



**BBVA, trabajamos
por un futuro mejor para las personas**

Informe Anual 2008
Responsabilidad Corporativa
Colombia



BBVA



En BBVA,
trabajamos por
un futuro mejor
para las personas.



INDICE

Este es el segundo informe de Responsabilidad Corporativa de BBVA Colombia y contiene información relativa al desempeño de nuestro Banco durante el 2008. Así mismo, para este año será el primer informe auditado por Deloitte.

La información se ha plasmado siguiendo una estructura cuyo eje central son los asuntos considerados relevantes por nuestros grupos de interés, planteamiento que consideramos es el que nos permite centrar la discusión y afrontar con mayor claridad cuáles son nuestros principales compromisos y actuaciones.

Este informe tiene la calificación B+ de GRI-G3 incluido el suplemento del sector financiero. Con el fin de facilitar su lectura, este año el informe está también disponible en <http://bbva.com.co>



Deloitte.

	PÁGINA		
	1	ÍNDICE	
	2	PERFIL	
	7	CARTA DEL PRESIDENTE	
PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RC	8	•Visión, principios corporativos y posicionamiento •Estrategia de negocio •La responsabilidad corporativa en BBVA •Plan estratégico de responsabilidad y reputación corporativa •Sistema de gobierno corporativo •Sistema y función de cumplimiento •Principio de precaución: la gestión del riesgo •Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales •Creación de valor para los grupos de interés.	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	16	•Identificación y diálogo con los grupos de interés en BBVA •Integración de las expectativas de los grupos de interés en la gestión •Asuntos relevantes: riesgos y oportunidades •Comunicación a los grupos de interés.	
TEMAS RELEVANTES	ORIENTACIÓN AL CLIENTE	20	•Calidad, satisfacción y atención al cliente •Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio •Accesibilidad a servicios financieros.
	INCLUSIÓN FINANCIERA	26	•Corresponsales No Bancarios •Segmento Joven •Microcréditos.
	FINANZAS RESPONSABLES	28	•Grandes empresas y financiación de proyectos • Gestión de riesgos •Sobreendeudamiento • Prevención del banqueteo de capitales y de la financiación de actividades terroristas
	PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES	32	•Previsión social •Apoyo a exportadores •Apoyo a pymes •Instituciones públicas •Instituciones privadas no lucrativas •Productos y servicios con carácter ambiental.
	GESTIÓN RESPONSABLE DE LOS RRHH	36	•Perfil de los empleados •Empleo y selección •Valoración, desarrollo profesional y compensación •Formación y gestión del conocimiento •Beneficios sociales y otras iniciativas •Comunicación interna •Clima laboral •Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos •Salud y seguridad laboral.
	COMPRAS RESPONSABLES	44	•Política y modelo corporativo de compras •Homologación de proveedores •Herramientas de gestión y de aprovisionamiento •Proyectos responsables con proveedores
	GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO	47	•Política ambiental y sistema de gestión ambiental • Impacto ambiental directo: ecoeficiencia • Formación y sensibilización ambiental: campaña bbva colombia.
	COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	50	•Asuntos relevantes y datos básicos •Asignación y aplicación •Seguimiento y evaluación •Morales de sueños •Convenio BBVA - OEI •Convenio BBVA - UNICEF •Ruta Quetzal BBVA •Otras líneas de trabajo destacadas •Donaciones y ayudas sociales.
	57	PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DEL MILENIO	
	59	INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE Y CRITERIOS DEL INFORME	
	62	INDICADORES GRI	
	64	LINEAMIENTOS DE TRABAJO - OBJETIVOS 2009	
	66	INDICADORES CLAVE DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	
	66	PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS	

PERFIL BBVA COLOMBIA



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

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

Nuestro equipo está conformado por 4.323 colaboradores y la sede principal se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá. Contamos con 298 oficinas de Banca Comercial en las principales ciudades del país, una oficina de atención exclusiva al segmento VIP, tres oficinas de Banca Corporativa, 21 de Banca de Empresas y dos de Banca Institucional. Adicionalmente, disponemos de una red de 755 cajeros electrónicos y 50 corresponsales no

bancarios, con los cuales se da mayor cobertura en plazas donde el Banco antes no tenía oficinas.

