciativa de voluntariado, a través de la cual empleados de la red de oficinas a nivel nacional apoyan la realización de diferentes actividades, como talleres de formación docente, actos de premiación y otros aspectos.

Durante 2007 se integraron 69 personas que participan como voluntarios titulares y suplentes, quienes manifiestan sentirse orgullosos de colaborar con la educación en los sectores menos favorecidos.

# PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DEL MILENIO

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

(2015 Un mundo mejor para Joana)



## Pacto Mundial

En el año 2002 el Grupo BBVA firmó su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas, la mayor iniciativa multisectorial orientada a promover la responsabilidad empresarial. El Pacto promueve el compromiso social de las empresas a través de Diez Principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción. BBVA Banco Provincial adelanta acciones de forma voluntaria a esta alianza y se compromete a incorporar estos Principios en su estrategia empresarial.

Como muestra adicional de su compromiso con la promoción y difusión de los Diez Principios, BBVA forma parte Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM), la red española de empresas suscritas al Pacto Mundial, una organización de la que ya forman parte más de 500 entidades.

Asimismo, cabe destacar que, en 2007, el Grupo BBVA participó en la Cumbre de Líderes del Pacto Mundial que tuvo lugar en el mes de julio. Esta Cumbre, que se convoca cada tres años, es un encuentro que reúne a los máximos directivos de empresas del Pacto para lograr compromisos de futuro. El fruto de esta última convocatoria fue el documento *“Preocupados por el Cambio Climático: Plataforma de liderazgo empresarial”*, que insta a trabajar activamente en la lucha contra el cambio climático.

## Objetivos de Desarrollo del Milenio

Durante el 2007 Grupo BBVA ha seguido trabajando para contribuir en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Los ocho Objetivos, promovidos por Naciones Unidas, surgen de un acuerdo internacional que establece 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras significativas en la reducción de la pobreza y las desigualdades que afectan a millones de personas en el mundo.

Además, el Grupo BBVA forma parte desde su creación de la campaña 2015 Un mundo mejor para Joana. Un proyecto que surge de la alianza de las 11 empresas que forman el Foro de Reputación Corporativa y que está dedicado a difundir las acciones que se están llevando a cabo para lograr los objetivos de Desarrollo del Milenio. Para conocer más sobre este tema, consultar:

[www.2015unmundomejorparafoana.com](http://www.2015unmundomejorparafoana.com).

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

## Los Objetivos del Milenio en BBVA

Objetivos del Milenio	Iniciativa principal de BBVA <sup>(1)</sup>
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Programa Microempresarios
2. Lograr la enseñanza primaria universal	Plan de Acción Social
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	(No existen iniciativas específicas)
5. Mejorar la salud materna	(No existen iniciativas específicas)
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades	(No existen iniciativas específicas)
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	Gestión del impacto ambiental indirecto a través de los Principios de Ecuador
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo	Iniciativa del fRC de difusión de los Objetivos del Milenio





# CRITERIOS DEL INFORME

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

BBVA Banco Provincial elabora anualmente un informe de responsabilidad corporativa desde el 2006, aspirando a dar una imagen lo más completa y fiel posible, incluyendo información sobre todos los sectores en que tiene presencia significativa con datos referentes al 2006 y en algunos casos al 2005. Si dichos datos han presentado alguna modificación con respecto a los facilitados en el año anterior, es debido a una mejora en los métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas.

En relación al informe del 2006, se han introducido varios cambios significativos:

- La organización de capítulos por temas relevantes en lugar de por grupos de interés.
- Reformulación de los campos de mejora y principales líneas de trabajo para el 2007 contenidos en el IARC 2006, por medio de su integración en la tabla de Progresos 2007 y objetivos 2008 que figura al final del presente documento.
- Reducción del número de páginas para conseguir un estilo más directo con un adecuado equilibrio de información consistente y suficiente.

En la determinación de la relevancia y materialidad de los contenidos a incluir, se ha concedido especial atención a los grupos de interés más significativos, profundizando en el proceso de consulta al seguir las recomendaciones de la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (versión 3, 2006), y de Global Reporting Initiative (GRI).

Igualmente en el 2007, hemos llevado a cabo un proceso específico de consulta a los grupos de interés para conocer su valoración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006 de BBVA Banco Provincial y sus expectativas respecto al contenido del presente informe.

