

Informe de Banca Responsable 2016



Índice

Deloitte.

- 2** Carta del Presidente
- 5** Estructura Directiva
- 6** Acerca de BBVA Provincial
- 12** Materialidad y diálogo con los grupos de interés
- 15** Estrategia
- 19** Sistemas de gobierno
- 25** Grupos de interés: El cliente
- 33** Grupos de interés: El equipo
- 42** Grupos de interés: Sociedad
- 51** Grupos de interés: Proveedores
- 53** Criterios y estándares de la información
- 54** Indicadores GRI
- 69** Informe de revisión independiente

Carta del Presidente

En BBVA Provincial tenemos una enorme responsabilidad ante nuestros clientes, empleados, accionistas y la sociedad en general. Demostrar cómo hacemos realidad nuestra visión de “trabajar por un futuro mejor para las personas”, integrando en nuestra línea de negocio la perspectiva de la responsabilidad corporativa, es parte fundamental de lo que nos ha llevado durante 2016 a consolidarnos como una de las entidades financieras de referencia en Venezuela.

Un compromiso que es impulsado día a día por el mejor equipo de trabajo, siendo el esfuerzo y el talento de nuestros profesionales fundamentales en el profundo proceso de transformación que estamos llevando adelante con miras a ser la entidad financiera que lidere la transformación digital. Cambiamos la manera en que hacemos las cosas y hemos fortalecido nuestras capacidades y propuesta de valor, ofreciendo un concepto de banca diferente, nuevos modelos de negocio, productos y soluciones financieras novedosas, así como una gestión líder en calidad y eficiencia.

Junto a resultados financieros consistentes y una capacidad tecnológica innovadora, en este último ejercicio hemos seguido avanzando hacia el objetivo trazado: ser el mejor banco de la era digital. Entendiendo que no solo se trata de ofrecer innovación y excelentes productos financieros, sino que además brindamos acompañamiento y asesoría, marcando una referencia consistente en cuanto a mejorar la experiencia del cliente.

Nuestros esfuerzos se han centrado en maximizar los beneficios que aporta la tecnología a las personas y a la sociedad, permitiéndonos conocer aún más a nuestros clientes y así brindarles una propuesta de valor única y acorde a sus necesidades. Con el propósito de ayudarles a conseguir sus objetivos y metas mediante una mayor

comprensión y un mejor manejo de sus finanzas, procurando así un impacto positivo en sus vidas.

Productos y servicios financieros puestos a disposición de una manera ágil y sencilla, son atributos que ayudan a reforzar la confianza en BBVA Provincial. Fortaleciendo nuestro modelo de banca responsable, basado en una rentabilidad ajustada a principios, con buenas prácticas y que genera valor a largo plazo para nuestros grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores, entes reguladores y sociedad).

Estamos conscientes que el desarrollo del negocio está estrechamente vinculado al bienestar de las personas con las que nos relacionamos y que rodean nuestra actividad, tratándose de una directriz clave que es compartida por todas las unidades de la institución y sus equipos. Claramente reflejada en las acciones e iniciativas emprendidas en 2016 y recopiladas en este Informe de Banca Responsable, el cual se elabora en base a los lineamientos internacionales del Global Reporting Initiative, en su versión G4 *Sustainability Reporting Guidelines*, y el principio corporativo de transparencia.

Hemos concretado importantes logros, entre estos, la optimización y la consolidación de nuestros canales digitales. En un entorno en donde la tecnología propicia y acelera cambios que se traducen en que, ahora más que nunca, los clientes sienten que necesitan estar conectados en todo momento y desde cualquier lugar. Quieren, además, disponer de información y contenidos relevantes, útiles, de forma ágil y segura, contando con una institución financiera que les brinda siempre la mejor experiencia.

Somos un banco que se comunica con sus clientes y demás grupos de interés de forma transparente, clara y responsable

(TCR), permanentemente preocupados en el impacto de nuestra actividad en la sociedad y en el medioambiente, garantizando una actuación enmarcada en los mayores estándares éticos y sobre derechos humanos. Con una política de responsabilidad social corporativa, fuertemente arraigada en nuestra cultura empresarial y visión de negocio.

Ante este entorno cambiante y futuro retador, ofrecemos las mejores soluciones bancarias y suministramos información oportuna que permite la toma de decisiones financieras acertadas, poniendo al alcance de miles de personas oportunidades y la posibilidad de alcanzar sus objetivos, impactando de forma positiva en sus vidas y en las actividades de las empresas que conforman la sociedad.

Poder detectar estas necesidades con apoyo de la tecnología nos ha ayudado, en el transcurrir de 2016, a definir mejor nuestro propósito para los próximos años, el cual servirá de inspiración a todos los grupos de interés. "Adelante" fue una invitación que extendimos tiempo atrás, que evoluciona y se transforma en "Creando Oportunidades", brindándonos una nueva guía en el desarrollo de nuestras estrategias, alineada con nuestra visión de futuro y que afianzará, aún más, en 2017 y años venideros nuestro modelo de banca diferencial.



Pedro Rodríguez Serrano
Presidente Ejecutivo





BBVA Provincial

BBVA

BBVA Provincial

Estructura Directiva

Consejo de Administración

Directores Principales

León Henrique Cottin
Presidente
Ignacio Lacasta
Vicepresidente
Pedro Rodríguez Serrano
Presidente Ejecutivo
Donald Devost
Ignacio Rojas - Marcos
Omar Bello Rodríguez
Pedro María Ricondo Ajá

Directores Suplentes

Salvador Scotti Mata
Francisco Javier Salas Domínguez
José Manuel Doiztúa García
Aura Marina Kolster
José Conejero Alcázar
Claudio Mastrángelo
Juan Quera Font

Administración Ejecutiva

Pedro Rodríguez Serrano
Presidencia Ejecutiva
Matilde Leirós
Vicepresidencia Ejecutiva Banca Comercial
Ana Maribel De Castro
Vicepresidencia Ejecutiva Business Development & Digital Banking
Francys Rugeles
Vicepresidencia Ejecutiva Corporate & Investment Banking
Rodrigo Egui Stolk
Vicepresidencia Ejecutiva Servicios Jurídicos
Valdemar Precilla
Vicepresidencia Ejecutiva Riesgos
María Aguirre
Vicepresidencia Ejecutiva Talento y Cultura
Esther Dafaue
Vicepresidencia Ejecutiva Financiera
Daniel Planas
Vicepresidencia Ejecutiva Engineering
Guillermo Sibada
Auditoría Interna

Comisarios

José Fornos
Principal
José Norberto Da Silva Paz
Principal
Carlos Alfonzo
Suplente
Miguel Prato
Suplente

Audidores Externos

Lara Marambio & Asociados
Firma miembro de Deloitte

Acercas de BBVA Provincial

Una banca
centrada en el
cliente que es
sinónimo de
responsabilidad
e innovación.

Poner al alcance de todos los venezolanos una plataforma tecnológica innovadora y de primer nivel que ofrezca una amplia y destacada variedad de soluciones bancarias, ayudándoles a tomar las mejores decisiones financieras e impactando de forma positiva en sus vidas, es el propósito de los 4.888 profesionales que integran el gran equipo de BBVA Provincial. Un equipo orientado a brindar la mejor experiencia al cliente y en posicionar a la institución como principal referente de la banca digital en el país, metas que le han permitido acumular grandes logros y han impulsado el mayor proceso de transformación de su historia.

Una trayectoria que inició el 15 de octubre de 1953 con la creación del Banco Provincial de Venezuela, primera entidad del país en convertirse en 1996 en banco universal y que desde 1997 forma parte de BBVA, grupo global de servicios financieros con una visión centrada en el cliente y presente en 35 países.

Son más de seis décadas de destacada gestión, operando con la máxima integridad, visión a largo plazo y mejores prácticas, fortaleciendo año tras año su compromiso con la sociedad

venezolana y en brindarle una atención y servicios de máxima calidad a través de su red de oficinas a nivel nacional, cajeros automáticos, puntos de venta y su innovadora banca digital, haciendo más sencillas, ágiles, eficientes, transparentes y seguras las operaciones de sus clientes y usuarios.

BBVA Provincial impulsa una nueva forma de hacer banca, basada en su modelo de banca responsable y en una estrategia de negocio fundamentada en los principios, las personas y la innovación. Una labor que cada año es reconocida por prestigiosas organizaciones internacionales, reiterando su sólida posición en el sistema financiero y la destacada evolución de su actividad. Además de permitirle crear relaciones basadas en la confianza y de mutuo valor con sus diferentes grupos de interés (clientes, accionistas, empleados, proveedores, entes reguladores y la sociedad).

La institución ha hecho de la tecnología su principal ventaja competitiva, poniendo al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era, para lograr ofrecer al cliente la mejor experiencia posible, dar impulso a las ventas



BBVA Provincial Datos Relevantes

| Balance General (en millones Bs.) | Diciembre 2016 | Diciembre 2015 | Diciembre 2014 |
|---|----------------|----------------|-----------------------|
| Activo Total | 1.618.771,7 | 569.443,0 | 306.289,9 |
| Inversiones en Títulos Valores | 148.709,9 | 81.391,4 | 57.828,7 |
| Cartera de Créditos Neta | 690.974,2 | 302.395,0 | 149.149,6 |
| Captaciones del Público | 1.458.682,9 | 490.580,0 | 259.988,3 |
| Patrimonio | 76.831,1 | 43.841,2 | 26.396,9 |
| Estado de Resultados (en millones de Bs.) | Diciembre 2016 | Diciembre 2015 | Diciembre 2014 |
| Margen Financiero Bruto | 76.259.377.006 | 45.557,2 | 22.250,2 |
| Margen de Intermediación Financiera | 80.909.223.358 | 48.179,8 | 23.913,9 |
| Margen Operativo Bruto | 42.234.142.058 | 29.057,1 | 14.367,8 |
| Margen Operativo Neto | 37.148.746.554 | 26.203,9 | 13.450,2 |
| Resultado Bruto antes de Impuesto | 36.794.865.470 | 26.132,6 | 13.416,0 |
| Resultado Neto | 22.854.072.384 | 17.151,5 | 12.759,2 |
| La Acción Provincial | Diciembre 2016 | Diciembre 2015 | Diciembre 2014 |
| Precio de Cierre (Bs./Acción) | 5.350 | 4.200 | 1.100 |
| Valor Contable (Bs./Acción) | 712,54 | 406,59 | 244,81 |
| N° de Acciones en Circulación | 107.827.475 | 107.827.475 | 107.827.475 |
| Capitalización Bursátil (MM de Bs.) | 576.877,0 | 452.875,4 | 118.610,2 |
| N° de Accionistas Comunes | 4.218 | 4.251 | 4.270 |
| Utilidad por Acción ⁽¹⁾ (Bs./Acción) | 322,3 | 159,06 | 118,33 ⁽²⁾ |
| Índices de Rentabilidad, Liquidez, Solvencia Bancaria y Calidad de Activos ⁽³⁾ | Diciembre 2016 | Diciembre 2015 | Diciembre 2014 |
| ROE (Resultado Neto / Patrimonio Promedio) | 79,09% | 50,14% | 61,02% |
| ROA (Resultado Neto / Activo Promedio) | 6,07% | 4,17% | 5,38% |
| Índices de Suficiencia Patrimonial | Diciembre 2016 | Diciembre 2015 | Diciembre 2014 |
| Patrimonio / Activo y Operaciones Contingentes ponderadas en base a Riesgo (mínimo requerido 12%) | 12,58% | 13,86% | 18,50% |
| Patrimonio / Activo Total (mínimo requerido 9% desde 31/12/13) | 11,63% | 11,07% | 10,02% |
| Otros Datos | Diciembre 2016 | Diciembre 2015 | Diciembre 2014 |
| Número de empleados | 4.888 | 5.233 | 5.363 |
| Número de Oficinas | 331 | 333 | 330 |
| Área Metropolitana | 118 | 116 | 114 |
| Resto del país | 212 | 216 | 215 |
| Exterior | 1 | 1 | 1 |

Alcance: BBVA Provincial.

(1) Neta de Utilidades Estatutarias.

(2) Se ajustó la cifra a su valor real anual y no semestral.

(3) Según Balance de Operaciones en Venezuela, de conformidad con la normativa legal establecida por la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario.

Indicadores clave de Negocio Responsable

| | 2016 | 2015 | 2014 |
|---|--------------|---------------|-----------------------|
| ECONÓMICOS | | | |
| Beneficio por acción ⁽¹⁾ (MM de Bs.) | 322,3 | 159,06 | 118,33 ⁽⁶⁾ |
| Capitalización Bursátil (MM de Bs.) | 576.877 | 452.875 | 118.610 |
| Valor Directo Tangible (MM de Bs.) | 151.361 | 56.451 | 25.667 |
| CAPITAL HUMANO | | | |
| Empleados | 4.888 | 5.233 | 5.363 |
| Índice de satisfacción de empleados ⁽²⁾ | 4,47 | n / a | 82,1 % |
| Relación mujeres /hombres en puestos directivos (Comité de Dirección y Directores Corporativos) (%) | 44,40 / 55,6 | 44,4 / 55,6 | 42,86 / 57,14 |
| Diversidad hombres y mujeres (%) | 34,17/ 65,61 | 34,71 / 65,29 | 34,91 / 65,09 |
| Horas de formación por empleado | 15 | 17,6 | 18,8 |
| Edad media de empleados | 40,34 | 37,7 | 38,1 |
| Estabilidad laboral (% empleo fijo) | 99,77 | 99,63 | 99,80 |
| Empleados participantes en iniciativas de voluntariado ⁽³⁾ | 280 | 991 | 866 |
| SOCIALES | | | |
| Recursos destinados a compromisos con la sociedad (MM de Bs.) | 171.515 | 127.592 | 91.290,6 |
| Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre el beneficio atribuido (%) | 1 | 1 | 1 |
| N° de beneficiarios de los programas de educación para la sociedad y cultura ⁽⁴⁾ | 14.710 | 19.888 | 19.507 |
| N° de beneficiarios del programa educación financiera ⁽⁵⁾ | 6.031 | 5.412 | 5.192 |
| N° de pymes financiadas | 24.950 | 20.342 | 17.364 |
| N° de microcréditos concedidos | 16.325 | 19.389 | 20.266 |
| N° de proveedores | 858 | 821 | 988 |
| MEDIOAMBIENTALES | | | |
| Energía directa consumida por empleado (Kwh.) | 6.754,83 | 11.495,94 | 11.909,04 |
| Consumo de papel por empleado (Kg.) | 26,07 | 35,29 | 44,35 |
| Consumo de agua por empleado (m ³) | 35,76 | 46,08 | 50,88 |
| GESTIÓN Y GOBIERNO DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA | | | |
| N° de Comités de Negocio Responsable | 2 | 2 | 2 |

Alcance: BBVA Provincial

(1) Neta de Utilidades Estatutarias.

(2) Encuesta bianual. Las cifras reportadas se adaptan al modelo corporativo de BBVA, que en 2016 fue en una escala del 1 al 5, a diferencia de 2014 que se realizó al 100 %.

(3) Datos estimados de asistentes a actividades de voluntariado. Un voluntario puede participar en más de una actividad

(4) Incluye beneficiarios de los programas de educación para la sociedad y cultura: Becas de Integración, Papagayo, Ruta BBVA y programa expositivo.

(5) Incluye beneficiarios de educación financiera para los negocios, pymes y emprendimiento.

(6) Se ajustó la cifra a su valor real anual y no semestral.

digitales, desarrollar nuevos modelos de negocio, optimizar la asignación de capital, fortalecer un liderazgo basado en la eficiencia e impulsar la gestión del mejor equipo de profesionales. Consciente de su papel facilitador, el principal propósito del banco es ayudar a las personas a que puedan hacer realidad sus metas y sueños.

Indicadores clave de negocio responsable

En 2016 la institución siguió fortaleciendo su modelo de banca responsable, un modelo diferencial que sitúa a las personas en el centro de su negocio y basado en una rentabilidad ajustada en principios, como son la integridad, la prudencia y la transparencia. De esta manera, toda su actividad está supeditada a estas directrices, asumiendo la responsabilidad de sus impactos en la vida de las personas y en la sociedad, así como en el medioambiente.

Por esta razón, BBVA Provincial realiza un exhaustivo seguimiento a la evolución de sus indicadores de gestión, con la finalidad de garantizar la aplicación de las mejores prácticas, la generación de valor y el desarrollo sostenible, estableciendo como indicadores clave de su negocio responsable tanto aquellos aspectos financieros como sociales, así como los relacionados al capital humano, el medioambiente y su gobierno corporativo (ver tabla pág. 08).

Hitos y reconocimientos

Principales hitos de 2016

El continuo esfuerzo y el compromiso de todos sus profesionales permitieron la concreción de tres grandes hitos que marcaron la gestión de este último ejercicio, los cuales reforzaron la destacada posición de BBVA Provincial dentro del sistema financiero venezolano, convirtiéndole en el principal referente de la banca digital en nuestro país y haciendo que su actividad sea sinónimo de integridad, responsabilidad e innovación.



H1: El mundo está cambiando y la institución ha tenido la oportunidad, así como la responsabilidad, de liderar este proceso de transformación en el sector financiero, una labor apalancada en el uso de los datos y la tecnología. Con estas herramientas, logra ayudar a los clientes a conseguir sus objetivos y les aporta mayor valor, al promover una mejor comprensión y una acertada gestión de sus finanzas.

H2: Fortalecimiento de su modelo de banca responsable que a través de la educación promueve la formación en valores y el progreso social. Impulsando la educación financiera, el emprendimiento y la toma de mejores decisiones, con una comunicación transparente, clara y responsable (TCR). Programas e iniciativas que se traducen en mayores oportunidades para la construcción de una mejor sociedad.

H3: Profundización de un modelo exitoso de negocio que centra a las personas en el eje de todas sus actividades, implementando



Un equipo de profesionales enfocados en...



H1: Liderar el proceso de transformación digital en el sector financiero



H2: Generar nuevas oportunidades e impulsar el progreso social



H3: Ofrecer la mejor experiencia multicanal al cliente

avances continuos e innovaciones que mejoran la experiencia del cliente a través de múltiples canales. Esto ha sido posible, gracias al excelente trabajo desarrollado en conjunto por su talento humano, al colaborar en función de proyectos ágiles que generan un impacto positivo en la vida de los clientes.

Premios y reconocimientos

Mejor banco de Venezuela 2016, revista Global Finance

El liderazgo y la gestión de BBVA Provincial dentro del sistema financiero venezolano, fueron por décimo año consecutivo reconocidos por esta publicación internacional. En la categoría "Mejores bancos del mundo en mercados emergentes de América Latina", el banco destacó por su calidad de servicio y atención al cliente, por su amplia y novedosa cartera de productos y soluciones financieras, así como la evolución de su banca digital y de la actividad. Los criterios para la selección de los ganadores, en esta 23ª edición, fueron: crecimiento en activos, rentabilidad, relaciones estratégicas, servicio al cliente, precios competitivos y la innovación en productos y servicios.

Mejor banco de Venezuela 2016, revista Euromoney

En la más reciente edición de los Awards for Excellence de Euromoney, y por novena ocasión, la institución fue reconocida por su estrategia centrada en el cliente y en mejorar su experiencia con un enfoque multicanal. La revista expresó que "BBVA Provincial se ha centrado en los últimos años en invertir para optimizar sus beneficios, creando una impresionante plataforma digital. También en construir una base diversificada de pymes, al tiempo que ha invertido en su red física, para mantener su dominante cuota de mercado". Cada año, esta publicación británica realiza una exhaustiva selección de aquellas entidades financieras que marcan diferencias con sus competidores, tanto a nivel global como en cada mercado.

Reconocimiento especial a Fundación BBVA Provincial, Asociación Internacional de Críticos de Arte

Por otra parte, el Capítulo Venezuela de la Asociación Internacional de Críticos de Arte (AICA), otorgó en 2016 un reconocimiento especial a la Fundación BBVA Provincial por su exposición "El arte de escribir sobre Arte", realizada en honor a la reconocida historiadora y crítico de arte venezolana Bélgica Rodríguez. Esta muestra se presentó en el año 2015, la cual estuvo conformada por 40 obras y 60 libros, mediante estos, se establecieron no sólo vínculos entre las corrientes de las artes visuales en Venezuela, sino que también se ilustraron los textos realizados por la autora a través del tiempo.

Organigrama y estructura de negocio

Banca Minorista

BBVA Provincial tiene presencia en todo el territorio nacional con un total de 314 oficinas, de las cuales 254 cuentan con las Zonas Express para imprimir mayor eficiencia a la operativa y agilidad en la atención al cliente. Este año se dio continuidad al proceso de modernización de su red comercial, además de celebrar la apertura de las oficinas Valencia Mañongo y El Vigía II. El banco también cuenta con una sucursal en el exterior, ubicada en Curazao.

| Gerencia Territorial | Número de Oficinas Comerciales |
|----------------------------------|--------------------------------|
| Aragua Los Llanos | 18 |
| Barinas - Valera | 18 |
| Barquisimeto | 20 |
| Bolívar | 16 |
| Carabobo | 26 |
| Costa Oriental Falcón | 19 |
| Gran Caracas | 26 |
| Lara-Poblaciones | 19 |
| La Castellana | 27 |
| La Pelota | 21 |
| Maracaibo | 17 |
| Mérida | 19 |
| Miranda | 19 |
| Oriente | 18 |
| Parque Humboldt | 17 |
| San Cristóbal | 14 |
| Oficinas a nivel nacional | 314 |

Alcance: BBVA Provincial.

Banca de Empresas e Instituciones (BEI)

Con el propósito de brindar una atención diferencial y adaptada a las necesidades de cada cliente y sector productivo, la institución cuenta con 16 oficinas especializadas en este segmento y gestionadas por un equipo de profesionales expertos. Ofreciendo un portafolio de productos y soluciones financieras innovador, apalancado en una plataforma tecnológica de punta que imprime mayores niveles de eficiencia, sencillez, agilidad y calidad de servicio.

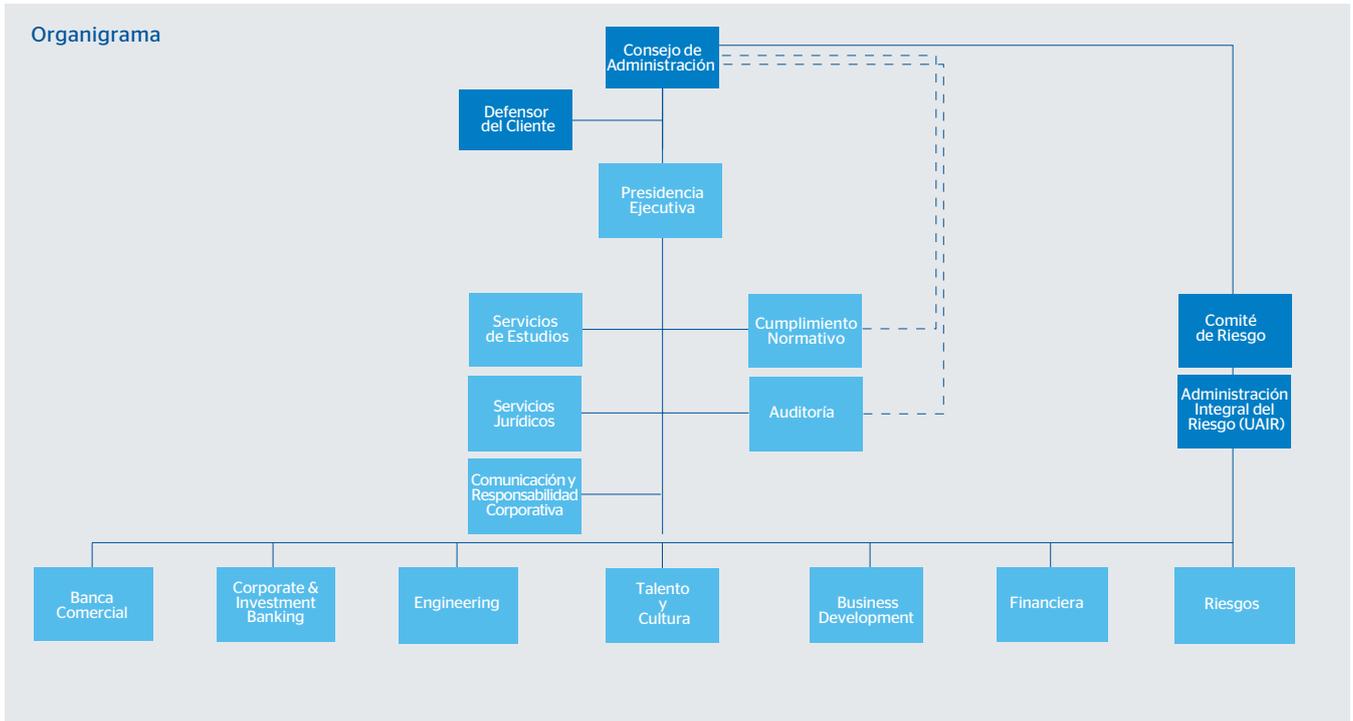
| Estado | Número de Oficinas BEI |
|----------------------------------|------------------------|
| Aragua Los Llanos | 1 |
| Barcelona | 1 |
| Barquisimeto | 1 |
| Bolívar | 1 |
| Carabobo | 1 |
| Distrito Capital | 3 |
| Mérida | 1 |
| Miranda | 5 |
| Portuguesa | 1 |
| Zulia | 1 |
| Oficinas a nivel nacional | 16 |

Alcance: BBVA Provincial.

Corporate & Investment Banking (C&IB)

La oficina de Banca Corporativa Global Venezuela, ubicada en la ciudad de Caracas, está orientada a la atención de empresas multinacionales con operaciones en diferentes países, clientes corporativos con facturaciones dentro y fuera del territorio nacional o con negocios estratégicos que requieran asesoría especializada en este ámbito de actuación, dirigida por un equipo de trabajo altamente cualificado.