BBVA tiene presencia en Colombia a través de las siguientes entidades: BBVA Colombia con sus filiales BBVA Fiduciaria S.A., BBVA Valores S.A. y BBVA Leasing S.A. que entró en funcionamiento el 2 de enero de 2008, con un capital inicial de \$25.000 millones, aumentado a \$50.000 millones en el mes de junio de 2008. En su primer año de operaciones, BBVA Leasing enfocó principalmente su estrategia a la atención a clientes de BBVA Colombia, para atenderlos con el portafolio básico de leasing.

A 31 de diciembre de 2008 la compañía registró un saldo de activos totales de \$163.293 millones; el valor de las compras de activos adquiridos durante el año fue de \$160.922 millones.

Es de destacar que la calificadora de riesgo BRC Investor Services otorgó a BBVA Leasing la máxima calificación posible, AAA (triple A) para el largo plazo y BRC1+ para el corto plazo, con lo que podemos ofrecer confianza a los inversionistas. Esto fue posible gracias al hecho de contar con el respaldo y know how de BBVA Colombia, sinergias, políticas adecuadas de riesgos y buen gobierno corporativo, plataforma tecnológica y un equipo humano altamente calificado.

De igual forma, existen otras filiales de BBVA en Colombia como son BBVA SEGUROS COLOMBIA S.A. y BBVA SEGUROS DE VIDA COLOMBIA S.A. al igual que la Administradora de Fondos de Pensiones y Cesantías BBVA Horizonte S.A.

BBVA tiene presencia en Colombia desde 1996, como resultado de la compra de 40% del Banco Ganadero por parte de Banco Bilbao Vizcaya

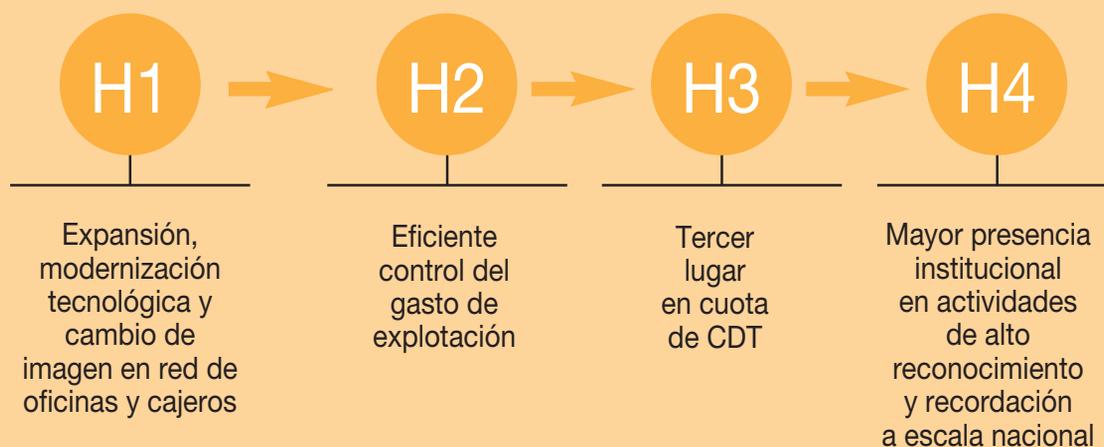
Argentaria S.A. y Bilbao Vizcaya América, procediendo a cambiar la razón social de la entidad por Banco Bilbao Vizcaya Argentaria Colombia S.A. – BBVA Colombia. Durante los años siguientes (1997 – 2001) BBVA realizó operaciones de compra sobre la porción remanente de las acciones, hasta alcanzar una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

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

Composición accionaria BBVA Colombia

Nombre	Participación
Banco Bilbao America	19,23 %
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.	76,20 %
Otros	4,57 %
Total	100,00 %