## **Referencias básicas y estándares internacionales**

Se han respetado los principios y requisitos de Global Reporting Initiative. Asimismo BBVA Banco Provincial ha pretendido demostrar su compromiso con los Objetivos del Milenio de la Organización de las Naciones Unidas, así como del compromiso con los Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas.

## **Rigor y verificación**

La institución dispone de diversos instrumentos para garantizar la calidad y veracidad de la información, proporcionada en este informe. En el proceso se involucran diversas áreas que proporcionan información y que además, están sometidas a los procesos de supervisión, verificación y auditoría habituales en el Banco.

La información sobre responsabilidad corporativa se reporta al Grupo a través de un mejorado sistema de gestión de información con una aplicación informática vía Internet, el cual asegura la calidad y el alcance de la información. La responsabilidad de la recopilación de la información recae en la Dirección de Comunicación e Imagen.

# INDICADORES GRI

PERFIL	
<b>1. Estrategia y análisis</b>	<b>Páginas</b>
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	1
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	7-8, 11-12
<b>2. Perfil de la organización.</b>	
2.1 Nombre de la organización.	CPA
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	21-23,16-17
2.3 Estructura operativa de la organización.	3
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	CPP
2.5 Número de estados en los que opera la organización.	3
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	2
2.7 Mercados servidos.	3
2.8 Dimensiones de la organización informante.	2-3
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	2-3
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	50
<b>3. Parámetros de la memoria</b>	
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>	
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	CPA,47
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	CPA,47
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	CPA,47
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	CPP
<b>ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA</b>	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	CPA,47
3.6 Cobertura de la memoria.	CPA,47
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura.	CPA,47
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	CPA,47
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	CPA,47
3.10 Descripción del efecto que pueda tener volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	CPA,47
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	CPA,47
<b>ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI</b>	
3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	CPA, 48-49
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no 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 a relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	CPA,47
<b>4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés</b>	
<b>GOBIERNO</b>	
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	3,6-7
4.2 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	31-34
4.3 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).	6-7,25
4.4 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.	4-6,8

4.5 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	4-8
<b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>	
4.6 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	7-8
4.7 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	8
4.8 Principales asociaciones a las que pertenece (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	8,45-46
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>	
4.9 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	CPA, 9-12
4.10 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	9-12
4.11 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	9-12
4.12 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.	11, 47

## ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES

Dimensión Económica	Páginas
<b>Información sobre el enfoque de gestión</b>	
<b>Desempeño económico</b>	
EC1. Valor económico generado y distribuido.	9
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	37
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	28-30
<b>Presencia en el mercado</b>	
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	35-36
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	35-36
<b>Impacto económico indirecto</b>	
EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	21-23,38-44
<b>Dimensión Ambiental (1)</b>	
<b>Información sobre el enfoque de gestión:</b>	
<b>Materiales</b>	
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	37
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	37
<b>Energía</b>	
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	37
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	37
<b>Agua</b>	
EN8. Captación total de agua por fuentes.	37
<b>Biodiversidad</b>	
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No material *
EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a la áreas protegidas	No material *
<b>Emisiones, vertidos y residuos</b>	
EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	37

EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	37
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No material *
EN 20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No material *
EN 21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No material *
EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	37
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No material *
<b>Productos y servicios</b>	
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	35-36
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil categorías de productos.	No material *
<b>Cumplimiento normativo</b>	
EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	8
<b>Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (2)</b>	
<b>Información sobre el enfoque de dirección</b>	4-8,24-34
<b>Empleo</b>	
LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo y por contrato.	24
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados desglosados por grupos de edad y sexo.	31
<b>Relaciones Empresa/Trabajadores</b>	
LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo	24,28
LA5. Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	31-32
<b>Salud y Seguridad en el trabajo</b>	
LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	32-33
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.	29
<b>Formación y Educación</b>	
LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado.	24,27
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>	
LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	31
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	25
<b>Dimensión Social: Derechos Humanos: (3)</b>	
<b>Información sobre el enfoque de dirección</b>	4-8,31-33,36
<b>Prácticas de inversión y aprovisionamientos</b>	
HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	8,19-20
HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	35-36
<b>No discriminación</b>	
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas no adoptadas.	8
<b>Libertad de Asociación y convenios colectivos</b>	
HR5. Actividades de la empresa en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	31-32
<b>Abolición de la explotación infantil</b>	
HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	8
<b>Prevención del trabajo forzoso y obligatorio</b>	
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.	8
<b>Dimensión Social: Sociedad (4)</b>	
<b>Información sobre el enfoque de gestión</b>	4-8,11-12,19-20,38-44
<b>Comunidad</b>	
SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar	