Organigrama



Cobertura de la red de oficinas y gerencias territoriales de la banca minorista, agencias de banca de empresas, banca corporativa y sucursal en el exterior



Puntos de venta

62.911

Cajeros automáticos

2.026

La información detallada sobre la red de oficinas de BBVA Provincial se encuentra disponible en www.provincial.com

Materialidad y diálogo con los grupos de interés

Una banca responsable que escucha y atiende las demandas planteadas por su entorno

Conocer las inquietudes y las expectativas de los grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores, entes reguladores y la sociedad) es una prioridad para BBVA Provincial, garantizando, de esta manera, una oportuna y eficaz respuesta a sus requerimientos. Ante un entorno sumamente dinámico, que también implica un cambio profundo en las demandas de los clientes y de la sociedad, ahora más que nunca se promueve la escucha y el diálogo con los diferentes colectivos con que se relaciona la empresa.

Cada interacción es de suma valía para la institución, por ello cuenta con una amplia variedad de canales y herramientas que facilitan un diálogo constante, fluido y transparente con todos sus públicos. Esta labor le permite identificar los asuntos relevantes para cada colectivo, aquellos que tienen mayor impacto en el negocio y que son claves para lograr construir relaciones a largo plazo, equilibradas, de confianza y valor mutuo, impulsando así el modelo de banca responsable.

Herramientas de escucha y diálogo

El banco dispone de diversos canales de comunicación e instrumentos de consulta con la finalidad de mantener un diálogo continuo con sus públicos, herramientas que garantizan su adecuada atención, además de facilitar información útil para conocer sus prioridades y expectativas, permitiendo fortalecer cada uno de los compromisos asumidos por la institución con sus grupos de interés o *stakeholders*. El detalle de estos canales de escucha y diálogo, se presentan en la siguiente página de este informe.

Análisis de materialidad

Luego de la labor de escucha y diálogo, se debe contemplar un exhaustivo proceso de análisis

de los datos y la información recabada. La primera etapa de este análisis corresponde a la definición de los asuntos materiales, en la cual se identifican, priorizan y validan aquellos temas más relevantes. Posteriormente, se elabora una matriz de materialidad en la que los principales aspectos se clasifican en base a dos variables: importancia para los grupos de interés e impacto para el negocio.

Esta actividad se ejecuta en todas las filiales de BBVA, teniendo en cuenta la realidad local en cada país, consolidando luego todos los resultados para así definir también un listado global y una matriz de materialidad con los asuntos más relevantes a considerar por el Grupo. La metodología aplicada es contrastada bajo las recomendaciones de la Guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI).

1. Proceso de definición de asuntos materiales

1.1. Identificación: se construye un listado final con los asuntos materiales, basado en aquellos aspectos definidos como riesgos reputacionales para la institución, y también se identifican otros asuntos materiales que no representan un riesgo. En ambos casos, se consultan cinco tipos de fuentes:

- Investigaciones y contactos que proporcionan información sobre las percepciones de los grupos de interés, a través de las herramientas de consulta descritas en el apartado anterior.
- Análisis de información procedente de observadores expertos (ONG, analistas de sostenibilidad, sindicatos y otras asociaciones civiles) que evalúan los comportamientos de las compañías.
- Tendencias regulatorias del sector.
- Análisis de competidores, en cuanto a cuáles son los asuntos más relevantes o temas conflictivos que les afectan y que también podrían afectar al banco.
- Análisis de medios de comunicación y redes sociales.

Herramientas de escucha y diálogo

| Grupo de interés | Compromisos de BBVA Provincial | Canal de diálogo | Frecuencia |
|--|---|---|---|
| Accionistas | Crear más valor de forma sostenible en el tiempo. | Asamblea de Accionistas | Semestral |
| | | Informe Financiero | Semestral |
| | | Informe de Banca Responsable | Anual |
| | | Oficina del accionista | Permanente |
| | | www.provincial.com | Permanente |
| | | www.fundacionbbvaprovincial.com | Permanente |
| Clientes | Buscar las mejores soluciones que hagan de BBVA Provincial su primera opción. | Oficinas | Diaria |
| | | Línea Provinet | Diaria |
| | | Provinet Chat | Diaria |
| | | Servicio de atención al cliente y comités de análisis de quejas y reclamaciones | Permanente |
| | | www.provincial.com | Permanente |
| | | www.fundacionbbvaprovincial.com | Permanente |
| | | Medios de comunicación (prensa, radio, TV, encartes, afiches, etc.) | Diaria |
| | | Redes sociales del banco | Diaria |
| | | Estudios de clientes | Periódica |
| | | Encuesta de satisfacción | Mensual |
| | | Entrevistas a profundidad | Anual |
| | | Grupos de enfoque | Anual |
| | | Encuesta de reputación externa (Reprtrak) | Semestral |
| | | Defensor del cliente | Permanente |
| Empleados | Un estilo de gestión que genere entusiasmo y facilite la formación, la motivación y el desarrollo personal y profesional. | Portal Entorno colaborativo | Diaria |
| | | Revista Entorno | Cuatrimestral |
| | | Buzón de comunicación Tú y BBVA | Diaria |
| | | Buzón de Comunicaciones Internas | Periódica |
| | | Buzón Usted sabía que | Periódica |
| | | Comunidad de BBVA Purpose Google+ | Diaria |
| | | Feedback Global de Empleados | Anual |
| | | Entrevista de fijación de objetivos, competencia y retroalimentación | Anual |
| | | Encuesta de reputación interna (Reprtrak) | Semestral |
| | | Intranet local | Diaria |
| | | Servicio de atención al empleado (SAE) | Diaria |
| | | Buzón Voluntariado Venezuela | Periódica |
| | | Encuesta de Calidad | Periódica |
| | | Proveedores | Encontrar en BBVA Provincial un aliado para el beneficio mutuo. |
| Reuniones con proveedores | Mensual | | |
| Herramienta on line de negociación y aprovisionamiento (Adquira) | Diario | | |
| Departamento de Compras | Diario | | |
| Reguladores | Actuar con integridad y cumplir rigurosamente la legalidad. | Reuniones | Periódica |
| | | Comunicados | Periódica |
| | | Comités | Periódica |
| | | Seguimiento de la legislación | Diaria |
| Sociedad | Contribuir de forma activa al desarrollo sostenible de la sociedad. | Reuniones con instituciones públicas y privadas | Periódica |
| | | Redes sociales del banco | Diaria |
| | | Medios de comunicación (prensa, radio y TV) | Periódica |
| | | Encuestas de satisfacción | Anual |
| | | www.fundacionbbvaprovincial.com | Permanente |
| | | www.provincial.com | Permanente |
| | | Encuesta de reputación externa (Reprtrak) | Semestral |
| Córeo electrónico | Permanente | | |

1.2. Priorización: se organizan los asuntos según su prioridad, definida en cuanto a su relevancia para los grupos de interés y para el negocio de BBVA Provincial.

- Grupos de interés: en la medición se consideran diferentes variables, siendo mayor su relevancia en cuando:

o Más *stakeholders* estén afectados y la importancia de estos para la institución.

o Mayor sea el impacto de los asuntos para los colectivos afectados.

o Existan requerimientos legales o compromisos por parte de la organización relacionados con ese asunto.

- BBVA Provincial: se valora el impacto que tiene el asunto en el negocio actual y futuro. A nivel corporativo, el departamento de Negocio Responsable identifica los responsables de la gestión de cada asunto a nivel global, quienes definen a sus contrapartes locales para ejecutar esta labor en su ámbito de gestión.

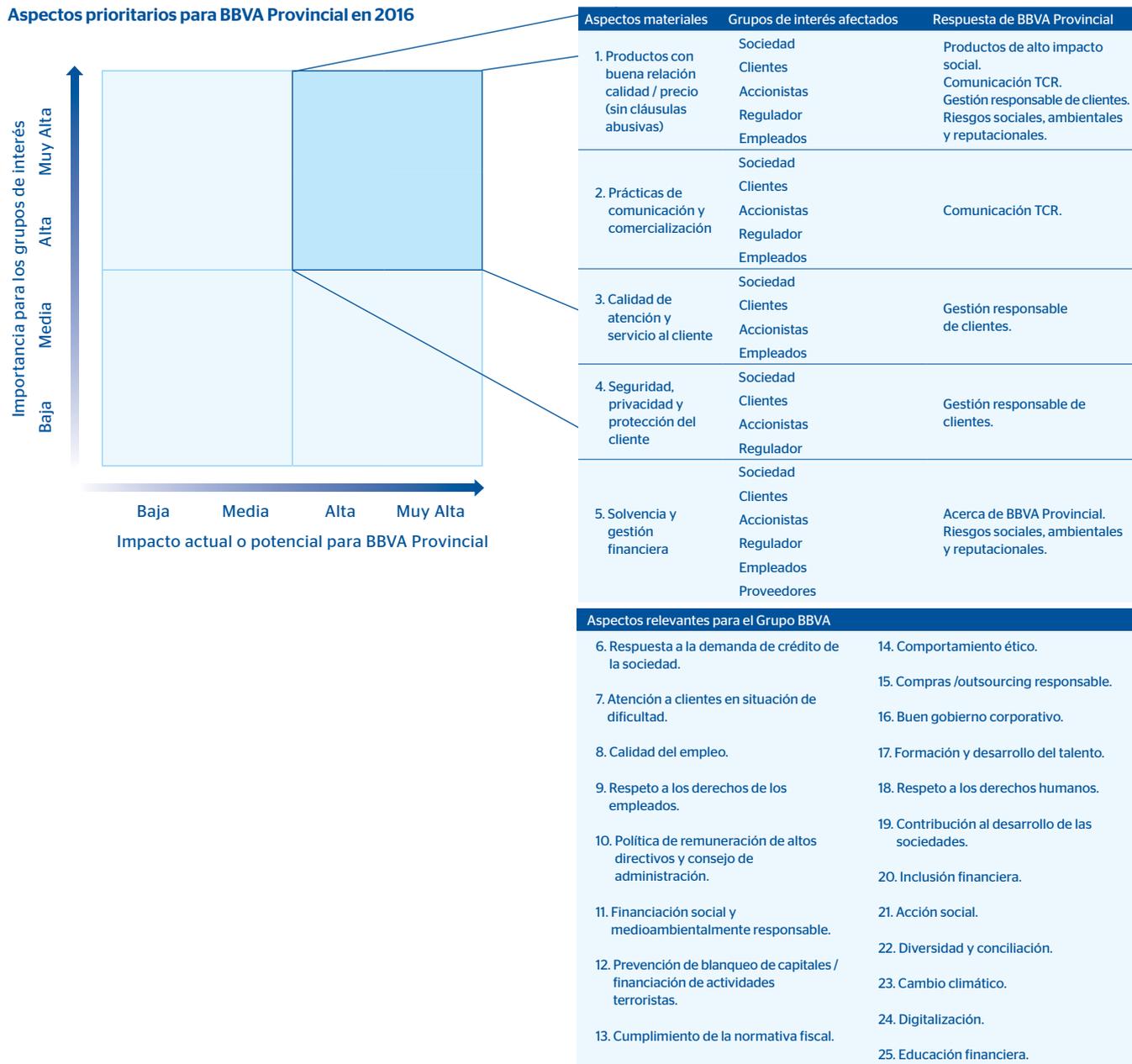
1.3 Validación: esta es la última fase del proceso de definición de los asuntos materiales, correspondiente a la revisión y validación del análisis de materialidad. En la institución, es responsabilidad del área de Comunicación y Responsabilidad Corporativa, siguiendo los lineamientos y los criterios definidos a nivel corporativo por el departamento de Negocio Responsable.

2. Matriz de materialidad

Como producto final del análisis se elabora una matriz de materialidad, en la cual se identifican con claridad los aspectos más relevantes para el banco. El proceso de consolidación se realiza en base a una media ponderada de la importancia para los grupos de interés y su impacto para el negocio. La matriz del año 2016 de BBVA Provincial, establece cinco aspectos relevantes como aquellos de más alta notabilidad para sus *stakeholders* y de mayor impacto para la gestión.

A nivel global, a cierre de este ejercicio, el Grupo BBVA define un total de 25 aspectos como relevantes para su actividad y la de todas sus filiales, incluyendo los cinco primeros aspectos que son prioritarios para BBVA Provincial.

Aspectos prioritarios para BBVA Provincial en 2016



Estrategia

Una banca diferencial fundamentada en las personas, la innovación y los principios.

Visión y aspiración

Construir relaciones equilibradas, de mutuo valor, a largo plazo y basadas en la confianza, es una premisa clave que impulsa y da dirección a los esfuerzos y la gestión diaria del equipo de profesionales de BBVA Provincial. Conscientes que el desarrollo del negocio siempre debe estar vinculado al bienestar y el progreso social, reafirmando así una visión compartida por todos los empleados: "trabajamos por un futuro mejor para las personas".

Una visión que es encauzada en la entrega de los mejores productos y servicios financieros, así como en un modelo de negocio centrado en el cliente y orientado a ofrecerle una experiencia satisfactoria y diferente, impactando de forma positiva en sus vidas. Un modelo fundamentado en las personas, la innovación y en los principios, como son la integridad, la prudencia y la transparencia.

De esta manera, podemos observar que este modelo de banca responsable se apalanca en cuatro elementos que le hacen diferente:

1. Un modelo de portafolio diversificado, apoyado en estructuras de negocio líderes y de calidad.
2. Un modelo de gestión basado en la prudencia y en la anticipación. Entendiendo la prudencia como principio de precaución en la administración del riesgo.
3. Un modelo de rentabilidad ajustada a principios, que sitúa a las personas en el centro del negocio. Estos principios son la prudencia, en la gestión del riesgo; la integridad, como manifestación de la ética en todos los ámbitos de actuación; y la transparencia, al garantizar siempre el acceso a información clara y veraz.
4. Un modelo de negocio orientado al cliente y con un objetivo sumamente ambicioso, ser líderes en satisfacción de la clientela.





Este modelo de banca diferencial representa una ventaja competitiva ante un entorno cada vez más dinámico, caracterizado por constantes cambios tecnológicos, en el cual las preferencias y los requerimientos de los consumidores están transformando la sociedad y, por ende, la forma de hacer negocios. Por esta razón, la institución ha emprendido un profundo proceso de transformación desde y para el cliente, fortaleciendo sus capacidades y propuesta de valor, creando novedosos modelos de negocios y consolidando en mayor medida este concepto de banca diferencial.

Transformación de BBVA Provincial

El proceso de transformación que lleva adelante la institución se ha focalizado, más que en la tecnología, en los beneficios que esta aporta a las personas y a la sociedad. Planteándose como propósito, poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era, ayudando a las personas a que alcancen sus objetivos y hagan realidad sus proyectos.

Alineadas con este propósito, se definieron seis líneas estratégicas que dan dirección a esta transformación:

1. Proporcionar la mejor experiencia posible a los clientes, fijando un nuevo estándar: esta es la piedra angular de la estrategia del banco y de un modelo de negocio centrado en las personas. Representa una evolución de la propuesta de

valor, ofreciendo soluciones a los clientes y facilitándoles un óptimo manejo de sus finanzas, así como la toma de decisiones razonadas.

2. Impulsar las ventas digitales: crear modelos consistentes, respaldados por la analítica, partiendo de métricas sencillas y entendibles que aumenten las ventas on line. Principalmente orientado en lograr el crecimiento exponencial de su banca móvil, siendo una palanca clave que impulsa el negocio y mejora la experiencia del usuario.

3. Crear, asociarse y/o adquirir nuevos modelos de negocio: el mundo ha cambiado y los clientes tienen nuevas necesidades, por tanto, la forma de hacer negocios también debe evolucionar. Desarrollando nuevos modelos de negocio que se ajusten mejor a cada oportunidad, con propuestas de valor innovadoras.

4. Optimizar la asignación de capital: se trata de una prioridad estratégica, ya que tiene como finalidad maximizar la rentabilidad de forma sostenida en el tiempo, así como fomentar el cumplimiento de los requerimientos regulatorios.

5. Adaptar el modelo, los procesos y las estructuras para conseguir el mejor nivel de eficiencia: orientada a la simplificación de los procesos mediante el uso de tecnología de punta, transformando el modelo de distribución hacia uno más eficiente. Buscando fortalecer la presencia en los diferentes canales y asentar mayores índices de calidad de servicio, facilitando al cliente una gran experiencia.

6. Desarrollar, retener y motivar al mejor equipo: al igual que para los clientes, la organización pretende ofrecer a sus empleados la mejor experiencia. Contando con una propuesta de valor que le permita atraer, retener e inspirar al mejor talento. Promoviendo nuevas oportunidades de crecimiento, así como una nueva forma de trabajar.

La puesta en marcha y la consecución de estas seis prioridades estratégicas, impulsa aún más la transformación de la empresa, logrando un impacto positivo en la vida de las personas, además de potenciar los resultados a corto plazo y la rentabilidad del negocio. Y lo más importante, representa a largo plazo una ventaja competitiva ante un entorno cambiante y un futuro retador.

Transformación digital

Efectivamente las necesidades y las aspiraciones de los clientes han evolucionado. Hoy en día requieren estar conectados en todo momento y desde cualquier lugar, teniendo acceso a contenidos relevantes, útiles y personalizados. Además, quieren

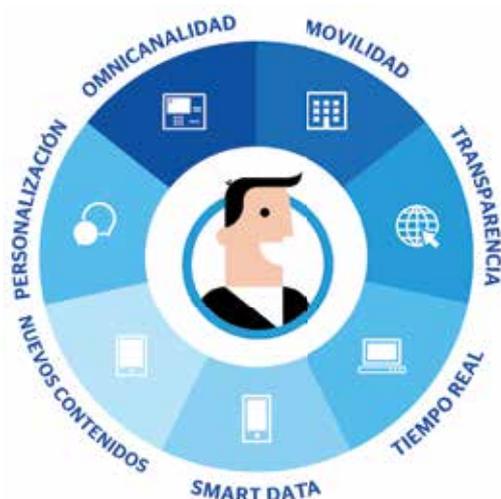


que cada interacción con su banco, indistintamente del canal utilizado, les ofrezca una experiencia perfectamente integrada y satisfactoria, así como una solución inmediata a sus problemas.

Para ello, la organización potencia sus capacidades en el uso inteligente de la data (big data) y fortalece su modelo de distribución multicanal, con productos y servicios innovadores que facilitan y agilizan la operativa de una forma sencilla, transparente y segura. Una labor que se refleja en la optimización de sus canales digitales: Provinet (web y móvil), las Zonas Express y el portal www.mispagosprovincial.com.

Diversas iniciativas se concretaron en 2016 en este ámbito, entre estas:

- La nueva versión de la aplicación Provinet Móvil Personas para teléfonos inteligentes, con un diseño innovador y más intuitivo.
- El novedoso servicio e-regalo que permite la personalización de las transferencias a terceros, clientes y no clientes, bajo la forma de obsequio para ocasiones especiales (cumpleaños, bodas, aniversarios, Navidad, etc.).
- Optimización de los procesos de registro, ingreso y desbloqueo de clave en Provinet Personas.
- Mayor impulso de la oferta de servicios en Provinet Personas, logrando la contratación en línea de más de 147.000 productos (tarjetas de crédito, préstamos al consumo y cuentas).



Estas y otras acciones, permitieron la ampliación de la base de clientes digitales en Provinet Personas a más de 1.900.000 usuarios al cierre del ejercicio. En el caso de Provinet Empresas, el banco logró un crecimiento en el segmento pymes y superó la cifra de 81.000 clientes jurídicos. Esta evolución también se reflejó en la cantidad de transacciones en los canales digitales, información detallada en el apartado Grupos de interés: El cliente de este informe.

Modelo de banca diferencial

Adicional a este proceso de transformación y nuevo enfoque del negocio, el entorno actual también exige un cambio de comportamiento por parte de las empresas. Una demanda que incentiva el modelo de banca responsable de BBVA Provincial,

con un planteamiento diferente que se basa en una rentabilidad ajustada a principios, el estricto cumplimiento de la legalidad, las buenas prácticas y la generación de valor a largo plazo para todos sus grupos de interés.

Uno de los fundamentos de este modelo es la política de responsabilidad social corporativa (RSC), la cual establece los principios y las directrices para cumplir con la responsabilidad del banco por su impacto en la sociedad. Integrando a la visión de negocio aspectos relativos a las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas y sobre derechos humanos.

Su objetivo es fomentar el progreso y el bienestar de los diferentes actores de la sociedad, un compromiso claramente expresado en las principales directrices que establece esta política:

1. Realizar su actividad financiera pensando en las personas.
2. Establecer relaciones equilibradas con los clientes y con orientación a largo plazo.
3. Ayudar a que los clientes tomen siempre decisiones informadas, mediante una comunicación transparente, clara y responsable (TCR) y la educación financiera.
4. Ofrecer productos y servicios de alto impacto social, adaptados a las necesidades de los clientes y su entorno.
5. Promover la inclusión financiera y el acceso responsable a los servicios bancarios.
6. Impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre los empleados.
7. Apoyar al desarrollo de las sociedades a través de la actividad financiera, y de los programas sociales con foco en la educación y el conocimiento.

Se trata de una política global corporativa aplicada por todos los bancos del Grupo, aprobada por el Consejo de Administración de BBVA y adaptada a las nuevas recomendaciones y estándares internacionales. Para garantizar su correcta implantación, cada año, este Consejo recibe un reporte con los informes de gestión de cada una de sus filiales, siendo función del departamento de Negocio Responsable la compilación de estos informes y la elaboración de propuestas en esta materia.

La organización también cuenta con una diversidad de políticas específicas, normativas, reglamentos, planes y compromisos que refuerzan su modelo de banca responsable y política de RSC, entre estos: Código de Conducta, política de compras responsables, política medioambiental, política de voluntariado, norma de actuación en materia de defensa, estrategia de contribución fiscal, código de comunicación comercial TCR, plan de diversidad y compromiso en materia de derechos humanos.

Plan de Negocio Responsable

El modelo de banca responsable de la institución se ha visto fortalecido en los últimos años con la puesta en marcha y consecución de diferentes iniciativas, orientadas a promover una comunicación transparente, clara y responsable (TCR), ayudando a los clientes a tomar la mejor decisión; fomentar la educación financiera, brindando a las personas las herramientas necesarias para un adecuado manejo de sus finanzas; y favorecer la

Negocio Responsable

Gestionamos nuestro negocio asumiendo la responsabilidad de nuestros impactos en la vida de las personas y en la sociedad

Transparencia, claridad y responsabilidad en la relación con nuestros clientes

Generación de valor a largo plazo para todos los grupos de interés

Integración de oportunidades y riesgos sociales y ambientales

inclusión financiera, mediante la creación de productos de alto impacto social.

El emprendimiento de tales iniciativas se enmarcó en el Plan de Negocio Responsable de BBVA Provincial 2013 - 2015, el cual se renueva y refuerza para el período 2016 - 2018, fortaleciendo los programas con foco en la educación financiera, el emprendimiento y el conocimiento, impulsando en mayor medida el proceso de transformación y el progreso social. Compromiso que es compartido por todas las áreas y los profesionales del banco.

Modelo de gestión de banca responsable

Promover la consolidación de este modelo de banca responsable, dar seguimiento a las iniciativas y programas sociales de la Fundación BBVA Provincial, velar por una adecuada gestión de la reputación corporativa y de sus riesgos, así como consolidar una cultura interna de responsabilidad empresarial, son los principales objetivos que persigue el Comité de Negocio Responsable de BBVA Provincial.

La dirección de este órgano recae en la figura del presidente ejecutivo del banco y su coordinación es tarea del departamento

de Responsabilidad y Reputación Corporativa, además de contar en su estructura con los principales representantes de las áreas de Comunicación y Responsabilidad Corporativa, Talento y Cultura, Engineering, Financiera, Riesgos, Cumplimiento Normativo y Business Development. En 2016, se celebraron dos sesiones de trabajo con la finalidad de revisar los avances en sus diferentes ámbitos de actuación.

Los esfuerzos de este comité se encuentran principalmente encauzados en torno a cuatro propósitos:

1. Maximizar el impacto del plan de negocio y potenciar el modelo de banca responsable.
2. Valorar las actuaciones de la institución para lograr el mayor retorno reputacional.
3. Impulsar la generación de valor en las relaciones con los grupos de interés.
4. Concienciar a los empleados en materia de responsabilidad corporativa y mejorar la reputación interna.

Sistemas de gobierno

Una banca fundamentada en los principios de integridad, prudencia y transparencia.

Tres principios impulsan la actividad del equipo de BBVA Provincial. La integridad, como manifestación de la ética en todas sus actuaciones y en las relaciones con los grupos de interés. La prudencia, en cuanto a la precaución en la gestión del riesgo. Y la transparencia, al garantizar el acceso a información clara y veraz más allá de la estricta legalidad. Principios reflejados en su gobierno corporativo y sistemas de cumplimiento, en la administración de los riesgos y en su modelo de negocio, asumiendo la responsabilidad de los impactos de la institución en la vida de las personas y en la sociedad.



Gobierno corporativo

El sistema de gobierno es un elemento esencial de su estructura de valores y principios empresariales, así como un pilar clave de la estrategia del banco, ya que engloba los fundamentos y las normas que regulan la correcta composición, integración y funcionamiento de sus órganos de gobierno, garantizando un adecuado proceso de toma de decisiones y un sólido régimen de supervisión y control.

Su principal órgano está representado por el Consejo de Administración, responsable de la gestión y el seguimiento de los impactos, riesgos y oportunidades en materia económica, social y ambiental que inciden sobre BBVA Provincial, así como todo aspecto que sea

relevante para el desempeño de su actividad. En el artículo 23 de los Estatutos Sociales vigentes, se establece que este órgano superior se reunirá tan a menudo como lo exija el interés de la sociedad.

Para un eficaz cumplimiento de sus funciones, el Consejo de Administración trabaja de forma coordinada con otros tres órganos corporativos, como son los Comités de Auditoría, de Riesgos y de Nombramientos y Remuneraciones, los cuales le asisten en las materias propias de su competencia.

En el Comité de Auditoría recae la labor de supervisión de los estados financieros y la función de control del banco, velando por la fiabilidad, la integridad y la oportuna disponibilidad de la información financiera y de la actividad empresarial. El análisis y el seguimiento periódico de la gestión de los riesgos inherentes a las atribuciones de los órganos administrativos, son competencia del Comité de Riesgos.