Principales hitos de BBVA Colombia en 2008



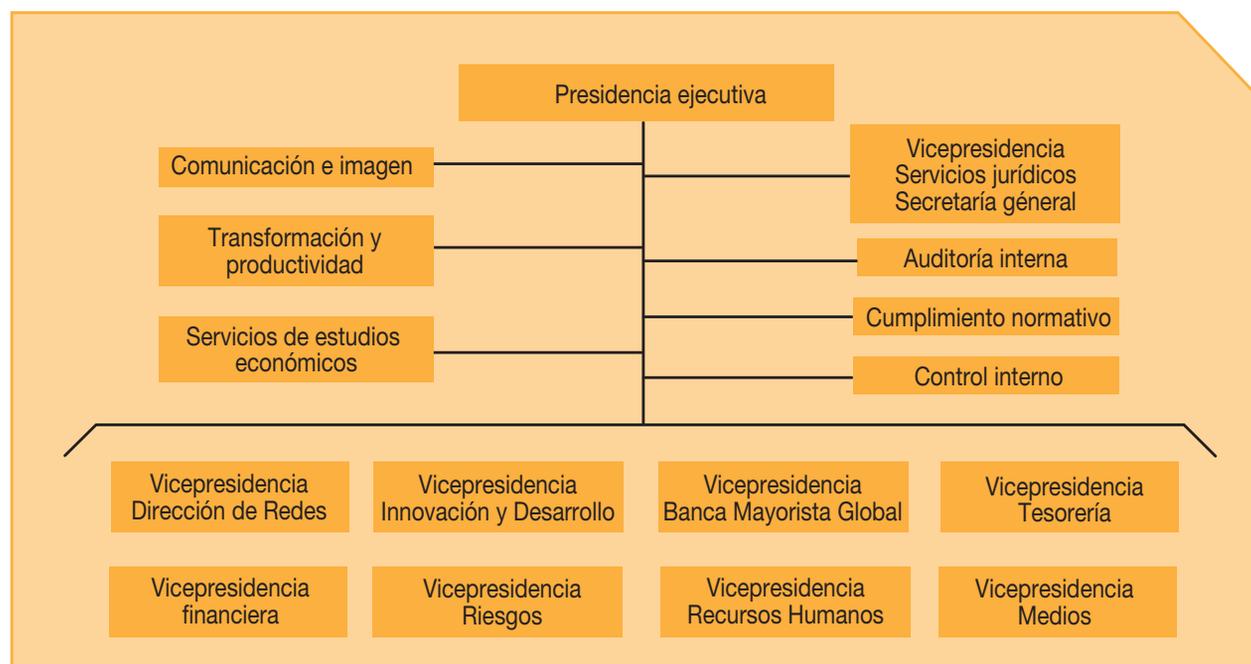
Datos relevantes de BBVA Colombia

	2008	2007
Balance (en miles de millones de pesos)		
Activo total	20.232	17.443
Recursos gestionados	15.165	13.263
Inversión crediticia neta	13.563	11.290
Fondos propios	1.775	1.506
Cuenta de resultados (En miles de millones de pesos)		
Margen de Intermediación	1.179	939
Margen financiero	1.190	949
Comisiones	264	254
Gastos de personal	301	297
Gastos generales	230	215
Beneficios antes de impuestos	512	413
Beneficios después de impuestos	359	320
Ratios		
Ratio de recurrencia	41,96 %	42,37 %
Ratio de eficiencia	39,72 %	47,83 %
ROE	22,69 %	23,40 %
ROA	1,95 %	2,07 %
Morosidad	2,96 %	1,43 %
Cobertura de mora	145,94 %	280,20 %
Cuota de mercado ⁽¹⁾		
Depósitos	11,47 %	11,85 %
Colocaciones	11,25 %	11,07 %
Depósitos + colocaciones	11,36 %	11,45 %
Otros datos		
Empleados	4.323	4.457
Oficinas banca comercial	298	290
Oficinas banca mayorista	3	3
Oficinas banca de empresas	21	18
Oficinas banca institucional	2	2
Oficinas banca personal	1	1
Corresponsales no bancarios	50	18
Cajeros automáticos	755	750