y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	4-8,38-39
<b>Corrupción</b>	
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	19-20
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización.	19-20
SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.	19-20
<b>Política Pública</b>	
SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	4,44
<b>Cumplimiento normativo</b>	
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	8
<b>Dimensión Social: Responsabilidad de producto (5)</b>	
<b>Información sobre el enfoque de gestión</b>	4-8,10-17
<b>Salud y seguridad del cliente</b>	
PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categoría de productos y servicios significativos sujetos.	16-17,32-36
<b>Etiquetado de productos y servicios</b>	
PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	16-17
<b>Comunicaciones de marketing</b>	
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.	16-17
<b>Cumplimiento normativo</b>	
PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de productos y servicios de la organización.	8

#### LEYENDA

IA Informe Anual 2007  
CPA Contraportada anterior  
CPP Contraportada posterior

#### Principales áreas y unidades responsables

- (1) Riesgos, Inmuebles y Servicios, Responsabilidad y Reputación Corporativas y las áreas de negocio.
- (2) Recursos Humanos. (1): Se incluyen los valores devengados en el ejercicio con y
- (3) Recursos Humanos y Cumplimiento
- (4) Responsabilidad y Reputación Corporativas y Cumplimiento.
- (5) Comunicación e Imagen, Cumplimiento y las áreas de negocio.

#### \* Justificación de la no inclusión de los siguientes indicadores principales de GRI en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007

EN11: Indicador no material. BBVA Banco Provincial tiene sus oficinas en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.

EN12: Indicador no material. BBVA Banco Provincial tiene sus oficinas en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.

EN19: Indicador no material. Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, ninguna instalación de los edificios de BBVA Banco Provincial contiene CFCs.

EN20: Indicador no material. Debido a que la entidad pertenece a un sector de servicios, las emisiones de SO<sub>2</sub> y NO<sub>x</sub> no son relevantes pues derivan únicamente de los viajes de los empleados.

EN21: Indicador no material. BBVA Banco Provincial tiene sus oficinas en terrenos urbanos, los vertidos se hacen a través de la red urbana.

EN23: Indicador no material. La entidad tiene sus oficinas en terrenos urbanos, por tanto, la captación de agua, y su vertido se hacen a través de la red urbana.

EN27: Indicador no material. BBVA Banco Provincial se limita a la comercialización de estos productos sin responsabilidad directa sobre la gestión de los envases de los mismos.

## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2007

Los méritos de la entidad y la eficiencia de la gestión hicieron posible que durante el año 2007 BBVA Banco Provincial recibiera premios y reconocimientos que evidencian su liderazgo como la mejor institución financiera de Venezuela:

### **“Banco del Año de Venezuela”, The Banker**

Designado como el Banco del Año por la prestigiosa publicación The Banker, en el marco de la edición 2007 de The Banker Awards, uno de los premios más importantes que anualmente se concede en el mundo del sector financiero internacional. Además de BBVA Banco Provincial, BBVA España, BBVA Latinoamérica, BBVA Bancomer, BBVA Colombia y BBVA Paraguay también fueron galardonados con este premio.

### **“Mejor Banco de Venezuela”, Euromoney**

Reconocimiento otorgado por la revista Euromoney, prestigiosa publicación especializada, que otorga anualmente los premios a la excelencia, uno de los galardones más importantes que se concede en el mundo de la industria financiera. En los premios Euromoney a la excelencia 2007, BBVA también recibió el galardón como Mejor Banco en España, mientras que BBVA Paraguay fue seleccionado como el mejor banco en ese país.

### **“Mejor Banco en Venezuela”, Global Finance**

La revista Global Finance seleccionó a BBVA Banco Provincial como el Mejor Banco en Venezuela, en el marco de un ranking exclusivo de los “Mejores bancos de mercados emergentes en América Latina”

### **“Mejor Banco On-Line en Cash Management”, Global Finance**

La revista Global Finance, publicación internacional especializada en finanzas, seleccionó a BBVA Banco Provincial como el Mejor Banco por Internet Corporativo / Institucional, en la Subcategoría Cash Management, en el marco de la octava edición de los Premios al Mejor Banco por Internet.