El Comité de Nombramientos y Remuneraciones examina las dietas y la política general salarial de la institución, además de revisar las propuestas de nombramientos de los miembros del Consejo de Administración, velando por su independencia, idoneidad y diversidad. La selección de los consejeros se realiza de acuerdo a las directrices fijadas por los entes reguladores, cumpliendo con los requisitos de reconocida experiencia, honorabilidad y solvencia para el ejercicio de la actividad bancaria, y más de una quinta parte de sus directores son independientes, en apego a la Resolución No. 19-I-2005: Principios de Gobierno Corporativo de la Superintendencia Nacional de Valores.

En el año 2016, las remuneraciones a los altos ejecutivos del banco y con responsabilidades específicas en el Consejo de Administración, fueron: Bs. 91 millones en sueldos, Bs.472 millones en Utilidades Legales, Bs. 4436 millones en Utilidades Estatutarias y Bs.18,6 millones en otras remuneraciones, para un total de Bs. 600,4 millones.

Sustentado en la práctica de los mayores estándares de comportamiento ético y el estricto cumplimiento del marco regulatorio, el



sistema de gobierno refuerza el concepto de banca responsable al garantizar un justo equilibrio entre los intereses de la empresa, sus accionistas y demás grupos de interés, impulsando la creación de valor y el uso eficiente de los recursos, así como una actuación íntegra y transparente. Una gestión que a su vez se ve fortalecida por su sistema de cumplimiento y el Código de Conducta de BBVA Provincial.

Sistema de cumplimiento

La conducción de todas sus actividades y negocios se encuentra supeditada al cumplimiento de estrictos cánones éticos y de conducta, claramente esbozados en una serie de políticas, normativas y procedimientos internos fundamentados en los más exigentes estándares internacionales y mejores prácticas del sector, siendo su modelo de Prevención y Control de Legitimación de Capitales y Financiamiento del Terrorismo (PCLC/FT) y su Código de Conducta los principales instrumentos que avalan su sistema de cumplimiento.

En este sentido, el área de Cumplimiento Normativo es responsable del desarrollo y correcta aplicación de estos procedimientos y normas, así como las labores de difusión y formación del personal en torno a estas políticas, contando con un equipo de profesionales orientados a la identificación, evaluación y mitigación de eventuales riesgos de cumplimiento, entendidos como los que afectan a las siguientes cuestiones:

- Conducta en los mercados.
- Tratamiento de los conflictos de intereses.
- Prevención de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo.
- Protección de datos personales.

En 2016 se llevaron a cabo diversas acciones en esta materia,

especialmente aquellas destinadas a potenciar la función de cumplimiento a través de la implementación de herramientas tecnológicas y mejoras en los procesos internos, reforzando la gestión del banco y logrando anticipar los desarrollos e iniciativas que puedan ir surgiendo en este ámbito.

Prevención y control de legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo

El Sistema Integral de Administración de Riesgos de Legitimación de Capitales y del Financiamiento al Terrorismo (SIAR LC/FT) cuenta con el esfuerzo y el compromiso de todos los directivos y empleados de la institución, preservando en todo momento la integridad corporativa y evitando que sus productos y servicios sean utilizados con finalidad delictiva.

Con este sistema el banco da cabal cumplimiento a las exigencias de los entes reguladores y auditores en sus revisiones periódicas, manteniendo los resultados alcanzados a la fecha. Asimismo, esta labor de prevención se ve potenciada con la aplicación de herramientas tecnológicas de punta en las actividades de monitoreo, detección y filtrado de operaciones inusuales, aportando mayor eficacia a la gestión.

Adicional al programa permanente de formación para los empleados que coordina Cumplimiento Normativo en esta materia, en este

| Formación SIAR LC/FT para empleados | 2016 | 2015 | 2014 |
|--|-------|----------------------|----------------------|
| Participantes en actividades formativas (modalidades presencial y a distancia) | 6.036 | 4.167 ⁽¹⁾ | 4.377 ⁽¹⁾ |
| Especializados en actividades de prevención y control de LC/FT | 22 | 19 | 19 |

Alcance: BBVA Provincial

(1) Las cifras de los años 2015 y 2014 fueron ajustadas a su valor real, ya que se suman los participantes de las formaciones en las modalidades presencial y a distancia.

Sociedad



Contribuye a que el Banco garantice el apego al marco normativo y el estricto comportamiento ético en los compromisos con la sociedad.

Cliente



Contribuye a que el Banco garantice el cumplimiento de los compromisos adquiridos con ellos, en el marco de una gestión ética y transparente que genere confianza.

Accionistas



Contribuye a que el Banco garantice el cumplimiento de altos estándares de buen gobierno corporativo y a difundir información transparente, clara y responsable a los mercados.

Empleados y directivos



Su función es proveer servicios y proyectarse hacia cualquier ámbito de la organización en la que sea requerida. Apoya al banco en la gestión integral de los riesgos.

AUDITORÍA INTERNA

último ejercicio, se emprendió una campaña comunicacional dirigida a los clientes y los trabajadores de la empresa, con la finalidad de reforzar los controles internos y mitigar posibles riesgos asociados a la legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo a través de una arraigada cultura de prevención.

Modelo de control interno

Corporate Assurance

El modelo de control interno se encuentra estructurado en tres líneas de defensa, las cuales actúan de forma coordinada y dan soporte a un esquema de gobierno denominado Corporate Assurance, responsable de garantizar el cumplimiento de los estándares más avanzados y la eficiente gestión de los riesgos operacionales actuales y emergentes, ofreciendo a la dirección del banco una visión integral que facilita la toma de decisiones.

La primera línea de defensa corresponde a las unidades de negocio, siendo su labor la administración de los riesgos y la ejecución de los procedimientos de control. La segunda línea la constituyen las unidades especializadas en control, con la finalidad de identificar los riesgos, definir las políticas para cada ámbito y supervisar su aplicación, así como asesorar al equipo gestor. Por último, la unidad de Auditoría Interna representa la tercera línea de trabajo de este modelo, concebida como una actividad independiente y objetiva.

Auditoría Interna

Las funciones de consulta, evaluación y mejora de los sistemas de gobierno, control interno y gestión del riesgo recaen en Auditoría Interna, contemplando las directrices del Comité de Supervisión Bancaria de Basilea. Se trata de una actividad permanente, independiente, imparcial y objetiva, cuya labor es asentar los mayores niveles de eficiencia en la gestión y procesos operativos, apoyar a la empresa en la consecución de sus objetivos estratégicos y fortalecer sus compromisos con los grupos de interés.

Esta tercera línea de defensa tiene un alcance global y abarca todas las actividades de BBVA Provincial y entidades relacionadas, sin exclusión alguna, indistintamente de su adscripción geográfica

o funcional, aportando un enfoque sistemático y disciplinado para la revisión y la optimización de los procesos. Las actividades y servicios externalizados también están dentro de su ámbito de actuación.

Dada su relevancia, en el Estatuto de Auditoría Interna del banco se detallan claramente sus atribuciones y funciones, así como la visión, el alcance, los órganos de dirección y los principios rectores, metodológicos y de relación correspondientes.

El control y la supervisión de esta actividad dependen del Comité de Auditoría, uno de los tres órganos del Consejo de Administración. Auditoría Interna informa periódicamente al comité y a los órganos de dirección acerca de la situación de control interno, grado de ejecución de su planificación anual y avances en la mitigación de los riesgos, permitiendo identificar de forma oportuna cualquier irregularidad o posible impacto en el patrimonio, los resultados o la reputación del banco.

El plan de trabajo de Auditoría Interna de 2016, se estructuró en base a la identificación de los riesgos en los procesos de mayor relevancia, tomando en cuenta las necesidades del negocio, la evaluación del modelo de control interno y los requerimientos regulatorios. Apoyando transversalmente en la mejora y protección del valor de la organización, ya que además de obtener una calificación global y una valoración de los riesgos, emite una serie de recomendaciones derivadas de los aspectos de mejora detectados.

Estándares de conducta

Código de Conducta

El Código de Conducta es uno de los instrumentos que avala el sistema de cumplimiento, ya que recoge las pautas de comportamiento a seguir por los miembros de la empresa en los diferentes ámbitos de actuación en los cuales se desenvuelven, prevaleciendo en todo momento los más altos estándares éticos y de integridad con la finalidad de crear relaciones de confianza, duraderas y de valor mutuo con los diferentes grupos de interés.

Establece que toda interacción con el cliente tiene por finalidad hacerle sentir el centro de la actividad y ofrecerle la mejor

experiencia; entre los compañeros, promueve un entorno de trabajo que facilita el desarrollo profesional y humano, respetando la diversidad; en cuanto a la conducta con la empresa, reitera el correcto cumplimiento de toda obligación legal y normativa, resguardando el patrimonio y la reputación del banco; y en cuanto a la sociedad, refuerza la visión de trabajar por un futuro mejor para las personas, apoyando el progreso sostenido de aquellos sectores en donde se tiene presencia.

Con la intención de fortalecer en mayor medida este instrumento y cumpliendo con el requerimiento establecido por la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario, el Consejo de Administración aprobó este año la modificación del apartado 3.12 del Código, relacionado a la no aceptación de regalos. Asimismo, según lo detallado el artículo 27 de la Resolución No. 119-10 del mismo ente, se comunicaron tales ajustes y se dio continuidad a la estrategia de divulgación y reforzamiento de los contenidos del código entre los empleados.

Además, se culminó un programa interno de formación del Código de Conducta que contó con 6.036 participantes en las modalidades presencial y a distancia, con una duración promedio de una hora por empleado, con el objeto de afianzar sus contenidos y los canales de denuncia para la atención y la resolución de situaciones que presuntamente contravengan sus preceptos, así como el principio de integridad. Estos canales de denuncia son fundamentales en la gestión del riesgo de conducta, claramente especificados en el código y del conocimiento de toda la organización.

Asuntos controvertidos

En 2016, BBVA Provincial no reportó ningún hecho relevante relativo al incumplimiento de leyes o normativas en la operativa o en el suministro de productos y servicios, ni discriminación que afectasen el patrimonio, los resultados financieros o la reputación de la institución, así como situaciones relacionadas a litigios, compromisos contractuales y contingencias legales que debiesen ser informadas al área Financiera para su registro contable.

Políticas o normas específicas de áreas funcionales

El banco cuenta con instrumentos específicos para la gestión de los compromisos básicos en cada área funcional, afianzando en mayor medida el alcance de su sistema de cumplimiento y preservando la integridad de actuación en todos los ámbitos. Tales políticas y normativas complementan la visión global e integral que ofrece el Código de Conducta, siendo las más relevantes:

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

La información y los detalles relativos a la aplicación de estas normas se amplían más adelante en este informe.

Compromisos internacionales y nacionales

Reiterando su rol en el entramado social y fortaleciendo el principio de responsabilidad corporativa, el Grupo BBVA forma parte de importantes iniciativas y tratados internacionales en derechos humanos y preservación del medioambiente, consciente que el beneficio económico debe estar siempre acompañado del progreso y bienestar social. Compromisos que son extensivos a cada filial de la organización, apoyando así las siguientes iniciativas:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Iniciativas Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente.
- Principios de Ecuador.

Asimismo, BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la normativa básica de la Organización Internacional del Trabajo y las Líneas Directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales.



Localmente, BBVA Provincial forma parte de diferentes asociaciones y organizaciones gremiales, tales como la Cámara Venezolano Española de Industria y Comercio (Cavespa), Cámara Petrolera de Venezuela, Cámara Venezolano Americana de Comercio e Industria (Venamcham), Consejo Nacional del Comercio y los Servicios (Consecomercio), Confederación Venezolana de Industriales (Conindustria) y la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Caracas.

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Modelo de gestión de riesgo reputacional

Con la intención de robustecer sus sistemas de gobierno, la organización ha seguido trabajando en la consolidación de su modelo de gestión de riesgo reputacional a través de la optimización de la metodología aplicada y la implementación de herramientas informáticas. De esta manera, en 2016 se realizó la revisión del mapa control en el que se priorizaron los riesgos reputacionales y se definieron los planes de acción para mitigarlos.

Las variables que inciden en este proceso de priorización, son el impacto en las percepciones de los grupos de interés y la fortaleza de BBVA Provincial frente a tales riesgos. Teniendo en cuenta que el riesgo reputacional se entiende como la exposición a la incertidumbre de resultados como consecuencia de eventos que pueden afectar de forma negativa esta percepción.

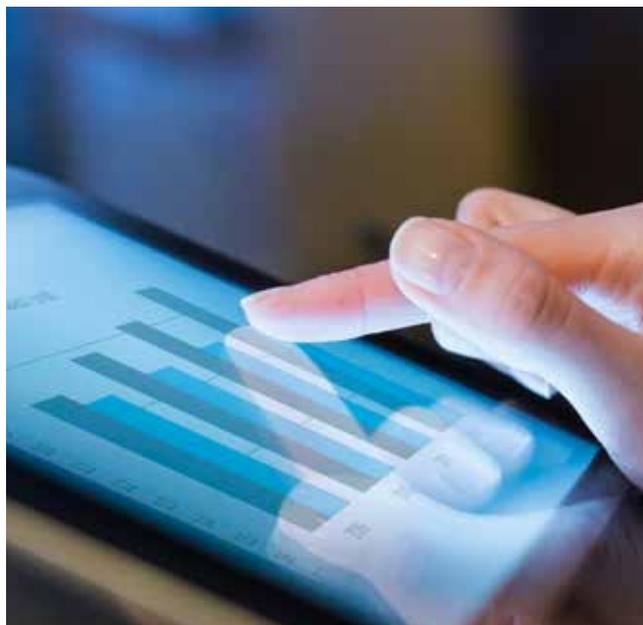
Para el análisis de la reputación de la empresa se consideran aspectos relativos al liderazgo, finanzas, trabajo, innovación oferta ética y ciudadanía, definiendo la percepción que los grupos de interés tienen del comportamiento de la empresa. Aspectos que junto a las labores de mitigación y control fortalecen la gestión integral de esta tipología de riesgos.

La correcta implantación de la metodología de gestión del riesgo reputacional, recae en el equipo de Comunicación y Responsabilidad Corporativa, el cual se ocupa de la identificación de los riesgos y la valoración de su impacto, y los llamados assurance providers, quienes proceden de diversas dependencias de la institución y son los responsables de evaluar y mitigar los riesgos identificados en su respectivo ámbito de actuación, utilizando diferentes canales de reporting.

El órgano encargado de supervisar este modelo es el Comité Operativo de Riesgo Reputacional, integrado por las unidades de Comunicación y Responsabilidad Corporativa, Riesgo Operacional y Control, así como Cumplimiento Normativo. Y el equipo de Responsabilidad y Reputación Corporativa tiene la función de secretaría de este comité.

Riesgo operacional y control interno

Este tipo de riesgo es inherente a todas las actividades, productos, sistemas y procesos, por lo que los esfuerzos de la empresa están orientados a la adopción de todas las medidas y los controles posibles para evitar o disminuir tanto la frecuencia como la severidad de los eventos de riesgo operacional. En este sentido, el banco profundizó las labores de revisión de los procesos de mayor relevancia dentro de su modelo de gestión,



permitiendo a las áreas responsables la priorización de los riesgos y su mitigación.

Adicionalmente, a través del Comité de Nuevos Negocios y Productos se siguió impulsando el análisis de los riesgos operacionales asociados a las innovaciones tecnológicas y la oferta de servicios de valor dirigida a sus clientes, afianzando el rol de este órgano como plataforma de admisión del riesgo operacional.

Concesión responsable del crédito

En su modelo de gestión y control de los riesgos la institución aplica los criterios de ESG (environmental, social and governance), por lo que variables ambientales, sociales y de gobierno corporativo son consideradas en este ámbito. Además de prevalecer en todo momento la prudencia como principio de precaución en la gestión del riesgo, al ser una de tres aristas del modelo de banca responsable y fundamento de un concepto de negocio basado en la rentabilidad ajustada a los principios.

Principio de precaución

Teniendo como propósitos el preservar la solvencia de la entidad, apoyar la consecución de sus objetivos estratégicos y garantizar un desarrollo del negocio sostenible, se ha seguido trabajando en la aplicación consistente y de forma integral del modelo de gestión de riesgos como parte de la actividad, procurando que esta función sea entendida e interiorizada en todos los niveles de la organización.

Se trata de un modelo que de forma transversal involucra desde el Consejo de Administración, su Comité de Riesgos, el área de Administración Integral del Riesgo y todos los empleados del banco, fundamentado en los principios de buen gobierno y con funciones supeditadas a una política corporativa de gestión integral. Todo ello, bajo el estricto cumplimiento de los lineamientos y procedimientos definidos en la Norma de Administración Integral del Riesgo, diferenciando claramente las labores de admisión y las de seguimiento y control.

De esta manera, se cuenta con un modelo de gestión y control de riesgos plenamente adecuado al negocio y a la organización, lo que permite desarrollar esta función en el marco de la estrategia definida por los órganos sociales de BBVA Provincial y adaptarse a

un entorno económico y regulatorio cambiante. Un modelo sustentado en cinco elementos básicos:

1. Estructura organizativa.
2. Apetito de riesgo.
3. Decisiones y procesos.
4. Evaluación, seguimiento y reporting.
5. Cultura de riesgos.

Gestión del riesgo

En este ejercicio, la institución continuó promoviendo el crecimiento dentro de un marco acotado de riesgos, anticipando los cambios inherentes al entorno e impulsando las fortalezas estructurales de su cartera. Las políticas de admisión mantuvieron un sesgo conservador y priorizaron la diversificación como estrategia minimizadora de riesgos, apalancadas en el uso de herramientas para la asignación del crédito y el seguimiento continuo con una sólida visión prospectiva.

Asimismo, se llevaron adelante campañas de admisión proactivas que incorporaron pruebas pilotos, orientadas a ofrecer servicios y productos crediticios a nuevos segmentos de clientes, promoviendo un mayor número de personas bancarizadas.

De esta forma, los resultados alcanzados en 2016 evidenciaron un incremento de 128,21 % para la cartera de créditos bruta con respecto a diciembre de 2015. Por su parte, la tasa de morosidad se ubicó en 0,31 %, frente al 0,25 % del año previo, y la cobertura de provisiones sobre créditos dudosos en 934 %, versus 1188 % de diciembre de 2015. Similar comportamiento registró la prima de riesgo crediticio, al aumentar 75 puntos básicos y ubicándose en 2,95 % al finalizar el año.

Principios de Ecuador

El criterio de rentabilidad ajustada a principios también aplica a la financiación de proyectos, de esta manera, los Principios de

Ecuador (PE) constituyen un marco de actuación adoptado por BBVA Provincial para determinar, evaluar y gestionar los riesgos ambientales y sociales asociados a tales iniciativas. Estos principios están expresamente incorporados en sus políticas internas, evitando la financiación de clientes que no cumplan o no puedan cumplir con los PE.

Estos principios son sinónimo de financiación responsable, por lo que el compromiso de la institución es garantizar que los financiamientos otorgados se destinen a la realización de proyectos socialmente responsables y que se ejecuten mediante procedimientos de prudente manejo ambiental, generando mayor valor económico, social y medioambiental.

Norma de defensa

La institución cuenta con una norma corporativa en materia de defensa, en la cual se prohíbe la prestación de servicios financieros a compañías dedicadas a la fabricación, desarrollo, mantenimiento o comercio de armas controvertidas, así como la participación en operaciones con armamento que tengan origen en países de alto riesgo de vulnerar los derechos humanos. Para su correcta aplicación, la organización cuenta con un listado de compañías y países que es revisado de forma periódica por consultores expertos.

Adicionalmente y reforzando los principios básicos de esta normativa, en el Código de Conducta de BBVA Provincial también se establece que determinados productos y actividades relacionados a la industria de defensa van en contra de sus valores y normas internas, una directriz fundamentada en la legislación vigente y en los tratados internacionales en derechos humanos, reiterando así su compromiso con los preceptos contemplados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Grupos de interés

El cliente

Una banca que ofrece los mejores productos y servicios adaptados a las necesidades de cada cliente.

El cliente se sitúa en el centro del modelo de negocio de BBVA Provincial, bajo el compromiso de una actividad responsable y la construcción de relaciones a largo plazo, basadas en la confianza y que generen mutuo valor. Labor que se encuentra apalancada en el proceso de transformación que lleva adelante la institución, intensificada en mayor medida en los últimos años, con la finalidad de poner a disposición de las personas los beneficios de la tecnología y las oportunidades de esta nueva era.

Experiencia del cliente

Apoyado en los datos y en la información, el equipo de profesionales de la entidad orienta sus esfuerzos al diseño, creación y gestión de una oferta de productos y servicios financieros que sea novedosa, innovadora, capaz de satisfacer las necesidades y las expectativas del cliente. La meta de BBVA Provincial es convertirse en el banco más recomendado, por ser el que brinda la mejor experiencia de cliente, gracias a una variedad de servicios y productos disponibles en múltiples canales.

Para ello, en 2016 se realizaron diferentes investigaciones y estudios de mercado que le permitieron tener un entendimiento profundo de las necesidades y los requerimientos de los clientes y usuarios, así como definir la situación competitiva de la empresa y posición relativa ante sus competidores. Las fichas técnicas de estos estudios, se detallan en la siguiente página de este informe.

Modelo integral de calidad

En este último ejercicio, se mantuvo un decidido y constante impulso en la ejecución de los planes y las acciones de calidad, incidiendo en los índices de satisfacción y recomendación de los clientes, buscando ofrecerles la mejor experiencia en servicios bancarios. Entre estas iniciativas, destacan un programa continuo de formación en esta materia dirigido a los empleados de los servicios centrales y la red de oficinas, así como el plan de visitas del área de Calidad a la red minorista, con el fin de facilitar herramientas y reforzar aquellos aspectos que impactan de forma positiva en la gestión y atención del cliente.



Fichas técnicas: Estudios de mercado

| Tracking publicitario | |
|-----------------------|---|
| Objetivo | Evaluar el desempeño de las diferentes campañas comerciales que ofrecen los bancos del <i>peer group</i> a sus clientes y usuarios. |
| Técnica | Entrevistas <i>on line</i> en hogares. |
| Metodología | Cuantitativa. |
| Universo | Hombres y mujeres bancarizados, mayores de 18 años de edad y de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E. |
| Muestra | 200 entrevistas por ola (12 olas), para un total de 2.402 entrevistas anuales. |
| Tipo de cliente | Persona natural. |
| Alcance geográfico | Zonas representativas del territorio nacional. |
| Período de ejecución | Enero - diciembre de 2016. |

| FRS particulares y jurídicos | |
|------------------------------|---|
| Objetivo | Determinar el posicionamiento de los bancos del <i>peer group</i> para particulares y jurídicos, así como la imagen y la calidad de servicio que prestan. |
| Técnica | Entrevistas en profundidad. |
| Metodología | Cuantitativa. |
| Universo | Clientes pertenecientes a los segmentos: pymes, masivo y <i>mass affluent</i> . |
| Muestra | 1.000 clientes particulares y 250 clientes jurídicos. |
| Tipo de cliente | Personas naturales y jurídicas. |
| Alcance geográfico | Caracas, Valencia, Maracaibo, Barquisimeto, Maracay, Ciudad Guayana, Puerto La Cruz y San Cristóbal. |
| Período de ejecución | Abril - mayo de 2016. |

Fichas técnicas: Estudios Sindicados

| Tendencias del consumidor venezolano | |
|--------------------------------------|---|
| Objetivo | Analizar las principales variables macroeconómicas, microeconómicas y políticas que inciden en los niveles de consumo del país. |
| Técnica | Entrevista. |
| Metodología | Cualitativa y cuantitativa. |
| Universo | Personas naturales de ambos sexos, a partir de los 18 años de edad y de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E. |
| Muestra | 1.000 personas. |
| Tipo de cliente | Personas naturales. |
| Alcance geográfico | Nacional. |
| Período de ejecución | Datos a julio de 2016 |

| Usos de internet en Latinoamérica | |
|-----------------------------------|---|
| Objetivo | Analizar a profundidad el comportamiento de los usuarios de internet en Latinoamérica y su influencia sobre distintos ámbitos: la publicidad, la banca, el comercio electrónico, las redes sociales, entre otros. |
| Técnica | Encuestas <i>on line</i> . |
| Metodología | Entrevistas. |
| Universo | Usuarios de internet de Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Bolivia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. |
| Muestra | 10.000 entrevistas. |
| Tipo de cliente | Personas naturales. |
| Alcance geográfico | Latinoamérica. |
| Período de ejecución | Datos a septiembre de 2016. |

Redes sociales

Las redes sociales también cumplen un rol relevante en la labor de ofrecer al cliente la mejor experiencia, por lo que la institución ha seguido fortaleciendo su gestión y presencia en estos canales de comunicación. Poner a la disposición de sus públicos información y contenidos relevantes, así como facilitar un diálogo constante, fluido, ágil y transparente, son los objetivos planteados en *social media*.

Clientes y usuarios pueden contactar con BBVA Provincial de forma cómoda, sencilla y desde cualquier lugar, además de conocer a través de sus redes todo lo relativo a sus productos y

servicios, nuevos lanzamientos, campañas y promociones puestas en marcha, así como los detalles de las acciones de responsabilidad social corporativa del banco y de los programas sociales impulsados por la Fundación BBVA Provincial.

Al cierre del último ejercicio, cada una de sus redes sociales reportó importantes indicadores de gestión:

- En Twitter, la cuenta @BBVAProvincial logró más de 383 mil seguidores.

- En Facebook, BBVA Provincial adelante obtuvo más de 211 mil "Me gusta".
- En Instagram, se alcanzaron más de 40 mil seguidores.
- En YouTube, obtuvo más de un millón de reproducciones y cerca de 9 mil suscripciones.
- En LinkedIn, contó con más de 7 mil seguidores.
- En Google+, se acercó a la cifra de 5 mil seguidores.
- El blog: blogbbvaprovincial.blogspot.com cerró con más de 3 millones de visitas.

Comunicación TCR

Esta ha sido una de las prioridades estratégicas del modelo de negocio responsable de la institución, basado en una comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR) que ayude a las personas a tomar decisiones informadas y genere confianza. De esta manera, se busca aumentar la consideración y la recomendación del cliente, además de mejorar su experiencia y relación con el banco.

Preocupado en cuidar los intereses del cliente tanto a corto como a largo plazo, la organización está comprometida en proporcionar toda información relevante acerca de sus productos y servicios, manteniendo un equilibrio entre ventajas, costes y riesgos. Teniendo en cuenta que el lenguaje y la forma en que se estructuran y organizan los contenidos deben siempre facilitar su comprensión.