Datos super financiera a diciembre de 2008

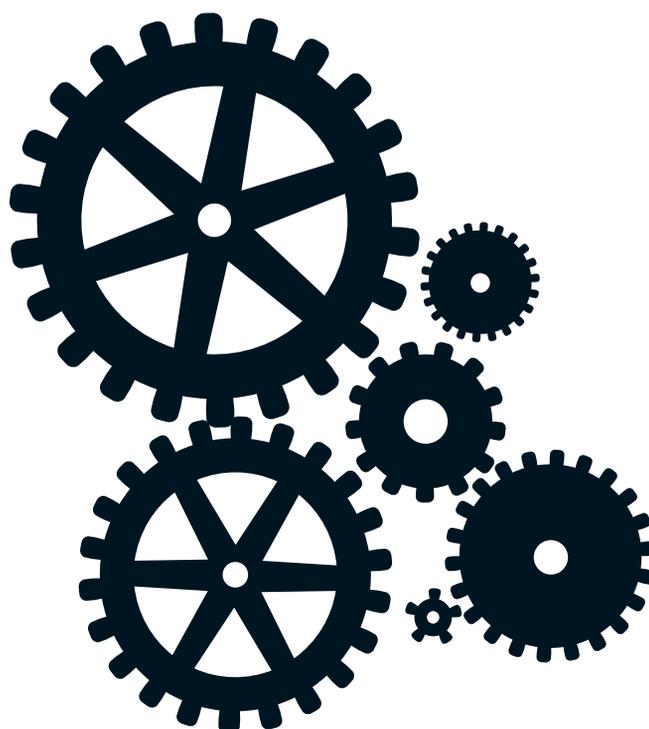
⁽¹⁾ Los datos reportados en el estado de resultados cambia respecto del año anterior debido a modificaciones en la metodología de la agrupación de algunas cuentas de ingresos en gestión BBVA

ORGANIGRAMA DEL BANCO



ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

En BBVA Colombia contamos con más de 50 años de experiencia, durante los cuales nos hemos caracterizado siempre por ser una de las entidades más sólidas del sistema financiero colombiano, dinamizadora del sector bancario y de grandes aportes al desarrollo del país. Lo anterior nos ha llevado a ocupar siempre los primeros lugares en el sector. Actualmente, poseemos una amplia red de oficinas, distribuidas en 91 ciudades a lo largo y ancho del territorio nacional, con presencia en 30 de los 32 departamentos que conforman el país. Además BBVA Colombia para la atención de los diferentes segmentos cuenta con oficinas especializadas de tal manera que se suplan las necesidades de los clientes de la manera más expedita y personalizada. Para el eficiente direccionamiento y gestión de esta amplia red de distribución contamos con una estructura comercial distribuida de la siguiente manera:



Red Banca Comercial

Departamento	No. oficinas
Bogotá	91
Antioquia	38
Valle	31
Atlántico	15
santander	14
Cundinamarca	11
Bolívar	8
Magdalena	7
Risaralda	7
Boyacá	6
Caldas	6
Córdoba	6
Guajira	6
Huila	6
Tolima	6
Cesar	5
Meta	5
Norte de Santander	5
Casanare	4
Nariño	4
Quindío	4
Sucre	3
Cauca	2
Putumayo	2
Amazonas	1
Arauca	1
Caquetá	1
Chocó	1
San Andrés	1
Vichada	1
TOTAL	298

Red Banca mayorista

Plaza	No. oficinas
Bogotá	1
Medellín	1
Cali	1
TOTAL	3

Banca de Empresas

Plaza	No. Oficinas
Bogotá	9
Medellín	3
Cali	3
Barranquilla	4
Bucaramanga	1
Cartagena	1
TOTAL	21

Banca Institucional

Plaza	No. oficinas
Bogotá	2

Banca VIP

Ciudad	No. oficinas
Bogotá	1

CARTA DEL PRESIDENTE

En BBVA Colombia venimos trabajando con mucho interés y profesionalismo en la consolidación de nuestras acciones en materia de Responsabilidad Corporativa, y además de trabajar durante el año 2008 con mucho empeño en desarrollo de nuestro plan de acción, por segundo año consecutivo nos dimos a la tarea de consolidar nuestra información en esta materia y presentar un balance de nuestras principales acciones.