### **Mejor Banco en Gobierno Corporativo de Venezuela, LatinFinance**

La prestigiosa publicación LatinFinance, en su Ranking Anual de los 40 Mejores Bancos de Latinoamérica en Sostenibilidad y Gobierno Corporativo 2007, destaca a BBVA Banco Provincial como líder en Venezuela y octavo en América Latina.

### **Top 10 empresas High Tech de Venezuela, IT Manager**

Por tercer año consecutivo, BBVA Banco Provincial se ubicó entre las 10 primeras compañías del estudio sobre las 100 empresas High Tech de Venezuela, presentado por la Revista IT Manager, publicación especializada del Grupo Editorial Gerente, la cual se destaca por mostrar estrategias de tecnología de información más consistentes, innovadoras y útiles dentro del mercado venezolano.

### **Mejor Gestión de Apoyo Financiero al Comercio Exterior Colombiano, Bancoldex**

La Institución se hizo acreedora al galardón Mejor Gestión de Apoyo Financiero al Comercio Exterior Colombiano, categoría “Operación Bancaria Internacional”, otorgado en el marco de la quinta edición de los premios Bancoldex, a la Mejor Gestión de Apoyo Financiero a los empresarios colombianos.

# PROGRESOS 2007 Y OBJETIVOS 2008

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2007	OBJETIVOS 2008
<b>POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA</b>	Avanzar en la integración de la política de responsabilidad corporativa en la estrategia general y en las áreas de negocio y apoyo del Banco	Aprobación del Nuevo Reglamento del Consejo de Administración de BBVA, en el que se acuerda como función del Consejo aprobar la Política de responsabilidad social corporativa. Definición del modelo de gestión de responsabilidad corporativa durante las jornadas anuales responsabilidad corporativa	Elaborar el Plan estratégico de responsabilidad corporativa del Banco a través del Comité de responsabilidad corporativa. Impulsar la participación del Banco en foros u otras actividades de responsabilidad corporativa.
	Impulsar la transversalidad de la gestión de responsabilidad corporativa a través del Comité de responsabilidad corporativa.	Definido un sistema de seguimiento de los proyectos y líneas de trabajo.	Implantación de las reuniones del Comité de responsabilidad corporativa.
	Desarrollo del Informe de responsabilidad corporativa.	Publicación de 1er Informe de Responsabilidad Corporativa de BBVA Banco Provincial correspondiente al año 2006	Publicación del 2do Informe de Responsabilidad Corporativa de BBVA Banco Provincial correspondiente al año 2007
<b>PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS</b>	Mejorar la medición de los grupos de interés centrado en el Informe de responsabilidad corporativa y en la gestión de responsabilidad corporativa	Se realizaron consultas a los grupos de interés y modificaciones sustanciales en el Informe de responsabilidad corporativa 2007 a nivel de estructura y desarrollo de contenidos para centrarse en los asuntos relevantes y facilitar su comprensión	Seguir ampliando el perímetro de consulta
	Mejorar los canales de comunicación con los grupos de interés.	Publicación Informe de responsabilidad corporativa 2006. Realización de entrevistas con representantes de los grupos de interés.	Ampliar las acciones de comunicación para informar sobre la política de responsabilidad corporativa del Banco a los grupos de interés
	Facilitar la colaboración de los empleados, proveedores y clientes en las líneas de compromiso social del Banco.	No se han producido avances significativos.	Impulsar algún proyecto social con implicación por parte de empleados, proveedores y/o clientes (Programa Becas de Integración).
<b>ORIENTACIÓN AL CLIENTE</b>	Mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes.	Se desarrollaron estudios de Calidad a clientes externos en las diferentes áreas de negocios, con el propósito de identificar fortalezas y las oportunidades de mejora en cada una de ellas.	Establecer líneas de trabajo importantes para el año 2008, con el fin de lograr la excelencia en la calidad de servicio. Mejorar la gestión de reclamaciones.
	Mejorar la accesibilidad de los servicios financieros a todos los colectivos.		Impulsar los canales no presenciales
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES</b>	Mejorar el modelo para prevenir el blanqueo de capitales y la financiación de actividades terroristas.	Formación de personas especializadas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terrorista.	Proseguir con la mejoras y con los avances en esta materia.
<b>GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS</b>	Mejorar la encuesta de clima del Grupo BBVA.	Se ha definido un nuevo diseño para la encuesta de clima laboral a nivel corporativo.	Aplicar la nueva encuesta de clima del Grupo.
	Impulsar iniciativas para la conciliación de la vida familiar y laboral.	Elaboración y lanzamiento del Plan Calidad de Vida de BBVA Banco Provincial	Desarrollar periódicamente nuevas iniciativas dentro del Plan Calidad de Vida.
	Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados.	Mejora en la oferta y calidad de beneficios sociales.	Proseguir con las iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados.