Las fichas de productos son instrumentos claves en esta labor, por lo que en 2016 el banco concretó la publicación de documentos de fácil comprensión en su página web (www.provincial.com), que permiten conocer todas las características y las condiciones de los productos. Además, siguió trabajando en la adaptación de los contenidos de los contratos a un lenguaje TCR, concretamente en aquellos que soportan las operaciones de créditos de consumo para clientes particulares.

Como resultado de estas iniciativas, en la más reciente encuesta de calidad de servicio de BBVA Provincial (agosto, 2016), los participantes de este estudio le ubicaron en el primer lugar en la categoría de bancos que ofrece a los clientes toda la información de sus productos de forma clara y entendible.

Soluciones centradas en las personas

Crear y gestionar productos y servicios bancarios en los que se integren atributos sociales diferenciales, es otra prioridad dentro del modelo de negocio de la entidad. Reiterando que las personas son el centro de su actividad, por lo que sus profesionales trabajan día a día en ofrecer a los clientes una propuesta de valor adaptada a sus necesidades y expectativas, promoviendo el acceso responsable a los servicios financieros y buscando impactar de forma positiva en sus vidas.

Inclusión financiera

Con la intención de promover el crecimiento económico y el bienestar social, el banco dio continuidad a las iniciativas emprendidas por el Gobierno Nacional en materia de carteras crediticias, dirigidas a los principales sectores productivos del país:

- **Agropecuario:** a través de alianzas con asociaciones de productores y empresas relacionadas, se ha logrado masificar el financiamiento para proyectos agrícolas y beneficiar a un gran número de productores, especialmente aquellos dedicados a la siembra de los rubros que componen la dieta básica de la población venezolana, apoyándoles en la adquisición de semovientes y mejora de las unidades de producción e infraestructura. Un equipo especializado brinda seguimiento a los planes de inversión y acompaña a los productores en la consecución de sus proyectos, permitiendo el incremento de nuevos prestatarios y la diversificación de la cartera.

- **Hipotecario y Turismo:** brindando asesoría y atención especializada en ambos ramos, la institución otorgó financiamientos para la construcción, adquisición ampliación, remodelación y equipamiento de diversos proyectos turísticos adaptados a las necesidades de los emprendedores, así como soluciones habitacionales que facilitan el acceso de las familias venezolanas a una vivienda propia.

- **Manufactura y Microcrédito:** contando con un amplio portafolio de productos y alineados con las políticas gubernamentales que promueven el desarrollo de estos sectores, estas carteras lograron en 2016 un incremento de la facturación del 181 % para manufactura y 77 % en microcréditos, con respecto al año anterior.

Apoyo a pymes

Consciente del rol social de las pequeñas y las medianas empresas, especialmente a la hora de crear puestos de trabajo e impulsar el crecimiento económico de aquellas comunidades en donde están presentes, BBVA Provincial dio continuidad al programa "Camino al Éxito". Plataforma integral en línea con planes de capacitación, herramientas y soluciones diseñadas para este colectivo, disponible en www.caminoalexito.com.

Esta iniciativa representa una propuesta de valor que busca promover oportunidades y sinergias, ofreciendo formación tanto en línea como presencial, soluciones financieras y no financieras, asesoría especializada, además de favorecer el *networking* entre empresas locales y de otros países. Se trata de una plataforma que fomenta la educación y el conocimiento, apoyando a las pymes a alcanzar sus objetivos en cada etapa de su negocio.

En el último ejercicio, más de 6.500 pymes se registraron en el portal y un total 188 empresarios -clientes o no clientes- participaron en los planes de formación de la Fundación BBVA Provincial, dictados por el Instituto de Estudios Superiores de Formación (IESA) como aliado académico para el desarrollo del programa.

Entre los participantes se seleccionaron los ocho mejores planes de negocio, propuestas que fueron presentadas ante un jurado experto que eligió a los tres ganadores de la edición 2016, en las categorías de innovación de negocios, innovación digital e impacto social, a los que BBVA Provincial otorgó un reconocimiento especial y condiciones preferenciales en la contratación de sus productos.

Apoyo a particulares con requerimientos especiales

Comercio exterior

En materia de liquidación de divisas por concepto de importaciones ante el Banco Central de Venezuela (BCV), la institución consolidó su liderazgo dentro del sistema financiero



venezolano, con una cuota de 26,43 % a cierre de diciembre de 2016. Facilitando la gestión de clientes pertenecientes a sectores prioritarios, tales como alimentos, salud, químicos y comercio.

Esta actividad está apalancada en servicios innovadores de primera línea y en el uso de medios de pago internacionales: cobranzas documentarias Aladi con letras avaladas y cartas de crédito Aladi y Sucre. Así como en las relaciones comerciales con los bancos del Grupo BBVA en Latinoamérica, ofreciendo una atención de máxima calidad a las empresas importadoras nacionales y a sus proveedores.

En cuanto al sector exportador, se brindó asesoría personalizada a las empresas locales en la aplicación de las regulaciones actuales y los sistemas establecidos para el registro y control de las exportaciones realizadas y liquidadas en Cencoex y BCV, reforzando sus conocimientos y procesos operativos. Adicionalmente, tanto para exportadores como importadores, el banco dio continuidad al Servicio Móvil Empresarial y el Servicio Training Móvil, potenciando las labores de adiestramiento y atención especializada.

También se establecieron procesos más sencillos y ágiles para el pago de los beneficiarios de pensiones, jubilaciones y ayudas económicas originadas en el extranjero. Además de emprender operativos de bancarización masiva de estos adultos mayores a través de la red de oficinas, facilitando la gestión de divisas en el mercado alternativo Simadi / Dicom y la disponibilidad en moneda local a corto plazo.

Actividades fiduciarias

El banco afianzó su liderazgo en la banca fiduciaria privada, impulsado por los Fideicomisos de Prestaciones Sociales. Este producto ofrece un manejo transparente y confiable de la garantía de prestación de antigüedad de los trabajadores, brindando a este segmento de la población múltiples beneficios, así como el acceso a una amplia variedad de canales para una sencilla y ágil gestión de sus finanzas. En 2016, se incorporaron 30.694 nuevos clientes fideicomitentes y constituyeron 66 nuevos planes fiduciarios, registrando un incremento de 83,59 % del patrimonio, con respecto al año anterior.

Productos y servicios responsables

Buscando facilitar el acceso a los servicios financieros y promover la bancarización de nuevos usuarios, el producto Nómina de BBVA Provincial ofrece al cliente una amplia variedad de canales para realizar sus transacciones, así como soluciones de financiamiento adaptadas a sus necesidades y beneficios adicionales, tales como asistencia médica laboral, seguro de accidentes personales y urgencias del hogar, entre otros. Para diciembre de 2016, un total de 838.268 clientes naturales gestionaban su nómina con este producto.

Inversión responsable

Financiamiento de proyectos

En el mercado de capitales y a través de su Casa de Bolsa, en 2016 el banco actuó como estructurador, agente de colocación, agente de pago, custodio y/o representante común en diversos títulos valores. Estructuró varias emisiones, entre estas, la de una empresa líder en el área de ingeniería y construcción y una compañía productora de envases, vidrio y tapas de plástico. Participó en la colocación de la emisión de una empresa transnacional dedicada al financiamiento para la adquisición de vehículos.

Además, la entidad fue representante común en la emisión de papeles comerciales de una importante institución del sector financiero. Como resultados al cierre del año, colocó Bs.1.150 millones en obligaciones quirografarias, 13 % del monto en circulación.

Criterios ambientales en productos y servicios

Además de la sencillez, agilidad, transparencia y seguridad que aportan las nuevas tecnologías a la gestión de las transacciones financieras, estas han permitido reducir su impacto en el medioambiente al prácticamente eliminar el uso de papel y disminuir la emisión de residuos contaminantes asociados a los traslados de los clientes y usuarios a las oficinas del banco. Por esta razón, la institución ha impulsado la migración de sus transacciones a los canales digitales y la creación de innovadoras soluciones apalancadas en la tecnología.

www.mispagosprovincial.com

Son diversos los productos y servicios que ofrece la institución bajo estas premisas, destacando entre ellos el canal de pagos: www.mispagosprovincial.com. Plataforma que permite a 369 empresas realizar sus procesos de recaudación y cobranzas en línea, contando con 466.286 personas registradas a cierre del año 2016. La evolución de este canal es constante, mostrando un crecimiento mensual de 9.500 usuarios, con una facturación de Bs. 3.778.467 M y un promedio de 764.634 transacciones. Un total de 24 sectores de la economía tienen presencia en este portal.

Workflow

Esta iniciativa tiene como principales objetivos la automatización de los procesos y la digitalización de los documentos asociados a la contratación de productos, optimizando la gestión en la red de oficinas y áreas centrales del banco. En 2016, se realizaron mejoras e incluyeron nuevas funcionalidades, logrando culminar el ejercicio con un total de 6.624.133 expedientes debidamente digitalizados en este sistema.

Entre las funcionalidades incorporadas, destaca la actualización de los documentos digitalizados, que permite modificar la documentación directamente en el aplicativo en función de los datos que corresponden a cada documento. Los nuevos productos en Workflow, fueron las cuentas de nómina electrónica y los créditos hipotecarios.

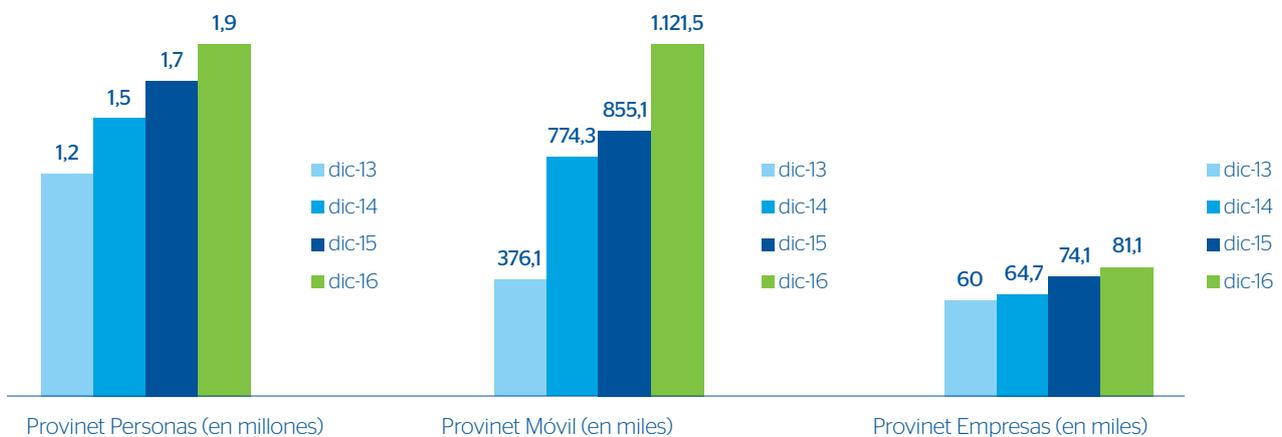
Banca digital

Proporcionar la mejor experiencia posible a los clientes e impulsar las ventas digitales, son dos de las líneas estratégicas de BBVA Provincial y que dan dirección a su proceso de transformación. Logrando a la fecha una exitosa evolución y el crecimiento de su banca digital, especialmente de los canales móviles, impulsando el negocio e impactando de forma favorable en la experiencia del usuario.

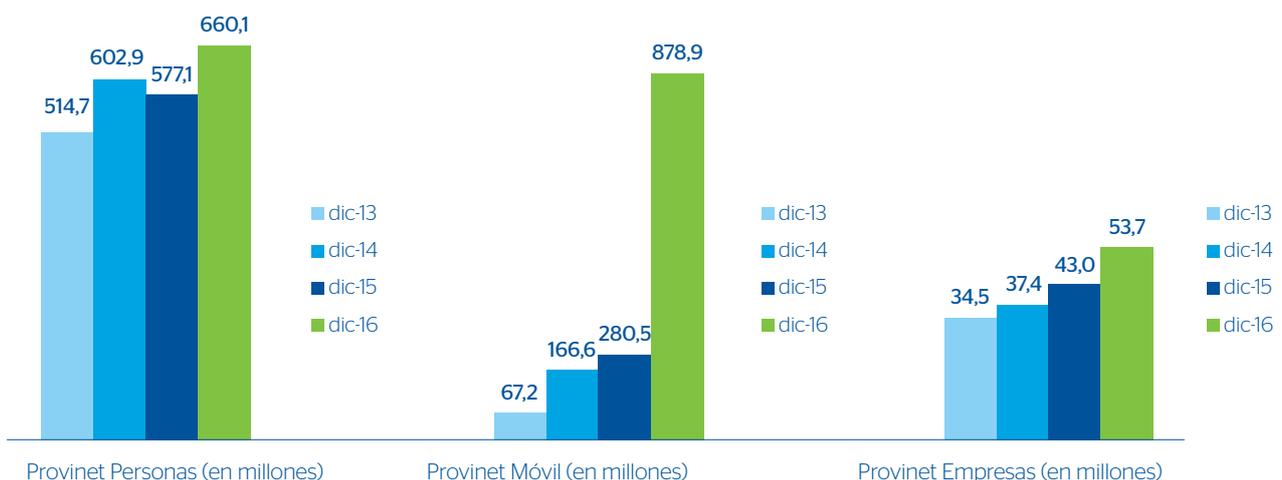
Los clientes exigen, cada vez más, acceder a sus finanzas en cualquier instante y lugar, por ello, el banco ha centrado sus mayores esfuerzos en la consolidación de su modelo de distribución multicanal, así como en la optimización y mejora de sus canales digitales en internet y móviles, ofreciendo mejores soluciones a los clientes y facilitando la realización de sus transacciones bancarias.

Para diciembre de 2016, el número de clientes de Provinet Personas en internet ascendió a más de 1.900.000 usuarios, siguiendo la tendencia de crecimiento de 200.000 nuevos usuarios por año. Destaca la progresión de clientes en Provinet Móvil, alcanzando la cifra de 1.121.500 personas registradas al cierre del ejercicio, versus los 855.100 usuarios de 2015, lo que representa un incremento de 31 % y muestra a los teléfonos inteligentes como los equipos tecnológicos de preferencia.

Crecimiento de clientes por canal



Crecimiento de operaciones por canal



En el caso de los clientes jurídicos, en el canal Provinet Empresas se observó una marcada evolución, con más de 81.000 usuarios para diciembre de 2016.

En lo que respecta a la venta digital, BBVA Provincial impulsó en este período la oferta de productos a través de Provinet Personas, obteniendo como resultado la contratación en línea de más de 147.000 productos, tales como tarjetas de crédito, préstamos al consumo y cuentas.

Gestión de quejas y reclamos

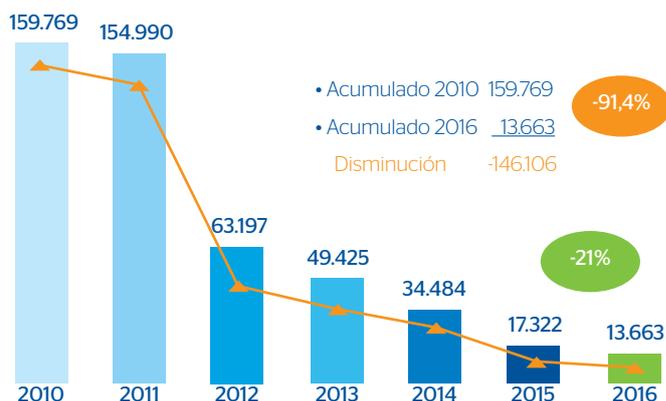
Para BBVA Provincial las reclamaciones y quejas de clientes son una valiosa fuente de información y punto de partida para mejorar los procesos, al permitir identificar las causas de origen de la disconformidad y la activación de planes de acción para solventarlos. Incidiendo en la disminución sistemática en el alta de reclamos y, a su vez, en mayores índices de calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Por esta razón, se dedican importantes esfuerzos en lograr una gestión eficiente y ágil en esta materia, apalancada en el uso de la tecnología y en la migración a los canales alternos, facilitando la comunicación con el cliente a través de un modelo multicanal que le brinda un soporte integral, logrando mayor rapidez en los procesos con asignaciones automáticas que permiten la resolución en línea (*Scoring*) y desde el ámbito de la entidad, sin requerir su traslado a los organismos reguladores.

La reducción del índice de reclamaciones ha sido una constante en los últimos años, impulsada por las acciones e iniciativas de calidad de servicio que lleva adelante la institución. De esta manera, a cierre del año 2016, se contabilizó el alta de 13.663 reclamos, un 21 % menos con respecto al ejercicio anterior, y durante nueve meses el promedio se mantuvo por debajo de 1.000 quejas recibidas, estableciendo como umbral más bajo 805 reclamaciones en un mes. En cuanto a su tipología, del total de reclamaciones 4.343 fueron por fraude y 9.320 por otros conceptos (no fraude).

Por séptimo año consecutivo, el banco alcanzó una disminución acumulada significativa de 146.106 altas de reclamos que representa un 91,41 % menos, pasando de 159.769 quejas (año 2010) a 13.663 reclamos (año 2016).

Alta reclamos anualizada



| Tipología de reclamos Fraude | | | |
|------------------------------|--------------|--------------|-------------|
| Tipo | Año 2015 | Año 2016 | Variación |
| Cuentas y cheques | 445 | 202 | -243 |
| Tarjeta de débito | 2.336 | 1.946 | -390 |
| Tarjeta de crédito | 2.152 | 1.124 | -1.028 |
| Transferencias | 259 | 1.071 | 812 |
| Sub-total fraude | 5.192 | 4.343 | -849 |

Alcance: BBVA Provincial

| Tipología de reclamos No Fraude | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Tipo | Año 2015 | Año 2016 | Variación |
| Retiros ATM's ajenos | 2.566 | 780 | -1.786 |
| Retiros ATM's propios | 2.756 | 1.434 | -1.322 |
| ATM's Multiexpress | 3.650 | 913 | -2.737 |
| Puntos de ventas - tarjetas de débito | 1.540 | 5.719 | 4.179 |
| Puntos de ventas - tarjetas de crédito | 455 | 223 | -232 |
| Control de cambiario | 299 | 0 | -299 |
| Otros (Intereses/ Comisiones) | 864 | 251 | -613 |
| Sub-total No Fraude | 12.130 | 9.320 | -2.810 |
| Total Fraude y No Fraude | 17.322 | 13.663 | -3.659 |

Alcance: BBVA Provincial

| Comparativo | Índice de reclamos (promedio mensual de operaciones y reclamos) | | | |
|-------------------------|---|-------------|-------------|---------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Opciones operativas mes | 40.975.465 | 66.934.078 | 51.603.806 | 66.390.892,00 |
| Reclamos promedio mes | 4.087 | 2.874 | 1.444 | 1.139 |
| Total Índice | 0,99 | 0,43 | 0,28 | 0,17 |

Alcance: BBVA Provincial

| Migración - Canal | Año 2015 | Porcentaje | Año 2016 | Porcentaje |
|-----------------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| Oficinas | 5.772 | 48% | 4.910 | 42% |
| Línea Provincial / Provinet | 6.254 | 52% | 6.661 | 58% |
| Totales | 12.026 | 100% | 11.571 | 100% |

Nota: no se incluyen los reclamos de depósitos no abonados en ATM's por ser atendidos en las oficinas a través de la resolución First Contac Resolution.
Alcance: BBVA Provincial

Zona Express

24 horas



Diversas acciones de mejora han permitido la concreción de estos resultados, entre ellas:

- Enfoque en el Plan DIR (directores), con mejoras en los cajeros multiexpress y recicladores para las operaciones de “dispensación, depósitos y otros servicios”, identificando nuevos códigos de errores comunes que permiten localizar fallas de origen, así como la ejecución de medidas de regularización y conciliación automática, sin necesidad que el cliente formule el reclamo y mitigando las diferencias contables.
- Mejoras en el proceso de conciliación de las transacciones fallidas en puntos de ventas (POS), a través Platco, Suiche 7B y Cirrus, permitiendo un reverso automático antes que el cliente formule el reclamo.
- Consolidación de las mesas de trabajo y los comités de reclamos, con la participación de todas las áreas involucradas en estos procesos, fortaleciendo las labores de seguimiento y ejecución de los planes de mejora.

Estas y otras mejoras realizadas a los procesos, han incidido en la disminución constante del índice de reclamos, logrando alcanzar en 2016 el umbral más bajo con un 0,17 reclamo por cada 10 mil operaciones, hecho que cobra mayor notoriedad por el marcado incremento en la volumetría de transacciones que realiza la institución, la cual aumentó en un 22 % con respecto al año 2015.

En cuanto a los canales utilizados por los clientes para la formulación de reclamos, en este ejercicio se evidenció un aumento de 6 % en la migración a los canales alternos (Línea Provincial y Provinet). Aún así, es relevante destacar que el proceso de migración se vio afectado por las altas de reclamos que se presentaron en la tipología de transferencias no reconocidas, al tener el cliente que acudir a la oficina para consignar la documentación requerida para su gestión.

Los tiempos de respuesta a las reclamaciones de los clientes, se mantuvo en el estándar promedio de cuatro días, tiempo muy por debajo de los 20 días estipulados por la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario de Venezuela (Sudeban) y la Defensoría del Cliente.

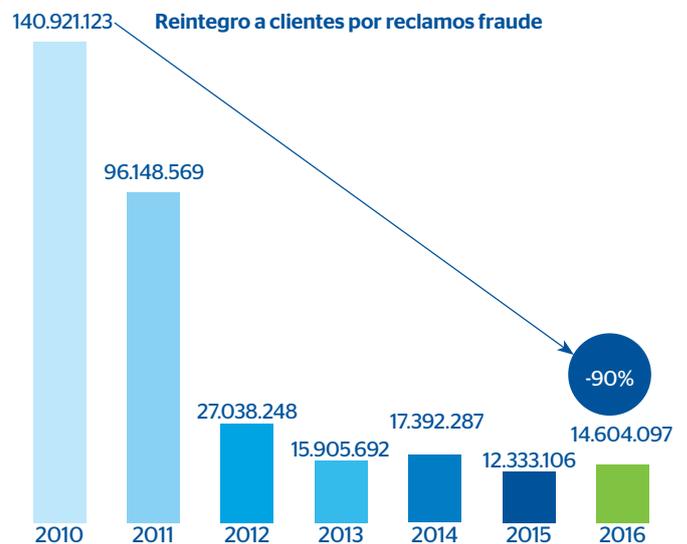
Del total de quejas gestionadas, se presentaron ante el Defensor del Cliente 599 reclamos (4,38 %) dictaminados como improcedentes en primer nivel, siendo reconsiderados en segundo nivel a favor de los clientes 52 reclamos (9 %). No se originaron pérdidas para la institución, dada las labores de recuperación de los fondos ante los bancos procesadores y franquicias. De esta manera, el banco cumple con la Resolución No. 063.15: Normas relativas a la protección de usuarios y usuarias de los servicios financieros de la Sudeban.

En este período, también se atendieron 712 oficios por denuncias provenientes de la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario y de diferentes organismos del Estado, brindando oportuna respuesta y cumpliendo con los plazos de tiempos definidos por cada ente.

Protección del cliente

Prevención del fraude

Una rigurosa política de control del riesgo de fraude, impulsada en mayor medida en estos últimos años, ha permitido su mitigación y la



constante reducción de los indicadores de gestión. Muestra de ello, para el cierre de 2016, el importe reintegrado a los clientes por concepto de fraude fue de Bs.14.604.097, cifra significativamente positiva al considerar el aumento registrado en el número de operaciones del banco, el volumen monetario y la inflación.

Tales logros son el resultado de la permanente revisión de los procesos operativos de gestión de fraude, así como la implementación de herramientas y aplicaciones informáticas que fortalecen las labores de control y mitigación de este riesgo, acciones que también impactan de forma favorable en la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

Formación en seguridad

Aunado al punto anterior, la consolidación de una cultura de prevención es otra de las fortalezas de la institución en materia de protección al cliente. Por ello, en 2016 se dio continuidad a la campaña interna ¡Sí, seguro!, enfocada en la mitigación de los riesgos tecnológicos y financieros, reforzando las buenas prácticas en la banca digital. Esta campaña contó con 40 piezas comunicacionales, dirigidas a los empleados como principales promotores de estas medidas de prevención entre la clientela y demás relacionados.

Adicionalmente, se emprendió una nueva campaña interna en el área de CiberSeguridad. Con 15 piezas comunicacionales orientadas a la seguridad de la información, en las cuales se revisaron los métodos de los ciberdelincuentes y recomendaciones sencillas para la prevención este tipo de fraude. También se brindaron consejos para el uso adecuado de herramientas tecnológicas, tales como Google +.

Seguridad física

En relación a la seguridad de la red de oficinas y resto de instalaciones, entre las iniciativas concretadas en este ejercicio,

destaca la puesta en marcha de un nuevo sistema de patrullajes intermitentes coordinados con los cuerpos policiales regionales, aumentando la seguridad en las oficinas y, en especial, de las Zonas Express ubicadas en áreas vulnerables. Además, 82 empleados de la red comercial en Aragua, Barinas y San Cristóbal, tuvieron la oportunidad de participar en la conferencia "Entorno de inseguridad en el país y medidas de autoprotección".

Continuidad de negocio

Los planes de continuidad garantizan la gestión de los procesos y las actividades críticas ante cualquier situación que, siendo muy poco frecuente, provoque un alto impacto en el servicio que presta la institución. De forma periódica, se realizan los Comités de Continuidad de BBVA Provincial para dar seguimiento a los ocho planes constituidos y aprobados en dicho ámbito, contando con la participación activa de las áreas clave del banco.

Entre las principales acciones emprendidas, está la inclusión de los planes en una nueva herramienta corporativa denominada SICON, que permite consolidarlos en una plataforma única, así como su actualización según requerimientos propios y las pruebas de simulación de crisis. También se realiza una revisión constante al Centro de Operaciones Alterno (COA), contando con una edificación adecuada y el equipamiento tecnológico necesario para dar continuidad a los servicios críticos en caso de contingencia.