Este Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 que ustedes tienen en sus manos, ha sido sometido a una rigurosa auditoría externa por parte de una de las firmas más prestigiosas en todos los ámbitos, lo que además de traducir el alto grado de compromiso de BBVA Colombia con la Responsabilidad Corporativa, es la garantía de que la información que aquí relacionamos sobre nuestros programas y acciones goza de un análisis profesional.

Lo anterior significa que el texto que ustedes tienen en sus manos no es en esencia una relación simple de actividades, sino un informe que se realiza cada vez con mayor profesionalismo y ligado a una serie de indicadores internacionales que miden variables que apuntan a establecer el verdadero aporte y compromiso de BBVA Colombia con la sociedad en general, los clientes, empleados y autoridades, entre otros.

Todo esto ratifica que en BBVA Colombia nuestros intereses van mucho más allá del desarrollo de negocios y que estamos comprometidos con el desarrollo social, con el respeto por el medio ambiente, con mantener una oferta adecuada de productos y servicios, con mejorar en calidad nuestro servicio, con consolidarnos como una de las mejores empresas para trabajar e implementar otros frentes de trabajo que en esencia apuntan a la sostenibilidad; aspecto que cada vez en las empresas estamos

profundizando más, pues vemos en ella el único camino posible para el futuro. En tal sentido se hace necesario, además de actuar con ética, transparencia y responsabilidad, apoyar el desarrollo social para construir la base de ese futuro, cumplir a cabalidad con los requerimientos de las autoridades, aportar valor a nuestros accionistas e impulsar planes encaminados a que el desarrollo de nuestras actividades no impacte negativamente en el medio ambiente.

En síntesis, la sostenibilidad abarca todas las actuaciones de hoy, para hacer viable hacia el futuro no sólo nuestro negocio sino todo el entorno.

Finalmente, debo comentarles que el presente informe evidencia el compromiso de BBVA Colombia con actuaciones como empresa responsable en todos los ámbitos en los que actuamos y por eso quiero invitarlos a leer este documento que resume nuestras principales acciones como empresa integralmente responsable durante el ejercicio 2008.

Óscar Cabrera Izquierdo,
Presidente BBVA Colombia



PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA (RC) DEL GRUPO BBVA TIENE COMO MISIÓN LA DEFINICIÓN DE COMPROMISOS Y EL IMPULSO DE COMPORTAMIENTOS QUE SON EXPRESIÓN DE LA VISIÓN Y LOS PRINCIPIOS DE BBVA, RESPONDIENDO DE LA MEJOR MANERA POSIBLE A LAS EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y REFORZANDO LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO DEL GRUPO.

VISIÓN, PRINCIPIOS CORPORATIVOS Y POSICIONAMIENTO.

VISIÓN. En el contexto de crisis global actual, la visión de BBVA, *Trabajamos por un futuro mejor para las personas* cobra todavía mayor valor.

Con ella, BBVA busca establecer vínculos emocionales que generen confianza y apoyo en la relación con sus principales públicos, con el fin último de crear un futuro mejor para todos los grupos de interés.

En este marco de referencia, BBVA entiende la Responsabilidad Corporativa como un compromiso real, basado en la acción de aportar el máximo valor posible a sus grupos de interés directos –accionistas, clientes, empleados y proveedores— y al conjunto de las sociedades en las que opera la empresa.