# PROGRESOS 2007 Y OBJETIVOS 2008

ASUNTOS RELEVANTES	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2007	OBJETIVOS 2008
<b>COMPRAS RESPONSABLES</b>	Continuar con el proceso de homologación con los proveedores.	No se han producido avances significativos.	Proseguir con las mejoras.
	Difundir el Pacto Mundial entre los proveedores.	No se han producido avances significativos.	Difundir el Pacto Mundial a todos los proveedores.
	Desarrollar iniciativas de proyectos sociales con proveedores.	No se han producido avances significativos.	Promocionar e involucrar a los principales proveedores en los proyectos sociales (Programa Becas de Integración)
<b>GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO</b>	Reducir los impactos ambientales directos.	Mejoras en ecoeficiencia en el 2007: reducción de consumo de agua, electricidad y papel por empleado.	Proseguir con las mejoras en base a un Plan Global de Ecoeficiencia del Grupo BBVA.
<b>COMPROMISO CON LA SOCIEDAD</b>	Ampliar la cobertura del Plan de Acción Social.	Implementación de la prueba piloto del Programa Becas de Integración	Crecimiento en los recursos destinados al Plan de Acción Social y ampliación del número de beneficiarios del Programa Becas de Integración.
	Consolidación de un programa de voluntariado corporativo.	Participación de voluntarios en el 2007 en apoyo al Programa Educativo Papagayo	Implementación y consolidación del Programa, en apoyo al programa educativo, especialmente al Programa Becas de Integración.
	Mejorar la valoración de los impactos de las políticas de compromiso con la sociedad.	Evaluación del Plan de Acción Social.	Proseguir con las mejoras.

## Indicadores clave de Responsabilidad Corporativa

	2007	2006
<b>ECONÓMICOS</b>		
Beneficio por acción (MM de BsF)	4,10	9,74
Capitalización bursátil	2.314	3.951
Valor Directo Tangible (MM de BsF)	2.315	1.205
<b>SOCIALES</b>		
Número promedio de días en resolver un reclamo	10	11
Mujeres en puestos directivos / Comité de Dirección y Directores Corporativos	37,50 / 42,59	25,00 / 40,38
Diversidad hombre y mujeres (%)	37/63	37/63
Horas de formación por empleados	31,81	28,49
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido (%)	0,5	-
<b>MEDIOAMBIENTALES</b>		
Energía directa consumida por empleado (GJ)	0,08	0,08
Consumo de papel por empleado (t)	0,0463	0,0497
Consumo de agua por empleados (m3)	44,48	45,21



# adelante.

*Para cualquier tipo de opinión, duda o sugerencia sobre la información de este informe, por favor contactar con:*

Dirección de Comunicación e Imagen  
Centro Financiero Provincial,  
piso 24, Av. Este 0 con Av. Volmer.  
San Bernardino, Caracas-Venezuela  
Telf: 0212 504 6139 / 5893 / 5890

[www.provincial.com](http://www.provincial.com)

Edición:  
Responsabilidad y Reputación Corporativas  
Dirección de Comunicación e Imagen  
BBVA Banco Provincial  
Diagramación:  
Alexander Cano / Temática A/G  
Impresión:  
Gráficas Acea

Fotografía:  
Abigail Machado  
Carlos Von der Heyde  
Charlie Riera  
Eduardo Lobo  
Pablo Castillo  
Banco de imagen BBVA Banco Provincial

Depósito Legal pp200708DC113  
RIF J-00002967-9  
NIT 0052524237



# adelante.