En cuanto a la formación y la capacitación del personal en esta materia, en el Campus BBVA se mantienen los cursos *e-learning* de Continuidad de Negocio para los niveles básico, especializado y avanzado, dirigidos a los empleados de los servicios centrales y la red comercial.

Grupos de interés

El equipo

Un modelo de banca que cree que las personas son la base de su éxito.

En 2016, la vicepresidencia ejecutiva encargada de la gestión del recurso humano cambió su nombre a Talento y Cultura, reflejando en mayor medida su propósito, responsabilidades y prioridades. Impulsando de igual manera el proceso de transformación que lleva adelante la institución, sus objetivos son implantar una propuesta de valor diferencial para los empleados y fortalecer una cultura donde el cliente sea el centro de toda la actividad, garantizando la consecución de las seis líneas estratégicas de la empresa.

Para BBVA Provincial las personas son la base del éxito, por ello, busca promover entornos de trabajo que fomenten la participación de cada empleado, así como el diálogo y la comunicación, asegurando que se tienen en cuenta las mejores ideas. Logrando que cada uno de sus profesionales se sienta más comprometido en su función, consolidando una política de colaboración y transparencia, y acrecentando el orgullo de pertenencia.

Selección, formación y desarrollo

Empleo y selección

Otra novedad, fue la fusión y la reorganización funcional de dos áreas separadas como eran Selección y el Centro de Gestión, creando la nueva sub-unidad Centro de Gestión y Selección y la función del Gestor Integral de RRHH, cargo que tiene como responsabilidad brindar al empleado una relación más cercana con los diferentes departamentos de Talento y Cultura, haciendo más eficientes y ágiles los procedimientos internos.

Entre las iniciativas concretadas en 2016 en materia de selección, se llevó a cabo el Programa de Desarrollo de Nuevos Profesionales (DNP), plan de formación continuo dirigido a jóvenes recién graduados



Datos relevantes plantilla BBVA Provincial

| Empleados al 31 / 12 / 2016 | | | |
|-----------------------------|-------|-------|-------|
| Año | 2016 | 2015 | 2014 |
| Total | 4.888 | 5.233 | 5.363 |

Alcance: BBVA Provincial

| Altas Empleados | | | |
|-----------------|------|------|------|
| Año | 2016 | 2015 | 2014 |
| Total | 316 | 463 | 450 |

Alcance: BBVA Provincial

| Bajas Empleados | | | |
|-----------------|------|------|------|
| Año | 2016 | 2015 | 2014 |
| Total | 661 | 585 | 413 |

Alcance: BBVA Provincial

| Dimisiones Voluntarias de Plantilla (turn over)(%) | | | |
|--|------|------|------|
| Año | 2016 | 2015 | 2014 |
| % | 6,75 | 7,43 | 4,27 |

Alcance: BBVA Provincial

| Distribución de empleados por Región y Estado | | |
|---|------------------|-------|
| Región | Estado | Total |
| Región Guayana | Amazonas | 7 |
| Región Oriental | Anzoátegui | 149 |
| Región Los Llanos | Apure | 25 |
| Región Central | Aragua | 192 |
| Región Los Llanos | Barinas | 77 |
| Región Guayana | Bolívar | 159 |
| Región Central | Carabobo | 308 |
| Región Centro - Occidental | Cojedes | 14 |
| Región Capital | Distrito Capital | 1.833 |
| Región Centro - Occidental | Falcón | 75 |
| Región Los Llanos | Guarico | 59 |
| Región Centro - Occidental | Lara | 318 |
| Sucursal Exterior: Curazao | - | 11 |
| Región Los Andes | Mérida | 212 |
| Región Capital | Miranda | 661 |
| Región Oriental | Monagas | 41 |
| Región Insular | Nueva Esparta | 40 |
| Región Centro - Occidental | Portuguesa | 72 |
| Región Oriental | Sucre | 34 |
| Región Los Andes | Táchira | 142 |
| Región Los Andes | Trujillo | 69 |
| Región Capital | Vargas | 29 |
| Región Centro - Occidental | Yaracuy | 54 |
| Región del Zulia | Zulia | 307 |
| | Total general | 4.888 |

Alcance: BBVA Provincial

| Plantilla por Edad | | | | | | | | | | | |
|--------------------|------|-------|------|-------|-----|-------|------|-------|-----|-------|------|
| 2016 | | | | 2015 | | | | 2014 | | | |
| Media | <25 | 25-45 | >45 | Media | <25 | 25-45 | >45 | Media | <25 | 25-45 | >45 |
| 40,34 | 2,75 | 64,75 | 32,5 | 37,7 | 8,4 | 69,2 | 22,3 | 38,1 | 6,1 | 67,1 | 26,8 |

Alcance: BBVA Provincial

| Contratos por género (%) | 2016 | | | 2015 | | | 2014 | | |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | H | M | Total | H | M | Total | H | M | Total |
| Fijos o indefinidos tiempo completo | 34,17% | 65,61% | 99,77% | 34,48 | 64,93 | 99,41 | 34,27 | 64,09 | 98,36 |
| Temporales | 0,10% | 0,12% | 0,23% | 0,229 | 0,363 | 0,59 | 0,63 | 1,01 | 1,64 |

Leyenda: H= hombres y M=mujeres.
Alcance: BBVA Provincial

| Distribución funcional por género y categoría profesional (%) | 2016 | | 2015 | | 2014 | |
|---|--------|--------|-------|-------|-------|-------|
| | %H | %M | %H | %M | %H | %M |
| Total BBVA Provincial | 34,27% | 65,73% | 34,7 | 65,3 | 34,91 | 65,09 |
| Comité de dirección y directores corporativos (1) | 44,44% | 56,56% | 44,4 | 55,6 | 57,14 | 42,86 |
| Directivos | 52,27% | 47,73% | 53,65 | 46,34 | 54,55 | 45,45 |
| Mandos medios | 42,18% | 57,82% | 43,62 | 56,37 | 39,55 | 60,45 |
| Especialistas / Fuerza de ventas | 32,02% | 67,98% | 32,28 | 67,71 | 30,47 | 69,53 |
| Puestos base | 35,63% | 64,37% | 36,53 | 63,46 | 35,80 | 64,20 |

(1) En cuanto a la procedencia de los miembros del Comité de Dirección, 44 % son extranjeros y 56 % son locales.
Alcance: BBVA Provincial

en las carreras de Administración, Contaduría y Economía, los cuales al culminar los tres meses de adiestramiento en la empresa se incorporan como empleados fijos en las áreas de negocio y servicios centrales. En esta edición participaron 30 jóvenes profesionales, quienes ya son parte del talento de BBVA Provincial.

Nuevamente el banco estuvo presente en la feria de la Universidad Central de Venezuela, Expoempleo UCV, con la finalidad de ofrecer oportunidades de empleo y pasantías a los estudiantes de esta prestigiosa casa de estudios. Adicionalmente, fortaleciendo su alianza con esta universidad, la institución participó en el acto de entrega del Premio al Mérito Estudiantil UCV, brindando un merecido reconocimiento a jóvenes que se destacaron en diferentes ámbitos: rendimiento académico, investigación, deporte, cultura, emprendimiento y acción social voluntaria.

Formación y desarrollo profesional

El compromiso en este ámbito de actuación es hacer del profesional de BBVA Provincial el mejor en su función, poniendo a su disposición todas las herramientas y los conocimientos necesarios para ello, brindándole la oportunidad de crecer profesionalmente y lograr cada uno de sus objetivos. Enmarcados en este propósito, entre los avances y logros concretados en 2016, destacan:

- Incremento de los planes de autodesarrollo y especialización, con 153.851 horas de formación en línea y 68.849 horas en la modalidad presencial, con propuestas adaptadas a las necesidades del personal y de los equipos de trabajo, tales como:

- Programa de Desarrollo Directivo.
- Programa Líderes Integrales.
- Programa Corporativo de Liderazgo (local).
- Formación en prevención y control de legitimación de capitales y financiamiento del terrorismo.
- Programa Forma-t (red comercial).

| Formación | 2016 | 2015 | 2014 |
|---|--------|--------|--------|
| Inversión total en formación (en millones de Bs.) | 205,80 | 25,6 | 16,5 |
| Inversión en formación por empleados (en miles de Bs.) | 38,5 | 4,5 | 2,7 |
| Horas de formación por empleados | 15 | 17,6 | 18,8 |
| Satisfacción de la formación (sobre la base de 10) | 9 | 9 | 9,4 |
| Empleados participantes en programas de formación (%) | 97% | 93,51% | 93,74% |

Alcance: BBVA Provincial

| Canales de formación (%) | 2016 | 2015 | 2014 |
|-----------------------------|------|------|-------|
| Formación presencial | 31% | 28% | 49,7% |
| Formación e-learning | 69% | 72% | 50,3% |

Alcance: BBVA Provincial

Grupos de interés: El equipo



- Cursos para el desarrollo en disciplinas digitales e ingeniería (Engineering y Business Development)
- Mayor participación en la plataforma corporativa Language Center, con un total de 860 empleados activos en más de 985 módulos de los diferentes cursos y niveles. En este período, como resultado de campañas internas de motivación, 600 empleados realizaron las pruebas de nivelación para los cursos de inglés.
- Renovación y optimización de la plataforma Campus BBVA, con mayores funcionalidades y contenidos, ofreciendo una mejor experiencia de aprendizaje.

Principales programas de formación

Programa de Desarrollo Directivo

Objetivo: en esta ocasión se celebró la edición número 17 de este programa del Global Management de BBVA, orientado al desarrollo de las competencias de liderazgo, gerencia de proyectos y gestión del talento. Este programa es impartido por el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA). Participantes: 35 empleados, entre gerentes de oficina, responsables y directores de área.

Programa Corporativo de Liderazgo

Objetivo: esta formación complementa el Programa de Desarrollo Directivo, dirigida al fortalecimiento del liderazgo individual efectivo y las habilidades de *coaching*. Este programa lleva 11 ediciones y se organiza junto a la empresa Management Enterprises. Participantes: 34 empleados, entre gerentes de oficina, responsables y directores de área.

Programa Líderes Integrales

Objetivo: reforzar las habilidades que constituyen el liderazgo, para lograr equipos de trabajo más cohesionados y una gestión más eficiente en la red comercial. En 2016 se realizaron 15 ediciones de este programa, cuatro en Caracas y 11 en el interior



del país.

Participantes: 286 gerentes de administración de oficinas.

Programas para el desarrollo de disciplinas digitales e ingeniería

Objetivo: formación en herramientas de lenguaje de programación, desarrollo de aplicaciones, diseño de experiencia de usuario, lenguajes para estructurar y presentar contenidos web, Big Data, Data Mining y Marketing Digital & Redes Sociales. Se establecieron alianzas con proveedores locales, para desarrollar contenidos técnicos, específicamente: Java (básico y avanzado), Spring (básico y avanzado), UX (avanzado), HTML5 y CSS3. Participantes: 70 empleados de Engineering y Business Development.

Desarrollo de habilidades para la prevención en el sistema financiero

Objetivo: reforzar los conocimientos asociados a la prevención y administración de los riesgos de legitimación de capitales, financiamiento al terrorismo y otros delitos vinculados a la delincuencia organizada. Además de promover los contenidos y los valores del Código de Conducta de BBVA Provincial. Participantes: 6.036 personas entre los cursos presenciales y e-learning.

Programa Forma-t: Olimpiadas de Conocimiento

Objetivo: formación a distancia en las áreas de recursos humanos, nómina, riesgos y operaciones en taquilla, servicios jurídicos, NetCash, operaciones en ATC y educación financiera. Participantes: más de 3.600 empleados de la red minorista y banca de empresas.

Grab your coffee

Objetivo: esta iniciativa inició en 2016, con la finalidad de crear espacios amenos que permitan generar un debate grupal en torno a temas de interés, con sesiones de aproximadamente dos horas, compartiendo con compañeros de diferentes áreas. Participantes: 188 empleados.

Programa ¡Depende de ti!

Objetivo: se organizaron más de 17 actividades a nivel nacional, bajo esta la modalidad de autopostulación, orientadas al desarrollo de habilidades personales para la vida. Participantes: 537 empleados.

Diversidad y conciliación

Diversas iniciativas se llevan adelante con la intención de fomentar el sano esparcimiento y el compartir en familia, favoreciendo la conciliación entre los intereses personales y laborales del empleado. Para la institución es un objetivo de suma relevancia, por lo que cuenta con programas continuos en esta materia, como es "Pasión por las personas", incorporando cada año nuevas actividades. Entre las acciones emprendidas en 2016, tenemos:

- **7ma. Marea Azul:** se organizaron recorridos en Parques Nacionales de diferentes ciudades del país, con más de 480 participantes entre empleados y familiares.
- **10ma. Carrera - Caminata "Siembra valores y aprecia la vida":** en este evento deportivo participaron alrededor de 4.000 personas, entre empleados, familiares y clientes del banco.
- **Club de lectura BBVA Provincial "best team":** se dio inicio a esta iniciativa en 2016, con 275 empleados inscritos.
- **Concurso de canto "BBVA Provincial canta":** se celebró la primera edición de este concurso, con 97 empleados inscritos.
- **Concursos de fotografía "Me parezco a mi mamá" y "Me parezco a mi papá":** en honor a los padres en su día se organizaron por primera vez ambos concursos, sumando un total 212 participantes.
- **Trivias:** se llevaron a cabo trivias premiadas a nivel nacional, acerca de temas variados, contando con la participación de 1.260 empleados.
- **Feria y parrandas navideñas:** adicional a la tradicional Feria Navideña, se organizaron recorridos en todos los pisos del Centro Financiero Provincial al son de parrandas navideñas tradicionales.

En materia de diversidad de género, BBVA Provincial siempre ha promovido la igualdad de oportunidades, muestra de ello, es que más del 65 % de su talento está conformado por mujeres, así como el 56 % de su comité de dirección. El banco también orienta esfuerzos en la sensibilización de los empleados, impulsando la paternidad, la maternidad y el respeto a la diversidad. En este ejercicio, del total de la plantilla, 167 mujeres y dos hombres disfrutaron del permiso por maternidad, reincorporándose el 100 % de ellos al culminar el período establecido.

En el mes de noviembre de 2016 se aplicó la encuesta corporativa de satisfacción laboral, que a partir de este año se denomina Feedback Global del Empleado, contando con la participación del 89 % de la plantilla. A partir de los resultados y los hallazgos de este estudio, la vicepresidencia de Talento y Cultura diseñará planes de acción que promuevan en mayor medida la motivación, el orgullo de pertenencia y favorezcan el buen clima laboral en la empresa.

Compensación y remuneración

Los componentes de la retribución total del empleado corresponden a una compensación fija y otra variable, siendo el salario base de cada categoría profesional el mismo con independencia del género. La compensación variable, denominada bono DOR/AOR, es un incentivo que se otorga en base al cumplimiento de objetivos, desempeño y ética profesional, el cual aplica al 100 % del personal elegible. La retribución fija es revisada periódicamente, con la intención de mantener la competitividad dentro del sector y mejorar las condiciones económicas de los profesionales.

| Incremento salarial (%) | 2016 | 2015 | 2014 |
|-------------------------|-------|------|------|
| | 144,9 | 122 | 56 |

Alcance: BBVA Provincial
*Valores promedio

Adicionalmente, existen una amplia variedad de beneficios sociales que buscan favorecer la calidad de vida del colaborador y de su núcleo familiar, que en algunos casos obedecen a obligaciones legales, acuerdos contractuales e iniciativas unilaterales del banco. El detalle acerca de estos beneficios se presentan en la tabla Gestión de beneficios al empleado.

Es importante destacar que en 2016, se incorporaron una serie de mejoras en este portafolio de beneficios:

- Mejores condiciones en los créditos hipotecarios para remodelación, ya que ahora los empleados pueden solicitarlo solo un año después de su última solicitud.
- Incremento semestral del límite de tarjetas de crédito y disminución de la tasa de interés al 17 %.
- En el programa de financiamiento de bienes y servicios "Compra bien", el empleado ahora puede solicitar tres créditos de forma simultánea.
- Nuevo programa "Dinero útil", con el cual el empleado puede solicitar un crédito equivalente a seis veces su salario y con innovadoras modalidades de pago.

Gestión de beneficios al empleado BBVA Provincial

| Obligaciones legales | 2016 | 2015 | 2014 |
|------------------------------------|----------------------------|------------------------|----------------------|
| Beneficio | Inversión ejecutada en Bs. | | |
| Ticket Alimentación (Sodexo Pass) | 2.091.578.025,6 | 210.233.162,4 | 85.584.260,1 |
| Guardería | 35.239.205,5 | 16.628.820,2 | 10.021.984,5 |
| Bono Vacacional | 715.153.707,5 | 264.532.128,8 | 115.145.429,9 |
| Servicio de Salud y Riesgo Laboral | 75.365.216,6 | 20.272.598,4 | 10.900.793,9 |
| Seguridad Social ⁽¹⁾ | 2.677.977.702,6 | 1.015.647.959,6 | 507.334.060,6 |
| TOTAL INVERSIÓN | 5.595.313.857,7 | 1.527.314.669,5 | 728.986.529,0 |

(1) Incluye las contribuciones del SSO, nuevo regimen Prestaciones sociales sencillas, Nueva LOTT, INCES, Paro forzoso, Política habitacional.
Alcance: BBVA Provincial

| Acuerdos contractuales | 2016 | 2015 | 2014 |
|---|----------------------------|----------------------|----------------------|
| Beneficio | Inversión ejecutada en Bs. | | |
| Créditos hipotecarios | 262.822.921,5 | 178.644.281,1 | 121.969.725,9 |
| Créditos de vehículos | 6.759.443,0 | 6.870.393,3 | 15.421.194,5 |
| Compra Bien ⁽¹⁾ | 3.343.207.172,0 | - | - |
| Dinero Útil ⁽²⁾ | 1.231.728.517,0 | - | - |
| Becas para estudios ⁽³⁾ | 911.804,0 | 8.807,3 | 14.446,9 |
| Contribución funeraria | 512.250,0 | 503.000,0 | 434.600,0 |
| Póliza HCM | 941.851.434,4 | 186.989.587,2 | 101.579.533,2 |
| Seguros accidentales laborales ⁽⁴⁾ | 7.158.011,5 | 2.892.349,4 | - |
| Aporte caja de ahorros | 30.337.740,0 | 27.057.960,0 | 22.869.978,4 |
| Dotación de uniforme | 252.957.058,9 | 33.877.673,9 | 10.941.598,1 |
| Prima por bonificación de matrimonio | 30.800,0 | 49.800,0 | 61.840,0 |
| Subsidio familiar | - | - | - |
| Nacimientos ⁽⁵⁾ | 383.600,0 | 378.400,0 | 424.400,0 |
| Juguete navideño | 21.940.800,0 | 4.988.582,4 | 3.251.760,1 |
| Plan vacacional | 37.751.671,2 | 11.363.264,0 | 6.119.151,4 |
| TOTAL INVERSIÓN | 6.138.353.223,5 | 453.624.098,7 | 283.088.228,4 |

(1) y (2) Iniciativas reportadas a partir del año 2016.

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

(4) Cubre los casos de accidentes, incapacidad y fallecimiento laborales.

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

Alcance: BBVA Provincial

| Beneficios no contractuales | 2016 | 2015 | 2014 |
|-----------------------------|----------------------------|----------------------|---------------------|
| Beneficio | Inversión ejecutada en Bs. | | |
| Ayuda social | 343.000,0 | 52.718,3 | 62.231,0 |
| Subsidio comedor | 245.926.931,1 | 63.868.552,3 | 18.187.779,4 |
| Subsidio estacionamiento | 1.764.002,04 | 395.664,0 | 275.251,2 |
| Chequeo médico tutorial | 11.019.481,1 | 1.236.987,8 | 542.559,3 |
| Obsequio navideño | 94.770.000,0 | 33.391.140,2 | 11.375.209,7 |
| Libro infantil | (1) | 3.605.952,0 | 739.521,8 |
| Útiles escolares | 26.109.552,0 | 6.355.767,1 | 4.116.611,2 |
| TOTAL INVERSIÓN | 379.932.966,24 | 108.906.781,8 | 35.299.163,7 |

Alcance: BBVA Provincial

(1) En 2016 no se realizó el libro infantil.

Club Social y Deportivo Provincial

Los empleados y sus familiares también tienen a su disposición un complejo recreacional ubicado en la zona de Mampote, con amplias instalaciones para actividades deportivas y culturales. El Club Social y Deportivo Provincial representa un beneficio diferencial y único, además de contar a lo largo del año con una completa agenda de eventos y un servicio gratuito de transporte desde el Centro Financiero Provincial.

Entre las acciones e iniciativas concretadas en 2016, destacan:

Eventos deportivos:

- Prácticas semanales de voleibol mixto y fútbol sala.
- Torneo de Sóftbol "Copa Albis González" (138 empleados).
- Torneo de Sóftbol "Multi-empresarial" (12 empresas y 232 atletas).
- Copa de Fútbol Sala "Copa Navidad 2016" (110 empleados y 45 familiares).
- Prácticas de fútbol sala infantil (40 niños).
- Prácticas de natación infantil (45 niños).

Actividades recreativas:

- Mantenimiento de la piscina olímpica.
- Cumpleaños del mes, para los hijos de los empleados.
- Especiales de bachata, merengue y salsa.
- Bingos familiares.
- Inauguración del espacio infantil "Coque Spa".
- Celebración del Día de la Madre, Día del Padre y Día del Niño.
- Fiesta Navideña.

Condiciones laborales

Convención colectiva

En 2016 se suscribieron tres actas convenio con las organizaciones sindicales de BBVA Provincial. En el mes de junio, se acordó incrementar el aporte de la cláusula 28 del Contrato Colectivo, relativa a los útiles escolares para los hijos de los empleados, niños y jóvenes entre 6 y 17 años de edad. En la segunda acta, suscrita también en junio, se decidió mejorar lo contemplado en la cláusula 38 referente a los planes vacacionales, aumentando la aportación económica otorgada por cada hijo entre 4 y 17 años de edad. Por último, se suscribió otra acta en noviembre, aumentando el beneficio de juguetes para cada hijo no mayor de 12 años de edad, establecido en la cláusula 26 del Contrato Colectivo. El 100 % de los empleados se encuentran suscritos al Convenio Colectivo.

Libertad de asociación y representación sindical

En esta materia, el banco entiende que el diálogo y la conciliación son la mejor manera de solucionar conflictos y alcanzar consensos, de conformidad con las distintas regulaciones vigentes, premisa en la cual fundamenta su actuación. Respetando a cabalidad tales fundamentos y el derecho de los empleados a constituir libremente las organizaciones sindicales que estimen convenientes para la mejor defensa de sus intereses, así como afiliarse o no a ellas de conformidad con la Ley Orgánica del Trabajo, estando protegidos ante cualquier acto de discriminación o injerencia contrario al ejercicio de este derecho.

Comité de Disciplina Laboral

Entre las funciones de este comité está el garantizar el cumplimiento de los mayores estándares de integridad y ética en la gestión, promoviendo los valores del Código de Conducta de BBVA Provincial. Este órgano se reúne de forma periódica, concretando en 2016 un total de siete encuentros, en los cuales se evaluaron los riesgos en 27 centros relacionados con presunta corrupción o incumplimiento de normativas, lo cual equivale a 8,15 % del total de la red de oficinas.

En los casos de presuntas infidelidades, se acordó sancionar con medidas disciplinarias a los empleados involucrados y someter



| Expedientes disciplinarios | 2016 | 2015 | 2014 |
|-------------------------------|-----------|-----------|------------|
| Sobreseimientos | 3 | 1 | 8 |
| Sanciones | 27 | 27 | 169 |
| Despidos a causa de sanciones | 14 | 19 | 39 |
| TOTAL | 44 | 47 | 216 |

Alcance: BBVA Provincial

| Asuntos contenciosos | 2016 | 2015 | 2014 |
|---|------------|------------|------------|
| Actuaciones de los Órganos de la Administración de expedientes cerrados | 27 | 34 | 60 |
| Reclamaciones individuales | 29 | 43 | 52 |
| Conflictos Colectivos | 0 | 0 | 0 |
| Actuaciones de los Órganos de la Administración | 87 | 70 | 76 |
| Total de reclamaciones individuales más actuaciones de los organismos de la administración | 116 | 113 | 128 |

Alcance: BBVA Provincial

las casuísticas recurrentes a evaluación del Comité de Prevención del Fraude Interno, órgano multidisciplinario responsable de evaluar esta tipología de riesgos e impulsar los planes y los controles para su mitigación.

Entre los casos evaluados de prácticas laborales, uno de ellos fue sometido, para su resolución, ante los organismos competentes del Estado en esta materia. Por otra parte, no se registraron impactos de las prácticas laborales en la cadena de suministro, ni contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.

Seguridad y salud laboral

Durante el año 2016, BBVA Provincial emprendió distintos programas e iniciativas de promoción de la salud, con la finalidad de promover y potenciar la seguridad y la calidad de vida de los empleados. Asimismo, incrementó el número de gestiones preventivas con el objeto de mejorar las condiciones y el ambiente de trabajo.

| Tasa de Absentismo ⁽¹⁾ | 2016 | 2015 | 2014 |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|
| | 1,22% | 1,93% | 2,02% |

Alcance: BBVA Provincial

(1) Sin incorporar los reposos por maternidad.

Centro de Salud Integral

Este centro cuenta con un gimnasio y un servicio médico, ubicados en el Centro Financiero Provincial (CFP). A cierre del ejercicio, un total de 704 empleados estaban inscritos en el gimnasio y su servicio médico gestionó más de 4.031 consultas, en las siguientes especialidades:

- Consultas curativas (2.375 casos).
- Consultas ocupacionales (47 casos).
- Consultas nutricionales (338 empleados).
- Consulta por traumatología (212 empleados).
- Servicio de psicología (142 sesiones).
- Servicio de pausa activa y terapia ocupacional (754 sesiones).
- Servicio de fisioterapia (163 sesiones).

Jornadas preventivas de salud

Reforzando una cultura de prevención, se organizaron diversas actividades:

- Jornada de ecografía integral en el CFP (122 empleados).
- Jornada oftalmológica en la red de oficinas (933 empleados).
- Jornada oftalmológica en el CFP (383 empleados).
- Jornada ginecológica en el CFP (45 empleados).
- Jornada "Terapia del dolor" (60 empleados).
- Jornada "Tu nutricionista online" (50 empleados).

Evaluaciones periódicas

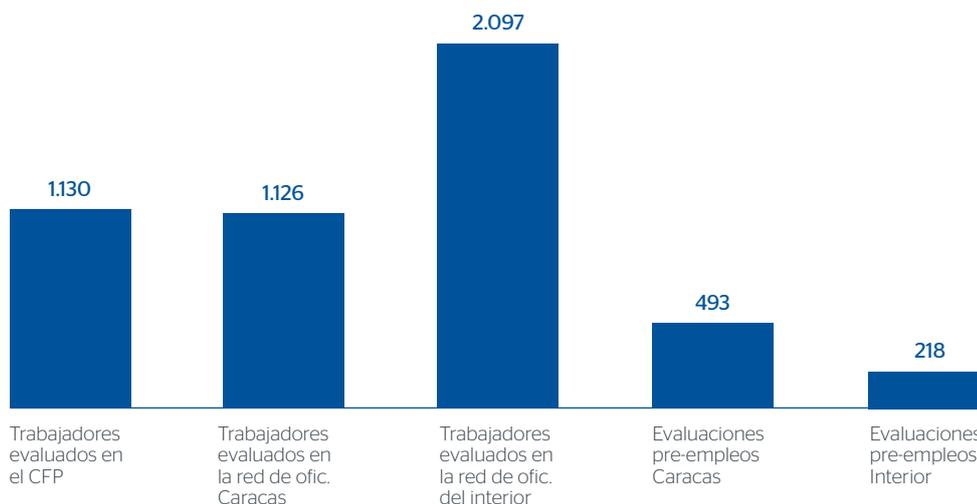
Los indicadores de gestión en esta materia, al cierre del ejercicio, fueron los siguientes:

- Evaluaciones médicas (4.353 empleados).
- Evaluaciones de pre-empleo (711 personas atendidas).
- Evaluaciones tutoriales (91 directores).

Accidentalidad

En este período, se registraron 66 accidentes laborales, correspondientes a 23 empleados del CFP y 43 empleados de la

Evaluaciones periódicas



red de oficina, todos declarados ante el Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales (Inpsasel) en los lapsos que rige la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. Un total de 37 accidentes, ocurrieron en el trayecto entre el domicilio del empleado y su centro de trabajo. Al distribuir el total de accidentes por género, fueron 47 mujeres y 19 hombres.

Bienestar y salud

La institución siguió impulsando campañas internas en seguridad laboral, prevención y promoción de la salud, haciendo llegar a los empleados 55 artículos en diferentes temáticas: Mantén buena postura durante tu jornada laboral, ¿Qué hacer en caso de un sismo?, Día mundial de la seguridad y salud en el trabajo, Higiene postural y cuadro de trabajo, Evita accidentes de trabajo, entre otros.

También se organizaron actividades de formación en 59 oficinas de la red comercial, orientadas a la capacitación del personal en materia de seguridad y salud laboral, además de evaluar los riesgos en los puestos de trabajo y brindar asesoría en el registro de los delegados de prevención, así como de los comités de seguridad y salud. En 2016, el banco recibió siete visitas por concepto de inspecciones por parte de Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales.

Personal con discapacidad

Para lograr la efectiva inserción de este personal, se inició un programa de charlas de sensibilización. Dos de ellas estaban dirigidas al equipo de Talento y Cultura, impartidas por el Consejo Nacional para las Personas con Discapacidad (Conapdis), organismo del Estado encargado de velar por el cumplimiento de la legislación esta materia, y por Buena Voluntad, ONG que prepara a personas con discapacidades para su incorporación al mundo laboral. También se dictó una charla a los supervisores del banco que tienen colaboradores con algún tipo de discapacidad.

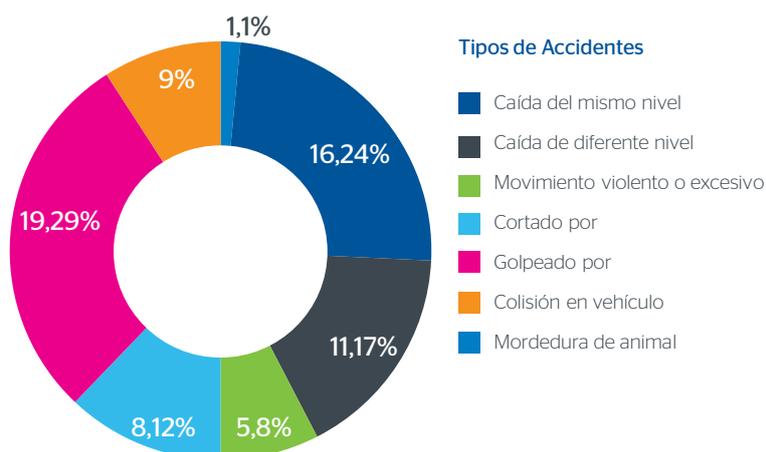
En relación a la adecuación de los espacios del Centro Financiero Provincial, se adaptaron los baños de los dos niveles del comedor. Y en la red de oficinas, se realizaron labores para acondicionar las áreas trabajo para este personal.

Voluntariado corporativo y social engagement

La política de voluntariado corporativo de BBVA Provincial, tiene como propósito facilitar las condiciones para que sus profesionales puedan realizar actividades de voluntariado y generar un impacto social positivo en las comunidades en donde tiene presencia. Acciones que fortalecen el modelo de banca responsable e impulsan programas sociales, medioambientales y en educación financiera.

En este ejercicio, 269 empleados participaron en estas actividades, contabilizando 814 horas dentro del horario laboral y 232 fuera de este horario, así como una inversión de Bs. 3.548.546 en este programa de voluntariado corporativo.

Accidentalidad



Voluntariado en labor social

Visitas a hospitales

Con el fin de aliviar el sufrimiento de niños y adolescentes hospitalizados, en alianza con Doctor Yaso - Payasos de Hospital, se organizaron dos visitas al Hospital JM de los Ríos en Caracas. Además, se capacitó a otros dos grupos de empleados, quienes visitaron el Hospital Pediátrico Agustín Zubillaga de Barquisimeto y el Hospital Doctor Luis Ortega de Margarita.

Número de voluntarios: 74 empleados.
Beneficiados: 482 pacientes.

Donación de juguetes

Para celebrar la época navideña, empleados de la región capital concretaron una donación de juguetes en el Hospital JM de los Ríos.

Número de voluntarios: 56 empleados.
Beneficiarios: 80 niños.

Voluntariado ambiental

Visita al Jardín Botánico

Voluntarios colaboraron en las labores de mantenimiento del Jardín Botánico de la Universidad Central de Venezuela, ayudando con el barrido de las hojarascas y limpieza del sendero "El ciclo de la vida", espacio de conservación y preservación declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco.

Número de voluntarios: 14 empleados.

EcoNavidad 2016

Promoviendo el trabajo en equipo y el uso consciente de materiales de desecho, en esta edición se crearon motivos navideños inspirados en San Nicolás y muñecos de nieve.

Número de voluntarios: 171 empleados (30 equipos).



Voluntariado en educación financiera

Adelante con tu futuro

En Caracas y Maracaibo, se llevaron a cabo tres actividades de formación comunitaria en finanzas personales. Cursos dirigidos a profesores, directores, personal administrativo y obrero, así como a padres y representantes, de las escuelas de la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) que forman parte del programa Becas de Integración de la Fundación BBVA Provincial.

Número de voluntarios: 21 empleados.
Beneficiarios: 268 personas.

Otras iniciativas

El Club Social y Deportivo Provincial permitió el uso de sus instalaciones y zonas recreativas a diferentes organizaciones sociales, actividades que contaron con la participación de 25 empleados voluntarios, contabilizando 240 horas dentro del

horario laboral y una contribución en especie de aproximadamente Bs. 704.790. Entre estas acciones:

Proyecto socio-educativo Victoria Diez

Beneficiarios: 43 niños.

Fundación Manos Sin Fronteras

Beneficiarios: 42 niños y jóvenes discapacitados y 62 adultos.

Alcaldía del Municipio Ambrosio Plaza

Beneficiarios: 30 adultos mayores.

Fundación Somos el pueblo de Dios

Beneficiarios: 100 niños y más de 50 adultos.

Instituto de Educación Especial San Judas Tadeo

Beneficiarios: 28 niños y tres representantes.

Instituto Autónomo Cuerpo de Bomberos de Miranda

Beneficiarios: 15 niños y 37 representantes de la escuela de béisbol infantil.

Grupos de interés

Sociedad

Una banca que promueve la cultura del compromiso social y valores compartidos.

Impacto social

Para BBVA Provincial el crecimiento del negocio siempre debe estar vinculado al progreso y bienestar social, por lo que integra en su visión de negocio aspectos relacionados a las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas y sobre derechos humanos. Asumiendo el compromiso de apoyar el desarrollo de la sociedad a través de su actividad financiera y de sus programas de responsabilidad corporativa, con foco en la educación y el conocimiento.

Realizar su actividad pensando en las personas, es una premisa clave de la empresa. Enfocada en ofrecer los mejores productos y soluciones adaptadas a las necesidades de los clientes y su entorno, promoviendo la inclusión y el acceso responsable a los servicios bancarios, así como

la toma de decisiones informadas, mediante una comunicación transparente, clara y responsable (TCR) y la educación financiera.

Su propósito es poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era, ayudando a las personas a que alcancen sus objetivos y hagan realidad sus sueños. Un planteamiento diferencial que impulsa su modelo de banca responsable, basado en una rentabilidad ajustada a principios, que busca generar valor a largo plazo para todos sus grupos de interés.

De esta manera, al evaluar el balance social de la institución, tenemos que este se ve claramente reflejado en los impactos derivados de su actuación e interacción con los clientes, empleados, accionistas, proveedores, entes reguladores y la sociedad en general; logrando al cierre de 2016 los siguientes resultados:

- Contribución al desarrollo de las sociedades, a través de la financiación y apoyo al tejido productivo.



24.950

pymes financiadas

2015: 20.342 / 2014: 17.364

16.325

microcréditos otorgados

2015: 19.389 / 2014: 20.266

- Creación de empleo, tanto directamente vía nuevas contrataciones o a través de iniciativas de apoyo a la creación de empleo.



316

empleados dados de alta

2015: 463 / 2014: 450

2,75 %

ingresos menores de 25 años

2015: 8,4 % / 2014: 6,1 %

- Generación de riqueza de los grupos de interés derivada de la distribución de dividendos a los accionistas, el pago a proveedores, los salarios percibidos por empleados, los impuestos pagados y devengados.



858

proveedores de BBVA Provincial

2015: 821 / 2014: 988

Bs. 81.151.717.551

Contribución Fiscal

2015: Bs. 8.730.179.198 /
2014: Bs. 3.966.429.395

- Aportación a la sociedad mediante la inversión directa en programas sociales que benefician a diferentes colectivos, con foco en la educación.

1%

beneficio atribuido después de impuestos dedicado a programas sociales

2015 / 2014: 1%

Bs. 171.515.453,49

invertidos en programas sociales

2015: Bs. 127.592.378,05 /
2014: Bs. 91.290.699,93

14.710

beneficiarios directos por programas de educación para la sociedad

2015: 19.888 / 2014: 19.507

6.031

participantes en programas de educación financiera y para los negocios

2015: 5.412 / 2014: 5.192

Contribución fiscal

| Contribución fiscal global (Bs. históricos) | 2016 | 2015 | 2014 |
|---|-----------------------|----------------------|----------------------|
| Impuestos propios de BBVA Provincial | 21.420.491.824 | 3.509.447.693 | 1.873.408.637 |
| Impuestos de terceros de BBVA Provincial | 59.731.225.727 | 5.220.731.505 | 2.093.020.758 |
| Total contribución fiscal | 81.151.717.551 | 8.730.179.198 | 3.966.429.395 |

Alcance: BBVA Provincial

*Bs. históricos: hace referencia a bolívares completos, es decir, no re-expresados.

Valor económico

| Valor Económico Añadido | | | | | |
|-------------------------|--|-----|--------------------|-------------------|-------------------|
| (Miles de Bs.) | | | 2016 | 2015 | 2014 |
| Accionistas | Dividendos | (1) | - | - | 3.420.461 |
| Empleados | Gastos de personal | (2) | 17.303.684 | 5.397.867 | 2.579.385 |
| Clientes | Intereses y cargas asimiladas | (3) | 85.335.827 | 34.968.923 | 16.183.282 |
| Proveedores | Otros gastos generales de administración | (4) | 27.845.837 | 6.975.372 | 2.735.562 |
| Sociedad | Impuesto sobre beneficios | (5) | 20.704.185 | 8.980.983 | 656.745 |
| | Contribuciones a la comunidad: recursos destinados | (6) | 171.515 | 127.592 | 91.291 |
| | Creación de Valor Directo Tangible | | 151.361.049 | 56.450.737 | 25.666.725 |

Fuente: Balance de Gestión Diciembre 2016

(1) Dividendos pagados durante el año. Movimiento de Patrimonio

(2) Total Gastos de Personal, Balance de Gestión

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

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

(5) Impuestos Sociedades

(6) Información suministrada directamente por la Unidad de Comunicación y Responsabilidad Corporativa

| Valor económico generado y distribuido | | | | | |
|---|------|--|--------------------|-------------------|-------------------|
| (Miles de Bs.) | | | 2016 | 2015 | 2014 |
| Valor económico generado (VEG) | | | 126.738.945 | 47.827.364 | 23.419.013 |
| Margen de intermediación | (1) | | 119.071.581 | 45.241.787 | 22.097.059 |
| Comisiones netas | (2) | | 18.029.940 | 6.398.221 | 3.578.891 |
| Actividad seguros | (3) | | 183.927 | 156.508 | 175.447 |
| Otros ingresos ordinarios | (4) | | -1.528.162 | 379.039 | 227.687 |
| Otras ganancias y pérdidas netas | (5) | | -9.018.342 | -4.348.190 | -2.660.071 |
| Valor económico distribuido (VED) | | | 73.627.601 | 26.347.277 | 11.182.291 |
| Accionistas: Dividendos | (6) | | - | - | 3.420.461 |
| Resultado atribuido a la minoría | (7) | | - | - | - |
| Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios) | (8) | | 27.845.837 | 6.975.372 | 2.735.562 |
| Sociedad: Impuestos | (9) | | 28.306.565 | 13.846.446 | 2.355.593 |
| Recursos destinados por el Banco y su Fundación en apoyo a la comunidad | (10) | | 171.515 | 127.592 | 91.291 |
| Empleados: Gastos de personal | | | 17.303.684 | 5.397.867 | 2.579.385 |
| Valor económico retenido (VER=VEG-VED) | | | 53.111.343 | 21.480.087 | 12.236.722 |
| Provisiones y amortizaciones | (11) | | 18.526.234 | 6.240.054 | 2.984.441 |
| Reservas | (12) | | 34.585.109 | 15.240.033 | 9.252.281 |

(1) Margen Financiero

(2) Ingresos por Servicios.

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

(4) Otras Operaciones Financieras, diferencias en cambio y enajenaciones.

(5) Resultados Extraordinarios (Ingresos y Gastos excluyendo el saldo por participación patrimonial en Seguros, enajenaciones)

(6) Dividendos pagados durante el año. Movimiento de Patrimonio

(7) Intereses Minoritarios.

(8) Gastos Generales (excluyendo donativos o liberalidades y contribuciones e impuestos)

(9) Impuesto Sobre la Renta registrado en resultados. Más las dotaciones de ley por Ley del Deporte, Losep, Locti, Comunas y Programa Social Corporativo; + Contribuciones e impuestos

(10) Información suministrada directamente por la Unidad de Comunicación y Responsabilidad Corporativa

(11) Saneamiento crediticio, amortizaciones inmovilizado y otras dotaciones. (las dotaciones excluyen gastos por Ley del Deporte, Losep, Comunas y Locti). Otras pérdidas por deterioros de activos

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



Inversión en programas sociales

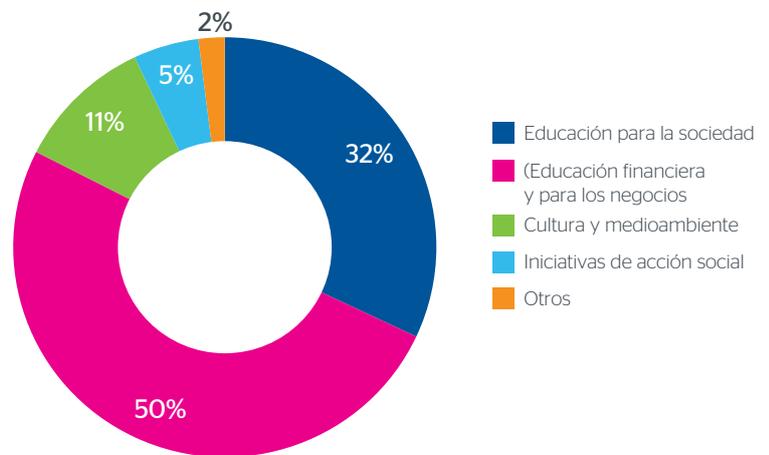
La inversión social de BBVA Provincial corresponde al 1% del beneficio neto obtenido por la entidad en su ejercicio anterior, aportación voluntaria gestionada por la Fundación BBVA Provincial y que en 2016 fue de Bs. 171.515.453,49. Recursos administrados con prudencia, integridad y total transparencia, fundamentalmente destinados a la ejecución de programas que promueven la educación como principal motor del cambio y el progreso social.

Becas de Integración, Papagayo, Emprendimiento, Educación Financiera y Formación para Pymes, concentraron el 82 % de la inversión social en este ejercicio. Programas propios de la

| Inversión social de BBVA Provincial | | | |
|--|----------------------------|-----------------------|----------------------|
| Área de actuación | Aportación monetaria (Bs.) | | |
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Educación para la sociedad | 54.884.940,00 | 44.657.332,32 | 28.300.117,29 |
| Educación financiera y para los negocios | 86.615.295,93 | 60.606.379,57 | 46.558.257,47 |
| Cultura y medioambiente | 18.009.120,94 | 13.397.199,70 | 10.041.977,10 |
| Iniciativas de acción social | 8.575.771,87 | 6.379.618,90 | 4.564.535,05 |
| Otros | 3.430.308,75 | 2.551.847,56 | 1.825.814,02 |
| Total inversión social | 171.515.453,49 | 127.592.378,05 | 91.290.699,93 |

Alcance: BBVA Provincial

Inversión en programas sociales por prioridades estratégicas



Fundación, que cada año benefician a un mayor número de personas y consolidan la labor social de la institución. Adicionalmente, a través de alianzas estratégicas, también se dirigieron recursos a proyectos e iniciativas de alto impacto social desarrollados por organizaciones de reconocida trayectoria en el país.

Educación financiera

El banco lleva adelante diversas iniciativas orientadas a la divulgación del conocimiento y el desarrollo de habilidades para el óptimo manejo de las finanzas, promoviendo la toma de decisiones razonadas y buscando impactar de forma positiva en las vidas de las personas. Un propósito que se ha transformado en una propuesta de valor diferencial y que impulsa el modelo de negocio responsable de BBVA Provincial.

Estas actividades son coordinadas desde la Fundación BBVA Provincial y segmentadas según el colectivo al que estén

dirigidas, ya sean niños y jóvenes, adultos y familias, así como emprendedores y pymes. Además de aplicar diferentes metodologías y plataformas, pero siempre con un mismo fin que es fomentar la educación financiera.

Entre todas las acciones e iniciativas concretadas en 2016, se impartieron 91 cursos y un total de 2.988 horas de formación en el correcto manejo de las finanzas. Logrando, en estos últimos cinco años, beneficiar cerca de 18.000 personas.

Educación financiera para niños y jóvenes

Adicional al portal “adelante con tu futuro” en www.fundacionbbvaprovincial.com, en donde el público puede acceder a una sección especialmente diseñada para que los niños y los adolescentes puedan aprender los aspectos básicos relativos al ahorro y al manejo del dinero, con juegos didácticos para ellos o con sencillos consejos para los padres, también se realizaron actividades de formación con dos importantes universidades del país.

Como parte de la Cátedra de Emprendimiento Fundación BBVA Provincial que se mantiene con la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), se organizaron talleres de formación en educación financiera para niños y jóvenes, entre 7 y 18 años de edad, brindándoles un primer acercamiento a temas relacionados a las finanzas personales, además de fomentar un pensamiento crítico con respecto a los elementos económicos que les rodean y el impacto en sus vidas.

Asimismo, la Fundación presentó el nuevo curso en línea “Educación financiera para jóvenes”, dirigido a personas entre 18 y 26 años de edad, con cuatro módulos teórico - prácticos relacionados al valor del dinero en el tiempo, el consumo inteligente, el manejo de tarjetas de crédito y préstamos. Este curso contempla un promedio de ocho horas académicas y el participante recibe una certificación de la Universidad Metropolitana (Unimet), *partner* educativo de esta iniciativa. También disponible en www.fundacionbbvaprovincial.com.

Al finalizar el ejercicio y al sumar los resultados de todas estas actividades, se impartieron un total de 2.264 horas de formación y se contó con la participación de 980 niños, adolescentes y jóvenes.

Educación financiera para adultos

Como parte del programa de voluntariado corporativo de BBVA Provincial, en las ciudades de Maracaibo y Caracas, un grupo de empleados de la institución dictaron talleres de formación comunitaria en finanzas personales. Estos talleres estuvieron dirigidos a representantes y al personal de los colegios de la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) que forman parte del programa Becas de Integración, capacitando a 268 personas.

Asimismo, en alianza con la Universidad Católica Andrés Bello se impartió el programa “Finanzas para todos”, el cual busca brindarles educación financiera a los miembros de las comunidades más desfavorecidas, en alianzas con instituciones privadas y públicas, colegios, alcaldías, entre otros. Con esta iniciativa se logró la capacitación de 168 personas.

En el marco del programa interno Forma-t, en septiembre de 2016, se impartió a los empleados del banco el módulo “El

crédito en economías inflacionarias para personas naturales y jurídicas”, con conocimientos y herramientas clave en torno a esta temática, buscando incidir en la calidad de atención y en mejores soluciones a ofrecer a los clientes.

De igual manera, se siguió promocionando el portal web “adelante con tu futuro” y los contenidos disponibles en sus diferentes secciones, brindando los conocimientos necesarios para una correcta planificación financiera en cada etapa de la vida, tanto para adultos, familias y personas de la tercera edad.

Educación financiera para los negocios

Formación para Pymes

Con una nueva edición de “Camino al éxito”, se continuó impulsando la capacitación de los pequeños y medianos empresarios del país, buscando promover el crecimiento y el desarrollo de sus proyectos. Entre todas las inscripciones recibidas en la plataforma, 188 representantes de pymes tuvieron la oportunidad de recibir la formación en el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), con el apoyo y la coordinación de la Fundación BBVA Provincial.

Los participantes acumularon un total de 396 horas académicas, además de complementar sus conocimientos con los cursos en línea en www.caminoalexito.com. Una vez culminada la fase de formación, se seleccionaron los ocho mejores proyectos de negocio en base a su factibilidad, plan de crecimiento y la evaluación otorgada por el IESA. Entre estas propuestas, se escogieron las tres pymes ganadoras en las categorías innovación digital, innovación del negocio e impacto social.

Emprendimiento Social

Desde el año 2012, se lleva adelante la Cátedra de Emprendimiento Fundación BBVA Provincial en convenio con la Universidad Católica Andrés Bello, con el objetivo de fomentar el conocimiento en temas financieros y de emprendimiento en personas dispuestas a crear microempresas y negocios organizados en comunidades populares, incorporando como facilitadores a estudiantes del último año de la Escuela de Economía de esta casa de estudios.

Tanto los talleres para emprendedores comunitarios como las charlas de educación financiera para niños y jóvenes, forman parte del convenio suscrito con la UCAB y que fue renovado en 2016. Al cierre de este año, entre ambas actividades se contó con la participación de más de 1.700 personas e impartieron 2.496 horas de formación. Una iniciativa que desde su puesta en marcha, ha logrado beneficiar a 6.000 personas de zonas populares.

| Beneficiarios de los programas de Educación Financiera | | | |
|--|-------|-------|-------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Número de participantes en los programas de educación financiera | 6.031 | 5.412 | 5.192 |

Alcance: BBVA Provincial

Campaña “Juntos construimos un gran país”

En octubre de 2016, la Fundación BBVA Provincial presentó una nueva campaña para medios de comunicación y redes sociales, bajo el lema “Juntos construimos un gran país”, promoviendo en mayor medida los objetivos de sus programas Formación para Pymes, Educación Financiera y de Emprendimiento Social. Aumentando el alcance y el impacto de esta acción, se participó en programas de radio a nivel nacional con 2.868 cápsulas informativas que facilitaban a los oyentes sencillos consejos para un óptimo y mejor manejo de sus finanzas personales.

Conocimiento, ciencia y cultura

La Fundación BBVA Fundación promueve la educación y la cultura como motores del cambio y el progreso social, a través de programas con una reconocida y sólida trayectoria que fomentan la integración y la formación en valores, primordialmente entre los niños y los jóvenes venezolanos. Programas que en 2016 contaron con la participación de 14.710 personas, como beneficiarios directos de estas iniciativas.

Adicionalmente, conscientes que la sinergia entre ciencia e innovación ocupa un papel relevante en la configuración de entornos colaborativos y en un mayor desarrollo de las sociedades, también se cuenta con un programa corporativo orientado en esta materia, impulsado desde los diferentes países y filiales del Grupo BBVA.

Educación para la sociedad

Programa Becas de Integración

Desde el año 2007, este programa incentiva la permanencia de jóvenes en el sistema educativo y favorece su inserción social, brindando cada año 4.500 becas a estudiantes de bachillerato que cursan sus estudios en 100 colegios de la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) y Fe y Alegría,

ubicados en zonas de escasos recursos y distribuidos en todo el territorio nacional.

Esta ayuda económica está dirigida al pago de la matrícula de inscripción, seguro escolar y mensualidades del colegio. La selección de los beneficiarios se realiza en base a su desempeño académico y un estudio socioeconómico familiar, asegurando el apoyo a aquellas familias que más lo necesitan. A la fecha, se han otorgado un total de 40.700 becas educativas, con una inversión social acumulada de Bs. 138.602 millones.

También promoviendo la formación en valores, los jóvenes beneficiarios, sus familiares y el personal de los colegios participantes, tienen a su disposición la publicación digital “Valores y habilidades para tu vida”, al cual pueden acceder a través de www.fundacionbbvaprovincial.com.

Programa Papagayo

Este programa se desarrolla desde 1998, con el propósito de promover en las aulas la formación en valores, la lectura y la escritura creativa. En la actualidad, está dirigido a docentes y estudiantes de 4to., 5to. y 6to. grado de Educación Primaria de escuelas públicas y subsidiadas por la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) y Fe y Alegría.

En enero de 2016 se realizó la décimo octava convocatoria al Concurso Papagayo, logrando la participación de 8.822 estudiantes y el registro de 277 docentes en las actividades de formación en línea, provenientes de 22 estados del país y tanto de los colegios de la AVEC y Fe y Alegría (62 %), así como públicos (38 %).

En octubre, se inició la inscripción para la décimo novena edición, incorporando una serie de cambios y mejoras, como fue la ampliación de su cobertura a docentes de 4to. grado de Educación Primaria y el adelanto del período de registro, dando mayor tiempo para el desarrollo de las actividades en clase y su incorporación al inicio del año escolar como proyecto general en las aulas. Cerca de 400 docentes se matricularon en todo el país.

A lo largo de sus 19 ediciones, a través de la didáctica Papagayo se ha impulsado un proceso formativo-reflexivo y un esquema alternativo para la educación en valores, logrando beneficiar de



| Beneficiarios de los programas de educación para la sociedad y cultura de la Fundación BBVA Provincial | 2016 | | 2015 | | 2014 | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | Directos | Indirectos | Directos | Indirectos | Directos | Indirectos |
| Programa Becas de Integración | 4.500 | 22.500 | 4.500 | 22.500 | 4.500 | 22.500 |
| Programa Papagayo | 9.099 | 45.495 | 8.184 | 40.920 | 6.784 | 33.920 |
| Ruta BBVA | 11 | n.a | 11 | n.a | 9 | n.a |
| Programa Editorial | (1) | (1) | 5.000 | 25.000 | 5.914 | 29.570 |
| Programa Expositivo | 1.100 | n.a | 2.193 | n.a | 2.300 | n.a |
| Total | 14.710 | 67.995 | 19.888 | 88.420 | 19.507 | 85.990 |

n.a = no aplica

n.d = no disponible

(1) No se realizó publicación editorial en 2016

Nota: Beneficiarios indirectos calculados de acuerdo al número promedio de integrantes de la familia venezolana, corresponde a cinco personas, según el Instituto Nacional de Estadística (INE). Alcance: BBVA Provincial

forma directa a 95.323 personas, entre estudiantes y docentes, además de tener un impacto favorable en el resto de la comunidad educativa y la sociedad venezolana.

Ruta BBVA

Combinando la educación en valores, el intercambio cultural, la formación en emprendimiento social y la aventura, Ruta BBVA celebró en 2016 su última expedición, en la que 182 jóvenes de 17 países de Iberoamérica recorrieron México y España. La delegación de Venezuela estuvo integrada por once expedicionarios, ocho ganadores del concurso externo organizado por la Fundación BBVA Provincial y tres hijos de empleados del banco seleccionados en un concurso interno coordinado por BBVA.

Más de 100.000 estudiantes han participado en este programa, declarado de interés universal por la Unesco, el cual fue patrocinado por el Grupo BBVA durante 30 ediciones, brindando a jóvenes la oportunidad de viajar y descubrir las dimensiones humanas, geográficas, sociales e históricas de otras culturas.

Cultura e iniciativas de acción social

Programa expositivo

Celebrando la clausura de su programa expositivo y en el marco de la conmemoración por el IV centenario de la muerte de Miguel de Cervantes, junto a la Oficina Cultural de la Embajada de España en Venezuela, la Fundación BBVA Provincial presentó en sus espacios culturales la exhibición "Miguel EN Cervantes. El retablo de las maravillas", mostrando a través de la escritura y el diseño gráfico el apasionante personaje que fue este artista.

"Miguel EN Cervantes. El retablo de las maravillas" es una muestra itinerante que inició en Madrid y luego recorrió diferentes ciudades, entre ellas, Lyon, Nápoles y Túnez. Para la Fundación BBVA Provincial, fue su tercera exposición sobre la figura y obra de Cervantes, precedida por "El Quijote Hispanoamericano" (1998) y "El Quijote en Venezuela" (2005).

Como parte de la programación de esta exposición, se organizaron cuatro actividades complementarias y la muestra también fue reproducida en la planta baja del Centro Financiero Provincial. Ya en el segundo semestre, esta exhibición se trasladó a los espacios del Hotel Tamanaco Intercontinental, en Caracas.

En el mes de noviembre, el Capítulo Venezuela de la Asociación Internacional de Críticos de Arte (AICA) otorgó un

reconocimiento especial a la Fundación BBVA Provincial por su exposición "El arte de escribir sobre Arte", realizada en el año 2015 en honor a la reconocida historiadora y crítico de arte venezolana Bélgica Rodríguez, bajo la curaduría de Mariela Provenzali.

Entre 1998 y 2016, la Fundación BBVA Provincial llevó adelante su programa expositivo de forma ininterrumpida y albergó en los espacios culturales de su sede en La Castellana más de 40 exhibiciones, con la misión de promocionar y divulgar el trabajo y obra de diversas tendencias artísticas, grupos e individualidades.

Iniciativas de acción social

A través de su programa de patrocinios y donaciones, la Fundación BBVA Provincial apoya diversas iniciativas y proyectos de alto impacto social, mediante alianzas estratégicas con organizaciones e instituciones de reconocida trayectoria en el país. En 2016, destinó la cantidad de Bs. 3.898.325,88 a donaciones en las áreas de educación, acción social y salud.

Educación

- Concurso de Literatura 2016 de la Fundación Universidad Pedagógica Experimental Libertador (Fundaupe).
- Programa de Becas Educativas de la Fundación Académica José Abdalá de la Universidad Metropolitana.
- Biblioteca Escuela de Enfermería de la Universidad Central de Venezuela, Ciudad de las Artes Sebuacán.

Acción social

- Aldeas Infantiles SOS Venezuela. • Hogar Bambi Venezuela.
- Instituto Autónomo Municipal de Deportes y Recreación del Municipio Sucre.

Salud

- Asociación de Padres y Amigos de Niños Excepcionales (Avepane).
- Asociación Venezolana de la Espina Bífida.
- Banco de Sillas de Ruedas (Bandesir).
- Cardioamigos.
- Fundación Amigos del Niño con Cáncer.
- Fundación Paso a Paso.
- Fundahígado.
- Fundaprocura.
- Hospital de Niños JM de los Ríos.
- Instituto Venezolano para el Desarrollo Integral del Niño (Invedin).
- Senos Ayuda.



La Fundación también patrocinó el XVII Simposio de Responsabilidad Social Empresarial 2016 “Los Millennials: partícipes en RSE”, organizado por la Alianza Social de Venamcham, y la edición de 1.500 ejemplares del libro Warao “Jo Arao – Pueblo de Agua”, en el marco del programa de educación intercultural bilingüe indígena de Unicef.

Ciencia e innovación

BBVA Opent Talent

En 2016, se celebró la octava edición del concurso BBVA Open Talent, con el objetivo de encontrar a aquellos emprendedores que a través de la innovación digital están cambiando los servicios financieros. En esta convocatoria, participaron más de 1.200 *startups* de 77 países, de las cuales 13 eran venezolanas.

Para seleccionar los proyectos finalistas, el jurado consideró su capacidad para transformar la industria financiera, la escalabilidad, el equipo que lo respalda y el modelo de negocio. Los finalistas compitieron en tres finales regionales en México, Nueva York y Londres, resultando elegidos seis ganadores que fueron premiados cada uno con 30.000 euros y dos semanas de inmersión no consecutivas con BBVA en Madrid y México.

Esta iniciativa ofrece a las *startups* una experiencia única, al poder interactuar con ejecutivos de la organización y expertos financieros para recibir asesoramiento y explorar oportunidades de negocio de manera conjunta, además de expandir su red de contactos. En los últimos cinco años, más de 3.250 compañías han pasado por este programa y los ganadores han acumulado inversiones de más de 116 millones de euros.

Medioambiente

Política corporativa medioambiental

BBVA Provincial es consciente de su influencia sobre el medioambiente, ya sea a través del consumo de recursos naturales, emisiones generadas, gestión de activos, cadena de suministro y, de forma indirecta, mediante los productos y

servicios que ofrece. Su compromiso en esta materia se refleja en su política corporativa medioambiental y en la suscripción de los principales acuerdos internacionales por parte del Grupo BBVA.

Con un enfoque de gestión ambiental sostenible, en esta política corporativa se detallan los compromisos y los objetivos planteados por la empresa en este ámbito de actuación. Siendo el Comité de Ecoeficiencia y Compras Responsables de BBVA, el órgano responsable de la revisión y la actualización periódica de este marco normativo, garantizando su cumplimiento en toda la organización.

Algunos de los objetivos planteado en esta política medioambiental, son los siguientes:

- Mejorar continuamente la identificación y gestión de los riesgos medioambientales de las operaciones financieras y de inversión.
- Integrar las variables ambientales en el desarrollo de productos y servicios financieros.
- Ecoeficiencia en el uso de recursos naturales, fijación y cumplimiento de objetivos de mejora establecidos en el Plan Global de Ecoeficiencia.
- Gestionar los impactos directos a través de un sistema de gestión ambiental basado en la ISO 14.001 y otras certificaciones ambientales reconocidas.
- Influir positivamente en el comportamiento ambiental de los grupos de interés a través de la comunicación, concienciación y sensibilización sobre la importancia del medioambiente.
- Informar, concienciar, sensibilizar y formar a sus empleados en materia ambiental.
- Apoyar el mecenazgo, el voluntariado y la investigación medioambiental.
- Apoyar a las principales iniciativas de lucha y prevención del cambio climático.



Plan Global de Ecoeficiencia (PGE)

Reiterando el compromiso de todos los profesionales de la organización con una gestión responsable de los recursos naturales, el Plan Global de Ecoeficiencia establece los objetivos por empleados sobre la base de consumos verificados. A la fecha se han concretado dos períodos de este importante plan corporativo, el primero fue de 2008 a 2012 y el segundo de 2013 a 2015, logrando importantes mejoras en el desempeño ambiental.

Entre los resultados concretados por el Grupo BBVA, el PGE 2013 - 2015 logró reducir el consumo de electricidad en un 16 %, el agua en un 21,8 %, el papel en 44,2 % y las emisiones de CO2 en 21,8 %.

El nuevo Plan Global de Ecoeficiencia 2016 - 2020, incorpora una serie de mejoras y plantea objetivos más retadores, alineando este plan a las tendencias actuales en ecoeficiencia, además de fortalecer las actividades de seguimiento y control de los indicadores de gestión, extendiendo su alcance a los impactos ambientales indirectos e involucrando en mayor medida a los empleados en estas labores.

El PGE está estructurado en base a cinco vectores, con líneas estratégicas asociadas:

I. Gestión ambiental y construcción sostenible:

- Extender la gestión ambiental en inmuebles y certificarla conforme a los estándares más exigentes.
- Aplicar los estándares de referencia en materia de construcción sostenible en el desarrollo de nuevas sedes y remodelación del parque inmobiliario.
- Adoptar otras certificaciones relevantes en los mercados nacionales.

II. Energía y cambio climático:

- Adaptar los equipos y sistemas existentes a los máximos estándares de eficiencia del mercado.
- Realizar un adecuado mantenimiento del estado de los equipos y los sistemas.
- Garantizar una adecuada gestión y utilización de los equipos y los sistemas.
- Fomentar el empleo de energía limpia.
- Reducir las emisiones indirectas de gases invernadero.

III. Agua:

- Adaptar los equipos y los sistemas existentes a los máximos estándares de eficiencia del mercado.
- Realizar un adecuado mantenimiento del estado de los equipos y los sistemas.
- Garantizar una adecuada gestión y utilización de los equipos y los sistemas.

IV. Papel y residuos:

- Reducir el consumo de papel.
- Priorizar el empleo de papel reciclado o con alguna certificación.
- Gestionar adecuadamente los residuos peligrosos y no peligrosos.

V. Extensión del compromiso:

- Involucrar a los empleados en los esfuerzos de la compañía
- Extender el compromiso ambiental a la cadena de proveedores.

En el PGE 2016 - 2020, también se han fijado nuevas metas en cuanto a la reducción del consumo de electricidad, agua y emisión de CO2 por parte de BBVA Provincial, impulsando así la puesta en marcha y continuidad de diferentes iniciativas:

- Reemplazo de aires acondicionados por equipos con nueva tecnología y mayor ratio de eficiencia energética, en aproximadamente 65 % de la red de oficinas y 20 % del Centro Financiero Provincial (CFP).
- Se continuó con el proyecto de remodelación de baños del CFP, instalando grifos temporizados de última tecnología y fluxómetros de descarga en inodoros. A cierre de 2016, se logró un 20 % de avance.
- Cambio de válvulas principales en el sistema de bombeo del CFP, las cuales presentaban fugas de agua.
- En la planta baja del CFP, sustitución de las lámparas con bombillos de vapor de mercurio por lámparas con tecnología LED

Sensibilización ambiental

La institución mantiene un programa interno de reciclaje que consiste en la disposición de contenedores para la recolección

segmentada de desechos de plástico, aluminio y papel, los cuales se encuentran en la planta baja y niveles del estacionamiento del Centro Financiero Provincial. Con esta iniciativa, se ha logrado fortalecer entre los empleados una cultura de reciclaje y hábitos ecoeficientes.

Asimismo, cada seis meses, se potencian las labores de reciclaje de papel a través de la desincorporación de cajas con documentación no vigente. Las ganancias asociadas al reciclaje de papel, aluminio y plástico, se destinan a la Fundación Renacer

para sus actividades de rehabilitación e inserción social, ONG aliada en la gestión de este programa interno.

En materia de gestión de residuos, el banco también dona los cartuchos de tóner a la Fundación Amigos del Niño que Amerita Protección (Fundana), como parte de su programa de acción social "Hasta el último cartucho".



Indicadores de gestión medioambiental

| Gestión de residuos | | | |
|-----------------------|--------|--------|-----------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Toners (Kg) | 320 | 325,2 | 289,2 |
| Papel reciclado (Kg) | 52.901 | 54.699 | 44.284,00 |
| Aluminio / latas (Kg) | 133 | 155 | 164 |
| Plástico (Kg) | 2676 | 2.442 | 1681 |

| Consumo de electricidad | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Electricidad consumida (Kwh) | 46.871.783,53 | 60.158.275,71 | 63.868.181,32 |
| Electricidad consumida por empleado (Kwh.) | 6.754,83 | 11.495,94 | 11.909,00 |

Notas: las cifras de noviembre y diciembre están basadas en una estimación de los 10 primeros meses del año. Para 2016 se está considerando también el personal contratado para este cálculo.

| Consumo de papel | | | |
|------------------------------------|------------|---------------------------|------------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Total papel consumido (Kg.) | 180.934,23 | 304.551,49 ⁽¹⁾ | 237.862,89 |
| Papel consumido por empleado (Kg.) | 26,07 | 35,29 | 44,35 |

Nota: Para 2016 se está considerando también el personal contratado para este cálculo.
(1) Cifra corregida con respecto al IBR 2015

| Consumo de agua | | | |
|----------------------------------|------------|-----------|------------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Total agua consumida (m³) | 248.139,20 | 241.129,4 | 272.890,49 |
| Agua consumida por empleado (m³) | 35,76 | 46,08 | 50,88 |

Notas: las cifras de noviembre y diciembre están basadas en una estimación de los 10 primeros meses del año. Para 2016 se está considerando también el personal contratado para este cálculo.

| Videoconferencias | | | |
|---------------------------------------|-------|-------|------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Videoconferencias | 1.291 | 1.064 | 843 |
| Salas equipadas con videoconferencias | 22 | 18 | 18 |
| Audioconferencias | 0 | 0 | 0 |
| Telepresencias | 24 | 32 | 44 |

| Consumo de combustible | | | |
|-----------------------------|--------|--------|-----------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Total gasoil consumido (Lt) | 68.712 | 48.463 | 73.126,00 |

Nota: las cifras de noviembre y diciembre están basadas en una estimación de los 10 primeros meses del año.

| Viajes en Avión | | | |
|---|---------|-----------|-----------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| KM Recorridos | | | |
| Viajes avión tramos menores a 500 km | 4.227 | 28.237 | 18.414 |
| Viajes avión tramos entre 500 y 1600 km | 165.533 | 277.700 | 353.767 |
| Viajes avión tramos mayores a 1600 km | 515.342 | 1.687.055 | 3.489.859 |

| Viajes en Auto | | | |
|--------------------------------------|---------|-----------|-----------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Kilómetros automóviles de empleados | 349.112 | 394.092,2 | 325.378,2 |
| Kilómetros automóviles de directivos | 208.383 | 266.489 | 295.073 |

Nota: Para 2016 se está considerando también el personal contratado para este cálculo.

Alcance: Todos los indicadores medioambientales están contruidos con alcance BBVA Provincial.

Grupos de interés

Proveedores

Una banca con un modelo de aprovisionamiento responsable y transparente.

Política de compras responsables

La relación con los proveedores está regida por los lineamientos de actuación claramente definidos en el Código de Conducta de BBVA Provincial y en la política corporativa de compras responsables del Grupo BBVA. Una política que se fundamenta en la objetividad, la transparencia, la profesionalidad, la confidencialidad y la igualdad de oportunidades en la selección y la relación con este importante colectivo, reforzando los valores de responsabilidad empresarial.

De esta manera, aspectos sociales y medioambientales también son considerados en las labores de aprovisionamiento, adquisición de bienes y contratación de servicios, con pleno apego a los principios y los compromisos impulsados por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, estándares que la institución aspira compartir con sus proveedores.

Con esta política de compras el banco ha avanzado en su modelo de aprovisionamiento y en el proceso de homologación de sus proveedores, además de contemplar la inclusión de criterios responsables y cláusulas en los contratos relativas al cumplimiento de las normativas y los principios que definen dicha política.

Es importante destacar que del total de proveedores de la institución, un 95,79 % son

locales. El 4,21 % restante, provienen de España, Alemania, Estados Unidos, México y países de Suramérica.

Sistema de homologación

Este proceso consiste en la evaluación y la revisión de las capacidades de los proveedores, con la intención de acreditar su adecuación a los estándares de calidad requeridos y su apego a los valores de responsabilidad corporativa, contando así con un registro de proveedores confiables e impactando de forma favorable en la gestión.

En el año 2016, se concretó la homologación de 10 nuevos proveedores, luego de valorar sus capacidades productivas, técnicas, financieras, jurídicas y comerciales. Al cierre del ejercicio, el banco contaba con 254 proveedores debidamente homologados, proveedores recurrentes y con altos volúmenes de compras, brindando mayor alternabilidad y transparencia a las labores de aprovisionamiento.

Delegación de aprovisionamiento supervisada

Imprimiendo mayor eficiencia y agilidad a la gestión, el área de Compras continúa



| Uso de la Herramienta de Gestión | | | |
|--|------|-------------------|------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Número de negociaciones electrónicas | 233 | 421 | 590 |
| Números de pedidos electrónicos | 167 | 389 | 453 |
| Número de referencias solicitadas contra el catálogo electrónico | 66 | 32 ⁽¹⁾ | 137 |

Alcance: BBVA Provincial

(1) Cifra corregida con respecto al IBR2015 por error involuntario.

| Homologación de proveedores | | | |
|--|------|------|------|
| | 2016 | 2015 | 2014 |
| Número de Proveedores Homologados | 10 | 115 | 261 |
| Porcentaje de compra a proveedores que han participado en el proceso de homologación | 3 | 48 | 47 |
| Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación | 0 | 45 | 44 |

Alcance: BBVA Provincial

Principales proveedores

| N° de proveedores clasificados por volumen de facturas | | | | | | | | | | | | | | |
|--|------|------|---------------|------|------|-----------------|------|------|------------------------|------|------|-------------------|------|------|
| Menos de Bs. 275 Miles | | | Bs. 275 miles | | | Bs. 825 miles | | | Mas de Bs. 2.750 miles | | | TOTAL Proveedores | | |
| | | | Bs. 825 miles | | | Bs. 2.750 miles | | | | | | | | |
| 2016 | 2015 | 2014 | 2016 | 2015 | 2014 | 2016 | 2015 | 2014 | 2016 | 2015 | 2014 | 2016 | 2015 | 2014 |
| 161 | 498 | 537 | 133 | 155 | 173 | 147 | 111 | 124 | 417 | 57 | 154 | 858 | 821 | 988 |

Alcance: BBVA Provincial

aplicando un modelo de delegación supervisada, involucrando en mayor medida a aquellos departamentos con más demandas de servicios y logrando claras mejoras en los tiempos de emisión de órdenes de compra, así como en la evaluación de propuestas. Tal es el caso del área Servicios Generales, el cual fue incorporado a este modelo de delegación para las compras menores, haciendo más fluida y ágil su operativa.

intervinientes de la siguiente manera: Compra local, Compras HUB y Compras corporativas.

Al cierre del ejercicio, que en el área de Compras fue el 20 de diciembre de 2016, localmente se recibieron un total de 2.286 solicitudes de bienes y servicios, de las cuales se gestionaron 1.937, quedando pendientes solo 7 solicitudes y siendo devueltas 342, al no cumplir con las condiciones establecidas en la normativa vigente.

Mejoras en la gestión

Implantación del Sistema GPS

En enero de 2016, la institución se incorporó a la plataforma corporativa de gestión de solicitudes de bienes y servicios GPS, marcando un hito significativo en el proceso de procura e impulsando los objetivos estratégicos en materia de auditoría, facturación, homologación y normativas. Esta plataforma incrementa los índices de eficiencia y el control interno, integrando los planes de aprovisionamiento de las diferentes filiales del Grupo BBVA y logrando optimizar los costos de bienes y servicios.

Este nuevo modelo de aprovisionamiento genera una segmentación de bienes y servicios que es categorizada en familias, que son determinantes en la asignación y la gestión del proceso de negociación, segmentando las áreas

| Gestión de solicitudes compras local 2016 | | | | |
|---|--------------|--------------|------------|------------|
| sector de compras | Recibidas | Gestionadas | Pendientes | Devueltas |
| Informática | 150 | 113 | 1 | 36 |
| Infraestructura | 1.514 | 1.332 | 5 | 177 |
| Servicios profesionales | 346 | 303 | 0 | 43 |
| Suministros al negocio | 276 | 189 | 1 | 86 |
| Total general | 2.286 | 1.937 | 7 | 342 |

Portal de proveedores

Enmarcado en el proceso de transformación digital, en octubre de 2016 se concretó el lanzamiento de un nuevo portal en internet del Grupo BBVA para proveedores, con el objetivo de estrechar las relaciones con este colectivo, fortalecer la comunicación y potenciar la transparencia en el proceso de adquisición de bienes y servicios. Este portal cuenta con dos entornos colaborativos:

- Entorno público, disponible en <https://suppliers.bbva.com>, a través del cual se facilita información general sobre los procesos de aprovisionamiento y otros aspectos relevantes del modelo corporativo de compras. En este entorno, las empresas independientes pueden ofrecer sus productos y servicios al banco, con solo registrarse y mantener actualizados sus datos.
- Entorno privado, que permite a los proveedores que estén registrados en el Sistema Adquira, operar electrónicamente con el banco.

Circuito de atención extraordinaria

Se trata de un circuito de atención de solicitudes extraordinarias, garantizando su gestión en un período de 24 horas, orientado a incidencias críticas del banco y que son reportadas por el área de Servicios Generales. Al cierre de 2016, a través de este nuevo circuito, se registraron y autorizaron 61 solicitudes.

Crterios y estándares de la información

Perfil, alcance, relevancia, materialidad y cobertura

El contenido de este Informe de Banca Responsable (IBR), obedece a la gestión de BBVA Provincial y de sus áreas de enero a diciembre de 2016, mostrando la evolución de indicadores clave con respecto a los años 2015 y 2014. Además de las políticas, programas y principales iniciativas ejecutadas por el banco en dicho período, acciones que impulsan su modelo de banca responsable y proceso de transformación digital.

También se incluye un análisis de materialidad que permite la identificación de los asuntos relevantes para los grupos de interés (Clientes, empleados, accionistas, proveedores, entes reguladores y sociedad) con los que se relaciona la institución y sobre los cuales se reporta. A partir de dichos análisis se determinaron los aspectos materiales de 2016, considerados según su importancia para los *stakeholders* y el impacto que tienen en el negocio de la entidad, permitiendo definir sus prioridades estratégicas.

Este informe fue elaborado siguiendo los estándares internacionales de la "Guía para la elaboración de informes de sostenibilidad" de Global Reporting Initiative (GRI G4), incluyendo información relativa a los contenidos básicos generales, básicos específicos y del suplemento financiero. Cabe destacar que nuevos aspectos fueron revisados e incorporados este año, logrando la opción de conformidad "Exhaustiva".

Los criterios de comunicación transparente, clara y responsable (TCR) se aplicaron tanto en la estructura y en la redacción de los contenidos, de modo que los grupos de interés a los que se dirige este informe puedan acceder fácilmente a la información y comprenderla adecuadamente. Además de considerar en su elaboración las siguientes directrices:

- Organización de capítulos por temas relevantes, brindando una visión integral de la gestión realizada en beneficio de los diferentes grupos de interés.
- Diseño con un estilo más directo y con un adecuado equilibrio de información.
- Con información lo suficientemente precisa y detallada para que los grupos de interés puedan analizar el desempeño de la institución.
- Se incluyen referencias que explican posibles modificaciones en la data suministrada el año anterior, cambios a raíz de alguna mejora o de la adopción de nuevos métodos de cuantificación y medición de tales variables.

Este informe se elabora anualmente, por lo que su última y anterior publicación corresponde al año 2015.

El Informe de Banca Responsable 2016 de BBVA Provincial, está disponible en formato digital en www.fundacionbbvaprovincial.com y www.provincial.com.

Referencias básicas y estándares internacionales

Los principios y requisitos establecidos por Global Reporting Initiative (GRI) rigen el proceso de elaboración del Informe de Banca Responsable. Asimismo, demostrando el compromiso de BBVA Provincial con los principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio de la Organización de las Naciones Unidas, este informe da respuesta a los Progresos 2016 de la institución.

Rigor y verificación

La información contenida en el IBR fue suministrada por los diferentes departamentos del banco, según su ámbito de gestión. El equipo de Responsabilidad y Reputación Corporativa, perteneciente a la Dirección de Comunicación y Responsabilidad Corporativa de BBVA Provincial, estuvo encargado de su compilación, revisión y edición, de acuerdo a un modelo y lineamientos corporativos que buscan garantizar los mayores estándares de calidad, veracidad y alcance.

La información fue recopilada, registrada, compilada, analizada y presentada de modo que pudo someterse a evaluación por parte de la firma auditora Deloitte. El alcance y la metodología de revisión externa llevada a cabo pueden consultarse en el Informe de revisión independiente, disponible al final de este informe. Las recomendaciones puestas de manifiesto en estos procesos de revisión son objeto de un plan de acción que asegure su implantación en futuros informes.

Indicadores GRI

Contenidos Básicos Generales

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones | |
|--|--|----------|--|-----------|---------------------------------|
| ESTRATEGIA Y ANÁLISIS | | | | | |
| G4-1 | Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupe el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión. | ✓ | Carta del Presidente | 2 | |
| G4-2 | Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades. | ✓ | Sistemas de gobierno / Grupos de interés: Sociedad | 23, 42 | |
| PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN | | | | | |
| G4-3 | Nombre de la organización. | ✓ | Acerca de BBVA Provincial | 6 | |
| G4-4 | Marcas, productos y servicios más importantes de la organización. | ✓ | Grupos de interés: El cliente | 25-32 | |
| G4-5 | Lugar donde se encuentra la sede de la organización. | ✓ | Acerca de BBVA Provincial | 11 | |
| G4-6 | Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria. | ✓ | Acerca de BBVA Provincial | 6 | |
| G4-7 | Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica. | ✓ | Acerca de BBVA Provincial | 6 | |
| G4-8 | Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios). | ✓ | Acerca de BBVA Provincial | 10-11 | |
| G4-9 | Determine la escala de la organización. | ✓ | Acerca de BBVA Provincial | 6-11 | |
| G4-10 | Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 34 | |
| G4-11 | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 38 | |
| G4-12 | Describa la cadena de suministro de la organización. | ✓ | Grupos de interés: Proveedores | 51-52 | |
| G4-13 | Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la organización. | ✓ | Acerca de BBVA Provincial | 6 | No hubo cambios significativos. |
| PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS | | | | | |
| G4-14 | Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución. | ✓ | Sistemas de gobierno | 23 | |
| G4-15 | Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado. | ✓ | Sistemas de gobierno | 22-23 | |
| G4-16 | Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece. | ✓ | Sistemas de gobierno | 22-23 | |

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones | |
|---|--|----------|---|-----------|---|
| ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA | | | | | |
| G4-17 | Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. | ✓ | Acerca de BBVA Provincial | 7 | |
| G4-18 | Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés / Criterios y estándares de la información | 12, 53 | |
| G4-19 | Elabore una lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria. | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés | 12-14 | |
| G4-20 | Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material. | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés | 12-14 | |
| G4-21 | Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material. | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés | 12-14 | |
| G4-22 | Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas. | ✓ | Criterios y estándares de la información | 53 | Las modificaciones de algunos datos presentados en memorias anteriores no tienen consecuencias significativas. |
| G4-23 | Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores. | ✓ | Criterios y estándares de la información | 53 | |
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | | | | | |
| G4-24 | Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización. | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés | 12-14 | |
| G4-25 | Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja. | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés | 12-14 | |
| G4-26 | Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria. | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés | 12-14 | |
| G4-27 | Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave. | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés | 12-14 | En el análisis de la materialidad no aparecen asuntos sensibles que afecten a los grupos de interés de BBVA Provincial. |
| PERFIL DE LA MEMORIA | | | | | |
| G4-28 | Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario). | ✓ | Carta del Presidente / Criterios y estándares de la información | 2, 53 | |

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|---------------------|----------|--|------------|-----------|
| G4-29 | ✓ | Criterios y estándares de la información | 53 | |
| G4-30 | ✓ | Criterios y estándares de la información | 53 | |
| G4-31 | ✓ | | 71 | |
| ÍNDICE GRI | | | | |
| G4-32 | ✓ | Criterios y estándares de la información / Indicadores GRI / Informe de revisión independiente | 53, 54, 69 | |
| VERIFICACIÓN | | | | |
| G4-33 | ✓ | Informe de revisión independiente | 69 | |
| GOBIERNO | | | | |
| G4-34 | ✓ | Estrategia / Sistemas de gobierno | 15, 19 | |
| G4-35 | ✓ | Sistemas de gobierno | 19 | |
| G4-36 | ✓ | Sistemas de gobierno | 19 | |
| G4-37 | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés / Sistemas de gobierno | 12, 19 | |
| G4-38 | ✓ | Estructura Directiva / Sistemas de gobierno | 5, 19 | |
| G4-39 | ✓ | Estructura Directiva / Sistemas de gobierno | 5, 19 | |
| G4-40 | ✓ | Sistemas de gobierno | 19 | |
| G4-41 | ✓ | Sistemas de gobierno | 19 | |

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|--------------|----------|---|-----------|------------|
| G4-42 | ✓ | Sistemas de gobierno | 19 | |
| G4-43 | ✓ | Estrategia / Sistemas de gobierno | 15, 19 | |
| G4-44 | ✓ | Sistemas de gobierno | 19 | |
| G4-45 | ✓ | Estrategia / Sistemas de gobierno | 15, 19 | |
| G4-46 | ✓ | Estrategia / Sistemas de gobierno | 17, 19-24 | |
| G4-47 | ✓ | Sistemas de gobierno | 19 | |
| G4-48 | ✓ | Criterios y estándares de la información | 53 | |
| G4-49 | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés / Sistemas de gobierno | 12, 19 | |
| G4-50 | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés / Sistemas de gobierno | 12, 19 | No aplica. |

RETRIBUCIÓN E INCENTIVOS

| | | | | |
|--------------|---|---|--------|--|
| G4-51 | ✓ | Sistemas de gobierno: Gobierno corporativo | 19 | |
| G4-52 | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 37 | |
| G4-53 | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés / Sistemas de gobierno: Gobierno corporativo | 12, 19 | |

| Indicador | | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|---------------------------|--|----------|---|------------|---------------------------|
| G4-54 | Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente. | x | | | Información confidencial. |
| G4-55 | Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente. | x | | | Información confidencial. |
| ÉTICA E INTEGRIDAD | | | | | |
| G4-56 | Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos. | ✓ | Estrategia / Sistemas de gobierno | 15, 19 | |
| G4-57 | Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento. | ✓ | Sistemas de gobierno / Grupos de interés: El cliente / Grupos de interés: El equipo | 21, 30, 38 | |
| G4-58 | Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda. | ✓ | Sistemas de gobierno / Grupos de interés: El cliente / Grupos de interés: El equipo | 21, 30, 38 | |

Contenidos Básicos Específicos

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|--|---|----------|---|---|
| CATEGORÍA ECONÓMICA | | | | |
| Desempeño Económico | | | | |
| G4-EC1 | Valor económico directo generado y distribuido. Aspectos materiales identificados: 5 | ✓ | Grupos de interés: Sociedad | 43 |
| G4-EC2 | Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático. | ✓ | Sistemas de gobierno: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales | 23-24 |
| G4-EC3 | Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 37 |
| G4-EC4 | Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno. | x | | No aplica. |
| Presencia en el mercado | | | | |
| G4-EC5 | Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 37 |
| G4-EC6 | Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 34 |
| Consecuencias económicas indirectas | | | | |
| G4-EC7 | Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad | 42 |
| G4-EC8 | Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad | 42 |
| Prácticas de adquisición | | | | |
| G4-EC9 | Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales. | ✓ | Grupos de interés: Proveedores | 51 |
| CATEGORÍA AMBIENTAL | | | | |
| Materiales | | | | |
| G4-EN1 | Materiales por peso o volumen. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 |
| G4-EN2 | Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 |
| Energía | | | | |
| G4-EN3 | Consumo energético interno. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 |
| G4-EN4 | Consumo energético externo. | x | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |
| G4-EN5 | Intensidad energética. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 |

| Indicador | | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|----------------------|--|----------|--|--------|---|
| G4-EN6 | Reducción del consumo energético. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 | |
| G4-EN7 | Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios. | x | | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |
| Agua | | | | | |
| G4-EN8 | Captación total de agua según la fuente. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 | |
| G4-EN9 | Fuentes de agua afectadas por la captación de agua. | x | | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |
| G4-EN10 | Porcentaje y volumen de agua reciclada y reutilizada. | x | | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |
| Biodiversidad | | | | | |
| G4-EN11 | Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad. | x | | | BBVA Provincial tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad. |
| G4-EN12 | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios. | x | | | BBVA Provincial tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad. |
| G4-EN13 | Hábitats protegidos o restaurados. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 40 | |
| G4-EN14 | Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie. | x | | | BBVA Provincial tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad. |
| Emisiones | | | | | |
| G4-EN15 | Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1) | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 | |
| G4-EN16 | Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance: 2) | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 | |
| G4-EN17 | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance: 3) | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 | |
| G4-EN18 | Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 | |
| G4-EN19 | Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 | |
| G4-EN20 | Emisiones de sustancias que agotan el ozono. | x | | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |
| G4-EN21 | NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas. | x | | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |

| Indicador | | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|--|--|----------|--|--------|--|
| Efluentes y residuos | | | | | |
| G4-EN22 | Vertido total de aguas, según su calidad y destino. | x | | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |
| G4-EN23 | Peso total de los residuos según tipo y método de tratamiento. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 | |
| G4-EN24 | Número y volumen totales de los derrames significativos. | x | | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |
| G4-EN25 | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | x | | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |
| G4-EN26 | Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización. | x | | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |
| Productos y servicios | | | | | |
| G4-EN27 | Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 48-50 | |
| G4-EN28 | Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos. | x | | | Dadas las actividades de BBVA Provincial, se considera que este indicador no es material. |
| Cumplimiento regulatorio | | | | | |
| G4-EN29 | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental. | ✓ | Sistemas de gobierno | 22 | |
| Transporte | | | | | |
| G4-EN30 | Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal. | ✓ | Grupos de interés: Sociedad, Medioambiente | 50 | |
| Inversiones y gastos ambientales | | | | | |
| G4-EN31 | Desglose de los gastos y las inversiones ambientales. | x | | | El PGE contempla una serie de inversiones necesarias para alcanzar los objetivos marcados, que no son significativas en términos económicos en relación al patrimonio y los resultados de BBVA Provincial. |
| Evaluación ambiental de los proveedores | | | | | |
| G4-EN32 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales. | x | | | BBVA Provincial no ha examinado proveedores en función de criterios medioambientales dado que el impacto percibido para el Grupo no es significativo. |

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|---|---|----------|---------------------------------|---|
| G4-EN33 | Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto. | x | | BBVA Provincial no ha realizado un análisis de impactos en este ámbito porque el nivel de riesgos es no significativo para BBVA Provincial dada la naturaleza de sus proveedores. |
| Mecanismos de reclamación en materia ambiental | | | | |
| G4-EN34 | Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | ✓ | Sistemas de gobierno | 22 |
| CATEGORÍA SOCIAL | | | | |
| Empleo | | | | |
| G4-LA1 | Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 34 |
| G4-LA2 | Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad. | x | | No disponible. El porcentaje de empleados temporales en BBVA Provincial no es significativo (0,23%). |
| G4-LA3 | Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 36 |
| Relaciones en los trabajadores y la dirección | | | | |
| G4-LA4 | Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos. | x | | No existe un periodo mínimo de preaviso establecido en el marco regulatorio. Los cambios organizativos se analizan caso a caso, de forma que se puedan evitar o mitigar los impactos negativos que pudieran tener para los empleados. |
| Salud y seguridad en el trabajo | | | | |
| G4-LA5 | Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 39-40 Se reporta cualitativamente. |
| G4-LA6 | Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 39-40 |
| G4-LA7 | Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad. | ✓ | | Dada la naturaleza de la actividad de BBVA Provincial, no se han identificado riesgos elevados de enfermedades profesionales graves. |
| G4-LA8 | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 38-40 |
| Capacitación y educación | | | | |
| G4-LA9 | Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 35 Se reportan horas de capacitación por empleado. |

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|----------------|----------|---------------------------------|--------|-----------|
| G4-LA10 | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 35-36 | |
| G4-LA11 | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 37 | |

Diversidad e igualdad de oportunidades

| | | | | |
|----------------|---|---------------------------------|--------|--|
| G4-LA12 | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 34, 36 | |
|----------------|---|---------------------------------|--------|--|

Igualdad de retribución entre mujeres y hombres

| | | | | |
|----------------|---|--|--|---------------------------|
| G4-LA13 | x | | | Información confidencial. |
|----------------|---|--|--|---------------------------|

Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores

| | | | | |
|----------------|---|---------------------------------|-------|---|
| G4-LA14 | x | | | BBVA Provincial no ha realizado un análisis de impactos en este ámbito porque el nivel de riesgos es no significativo para la organización dada la naturaleza de sus proveedores. |
| G4-LA15 | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 38-39 | |

Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales

| | | | | |
|----------------|---|---------------------------------|-------|--|
| G4-LA16 | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 38-39 | |
|----------------|---|---------------------------------|-------|--|

CATEGORÍA DERECHOS HUMANOS

Inversión

| | | | | |
|---------------|---|---|--------------|------------------------------|
| G4-HR1 | ✓ | Sistema de gobierno | 22 | Se reporta cualitativamente. |
| G4-HR2 | ✓ | Sistemas de gobierno / Grupos de interés: El equipo | 20-22, 36 | |

No discriminación

| | | | | |
|---------------|---|---|--------------|--|
| G4-HR3 | ✓ | Sistemas de gobierno / Grupos de interés: El equipo | 22, 38-39 | |
|---------------|---|---|--------------|--|

| Indicador | | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|---|--|----------|----------------------|--------|---|
| Libertad de asociación y negociación colectiva | | | | | |
| G4-HR4 | Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos. | x | | | No disponible. |
| Trabajo infantil | | | | | |
| G4-HR5 | Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil. | ✓ | | | BBVA Provincial no ha identificado centros ni proveedores susceptibles de tener riesgos significativos en relación con la explotación infantil. |
| Trabajo forzoso | | | | | |
| G4-HR6 | Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso. | ✓ | | | BBVA Provincial no ha identificado centros ni proveedores susceptibles de tener riesgos significativos en relación a episodios de trabajo forzoso. |
| Medidas de seguridad | | | | | |
| G4-HR7 | Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones. | ✓ | Sistemas de gobierno | 22 | |
| Derechos de la población indígena | | | | | |
| G4-HR8 | Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas. | ✓ | | | BBVA Provincial no ha identificado incidencias significativas en relación a este aspecto. |
| Evaluación | | | | | |
| G4-HR9 | Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos. | ✓ | | | BBVA Provincial no ha identificado impactos significativos en materia de derechos humanos en sus centros de trabajo. |
| G4-HR10 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos. | x | | | BBVA Provincial no ha examinado proveedores en función de criterios relacionados con los derechos humanos dado que el impacto percibido para la organización no es significativo. |
| G4-HR11 | Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas. | x | | | BBVA Provincial no ha realizado un análisis de impactos en este ámbito porque el nivel de riesgos es no significativo para la organización dada la naturaleza de sus proveedores. |
| Mecanismos de reclamación | | | | | |
| G4-HR12 | Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | ✓ | | | BBVA Provincial no ha sido objeto de sanciones significativas por incumplimientos relacionados con los derechos humanos. |

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones | |
|---|---|----------|---|-----------|---|
| CATEGORÍA SOCIEDAD | | | | | |
| Comunidades locales | | | | | |
| G4-S01 | Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. | ✓ | Grupos de interés; El cliente / Grupos de interés: Sociedad | 27, 44-46 | Se indica número de beneficiarios. |
| G4-S02 | Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales. | ✓ | | | BBVA no ha detectado impactos negativos significativos en las comunidades locales provocados por las operaciones de sus centros de trabajo. |
| Lucha contra la corrupción | | | | | |
| G4-S03 | Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 38-39 | |
| G4-S04 | Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción. | ✓ | Sistemas de gobierno / Grupos de interés: El cliente | 20, 32 | |
| G4-S05 | Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas. | ✓ | Grupos de interés: El equipo | 38-39 | |
| Política pública | | | | | |
| G4-S06 | Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario. | ✓ | | | La política del Grupo BBVA en los países no permite contribuciones de este tipo. |
| Prácticas de competencia desleal | | | | | |
| G4-S07 | Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas. | ✓ | | | BBVA Provincial no ha identificado ninguna demanda significativa en la que se haya dictado sentencia definitiva en contra por este concepto . |
| Cumplimiento regulatorio | | | | | |
| G4-S08 | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa. | ✓ | Sistemas de gobierno: Asuntos controvertidos | 22 | |
| Evaluación de la repercusión social de los proveedores | | | | | |
| G4-S09 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social. | x | | | BBVA Provincial no ha examinado proveedores en este ámbito dado que el impacto percibido para la organización no es significativo. |
| G4-S10 | Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro y medidas adoptadas. | x | | | BBVA Provincial no ha realizado un análisis de impactos en este ámbito porque el nivel de riesgos es no significativo para la organización dada la naturaleza de sus proveedores. |
| Mecanismos de reclamación por impacto social | | | | | |
| G4-S11 | Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | ✓ | Sistemas de gobierno: Asuntos controvertidos | 22 | |

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|--|---|----------|---|--|
| CATEGORÍA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS | | | | |
| Salud y seguridad de los clientes | | | | |
| G4-PR1 | Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras. Aspectos materiales identificados: 1, 3, 4 | ✓ | Grupos de interés: El cliente | 30-31 |
| G4-PR2 | Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes. Aspectos materiales identificados: 4 | x | | No aplica dada la naturaleza del negocio. |
| Etiquetado de los productos y servicios | | | | |
| G4-PR3 | Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos. Aspectos materiales identificados: 1, 2, 3 | ✓ | Grupos de interés: El cliente | 27 |
| G4-PR4 | Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado. Aspectos materiales identificados: 1, 2, 3 | ✓ | | No se han reportado incidentes de esta naturaleza. |
| G4-PR5 | Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes. Aspectos materiales identificados: 3 | ✓ | Grupos de interés: El cliente | 25-26 |
| Comunicación de mercadotecnia | | | | |
| G4-PR6 | Venta de productos prohibidos o en litigio. | ✓ | | BBVA Provincial no vende productos o servicios de esta naturaleza. |
| G4-PR7 | Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado. Aspectos materiales identificados: 2, 3 | ✓ | | No se han reportado incidentes de esta naturaleza. |
| Privacidad de los clientes | | | | |
| G4-PR8 | Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes. Aspectos materiales identificados: 4 | ✓ | | No se han reportado incidentes de esta naturaleza. |
| Cumplimiento regulatorio | | | | |
| G4-PR9 | Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios. Aspectos materiales identificados : 3 | ✓ | Sistemas de gobierno, Asuntos Controvertidos | No se han reportado incidentes de esta naturaleza. |

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones | |
|---|--|----------|--|-----------|---|
| SUPLEMENTO DEL SECTOR FINANCIERO | | | | | |
| FS1 | Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio. Aspectos materiales identificados: 1, 2, 3 | ✓ | Sistemas de gobierno / Grupos de interés: El cliente | 23-24, 28 | |
| FS2 | Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio. Aspectos materiales identificados: 1, 2, 3 | ✓ | Sistemas de gobierno | 23-24 | |
| FS3 | Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones. Aspectos materiales identificados: 1, 2, 3 | ✓ | Sistemas de gobierno | 23-24 | |
| FS4 | Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio. Aspectos materiales identificados: 1, 2, 3 | ✓ | Sistemas de gobierno: Riesgos sociales, ambientales y reputacionales | 23-24 | |
| FS5 | Interacciones con clientes/sociedades participadas/socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales. Aspectos materiales identificados : 1, 2, 3 | ✓ | Materialidad y diálogo con los grupos de interés | 12-14 | |
| FS6 | Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej: Microempresas/pymes/ grandes) y el sector de actividad. | ✓ | Grupos de interés: El cliente | 27 | No se desglosa el % de la cartera por línea de negocio. |
| FS7 | Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito. Aspectos materiales identificados: 1 | ✓ | Grupos de interés: Sociedad | 42 | |
| FS8 | Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito. | x | | | No disponible. |
| FS9 | Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos. Aspectos materiales identificados: 5 | ✓ | Sistemas de gobierno | 21 | |
| FS10 | Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales. | x | | | No disponible. |
| FS11 | Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental. | x | | | No disponible |
| FS12 | Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto. | ✓ | | | No se cuentan con políticas de esta naturaleza. |
| FS13 | Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos. | ✓ | Grupos de interés: El cliente | 28-29 | |

| Indicador | Revisión | Capítulo | Página | Omisiones |
|--|----------|----------------------------------|--------|-----------|
| FS14 Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros. Aspectos materiales identificados: 3, 4 | ✓ | Grupos de interés: El cliente | 28-29 | |
| FS15 Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa. Aspectos materiales identificados: 1, 2,3 | ✓ | Grupos de interés: El cliente | 27 | |
| FS16 Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario. Aspecto materiales identificados: 2 | ✓ | Grupos de interés: Sociedad | 44-46 | |

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE

Revisión Independiente del Informe Anual de Banca Responsable de 2016 de Banco Provincial, S.A. Banco Universal

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos del Informe Anual de Banca Responsable (IBR):

- La adaptación de los contenidos del IBR a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de *Global Reporting Initiative (GRI)* versión 4.0 (G4), así como los contenidos generales y específicos correspondientes al ejercicio 2016 propuestos en dicha guía.
- La información proporcionada sobre los progresos en las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2016.

Estándares y procesos de verificación

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

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la dirección, así como a las diversas unidades del Banco Provincial, S.A. Banco Universal que han participado en la elaboración del Informe de Banca Responsable y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Banco Provincial, S.A. Banco Universal para conocer los principios, sistemas y enfoque de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IBR 2016.
- Análisis de cómo a partir del ejercicio de materialidad se definen los contenidos, la estructura y los indicadores del informe, de acuerdo con lo sugerido por la metodología GRI G4.

Responsabilidades de la Dirección de Banco Provincial, S.A. Banco Universal y de Lara Marambio & Asociados

- La preparación del IBR 2016, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Unidad de Comunicación y Responsabilidad Corporativa / Sub Unidad de Responsabilidad Corporativa del Banco Provincial, S.A. Banco Universal, el cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados a nuestra revisión.
- El alcance de una revisión limitada es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada también es menor por lo que el presente informe no puede entenderse como un informe de auditoría.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Banco Provincial, S.A. Banco Universal de acuerdo con los términos de nuestra Propuesta. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos de la Dirección de Banco Provincial, S.A. Banco Universal.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

- Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IBR en función del entendimiento del Banco Provincial, S.A. Banco Universal de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales descritos en las secciones “Criterios y Estándares de la Información” y “Materialidad y Diálogo con los Grupos de Interés”.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Contraste de que el contenido del IBR no contradice ninguna información relevante suministrada por Banco Provincial, S.A. Banco Universal.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IBR a los recomendados en Guía G4 de GRI y comprobación de que los contenidos específicos incluidos en el IBR se corresponden con los recomendados por dicha Guía y por el Suplemento Sectorial Financiero de GRI.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IBR 2016 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Banco Provincial, S.A. Banco Universal.

Conclusiones

En las tablas GRI, incluidas en el capítulo “Indicadores GRI” del Informe, se detallan para cada aspecto material relevante identificado por el Banco, los contenidos revisados así como las omisiones en cada uno de ellos. Como resultado de los procedimientos realizados y las evidencias obtenidas, salvo las omisiones presentadas en las tablas GRI, consideramos que:

1. No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Banca Responsable 2016 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (G4), en su versión “Exhaustiva”.
2. No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada sobre los progresos de las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2016 contenga errores significativos.

Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Unidad de Comunicación y Responsabilidad Corporativa / Sub Unidad de Responsabilidad Corporativa del Banco Provincial, S.A. Banco Universal nuestras recomendaciones relativas a los aspectos de mejora para la gestión de la Responsabilidad Corporativa. A continuación se resumen las recomendaciones más significativas, las cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe.

1. Continuar el fortalecimiento de la gestión de la gestión y análisis de indicadores GRI que presenten algún tipo de omisión.
2. Profundizar las actividades de comunicación hacia las áreas responsables que participen en la elaboración del Informe de Banca Responsable permitiendo generar el fortalecimiento de los indicadores ya reportados.

LARA MARAMBIO & ASOCIADOS


 Jonathan M. Rotundo A.
 Contador Público
 CPC N° 87.433

República Bolivariana de Venezuela, 17 de marzo de 2017



Para cualquier tipo de opinión, duda o sugerencia sobre los datos presentados en este informe, contactar a:

**Dirección de Comunicación
y Responsabilidad Corporativa**

Centro Financiero Provincial,
piso 13, Av. Este O con Av. Vollmer.
San Bernardino, Caracas-Venezuela.
Teléfonos: (0058) 212- 504.6139 / 504.5890.
www.provincial.com
www.fundacionbbvaprovincial.com

Coordinación y edición:

Responsabilidad y Reputación Corporativa
Dirección de Comunicación y Responsabilidad
Corporativa

Redacción y producción:

Mediodía Peña

Diagramación:

Alexander Cano / Temática A/G

Fotografía:

Concurso de Fotografía para empleados
de BBVA Provincial
Páginas: 49 (autor: Luis Chacín) y 71
(autor: José Camacho).

Archivo fotográfico de BBVA Provincial
Páginas: 3, 4, 6, 9, 25, 31, 33, 36, 38, 41, 44, 46.

Banco de imágenes del Grupo BBVA
Páginas: 15, 20, 22, 23, 26, 35 y 51.

Fotógrafos:

Gustavo Bauer (pág. 41)
Automático, S.C. (pág. 44)
Carlos Vonder Heydee (pág. 46)