PRINCIPIOS CORPORATIVOS. El Grupo BBVA quiere ser una empresa que escucha a sus grupos de interés y que integra de la mejor manera posible sus expectativas en todos los ámbitos de su comportamiento. Y ello empieza con la propia definición de

su visión y principios, que son el resultado de un proceso de escucha y de integración de expectativas, valores y aspiraciones de los principales grupos de interés de BBVA. El resultado de definir *lo que queremos ser* (directivos y empleados), *lo que debemos ser* (otros grupos de interés) y lo que somos (historia, fortalezas y debilidades del Grupo).



Los 7 principios corporativos de BBVA



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

POSICIONAMIENTO. La identidad y el posicionamiento de la marca corporativa de BBVA vienen definidos por la combinación de tres ejes básicos que resumen la visión del Grupo y que son los pilares sobre los que construye su estrategia de negocio, su marca y su reputación: los principios corporativos, la prioridad de la innovación y la idea de *trabajar de personas para personas*. La marca *Adelante* sintetiza

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

ESTRATEGIA DE NEGOCIO | Los principios constituyen los fundamentos del proyecto de BBVA. Su modelo de gestión no sólo se sirve de la *Rentabilidad ajustada al Riesgo (RaR)* como la herramienta para medir el valor que crea el Grupo, sino que va más allá, observando además rigurosos criterios éticos: la integridad, la transparencia, la gestión prudente del riesgo y las buenas prácticas. Por tanto, la estrategia y modelo de negocio se basa también en la rentabilidad ajustada a los principios.

En el entorno actual de crisis financiera, económica y de valores, este modelo está más vigente que nunca y supone una clara competencia distintiva de BBVA para fortalecer la construcción de credibilidad y confianza. Para BBVA esta es la clave que garantiza la creación de valor de forma sostenida en el tiempo para todos los grupos de interés.



En 2008 se ha seguido implementando el Plan de Innovación y Transformación del Grupo, cuyos principales objetivos son:

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

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

LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN BBVA

OBJETIVOS. En BBVA Colombia, el objetivo central de la Responsabilidad Corporativa debe ser contribuir a marcar la diferencia. En este sentido, la política es definir comportamientos e impulsar aquellos que permitan generar valor para todos los grupos de interés (valor social) y para BBVA (valor reputacional y valor económico directo).

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

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

- Desarrollar en todo momento su actividad principal de forma excelente.
- Minimizar los impactos negativos derivados de la actividad de negocio.
- Desarrollar oportunidades sociales de negocio que generen valor social y valor económico para BBVA.

- Invertir en las sociedades donde estamos presentes mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente las relacionadas con la educación.

GESTIÓN Y GOBIERNO DE LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA.

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

- Apoyar a la administración en los programas que este recomiende realizar dentro de la política de responsabilidad corporativa del Banco.
- Asistir a las reuniones convocadas por la administración.
- Realizar recomendaciones a la entidad sobre temas de responsabilidad corporativa.
- Definir las políticas integrales de actuación de BBVA Colombia como empresa responsable.

En 2008 se continuaron grandes avances en la integración de la Responsabilidad Corporativa en la estrategia de negocio; así, en el mes de octubre se produjo la consolidación del Comité de RRC que está presidido por el primer ejecutivo *-country manager-* y constituido por directivos de las áreas financiera, Recursos Humanos, Jurídica, Comunicación e Imagen, Operaciones, Innovación y Desarrollo, Dirección de Redes, Banca de redes, Tesorería y Riesgos.

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

- Seguimiento y evaluación de la opinión de los grupos de interés (escuchar).

- Propuesta de criterios, políticas y comportamientos responsables en todas las áreas de la actividad y de manera transversal (hacer).
- Comunicación y diálogo de las actuaciones realizadas (comunicar).



PLAN ESTRATÉGICO DE RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

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

El Plan Estratégico de RRC permite, además:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

La educación financiera es una apuesta de alto valor social por cuanto persigue promover la decisión informada por parte de clientes y no clientes. Una decisión informada facilita la mejora de la situación financiera personal, mejora la gestión del riesgo para las entidades financieras, favorece el ahorro y fortalece el sistema financiero en su conjunto. Una decisión informada revierte en un deudor más responsable y en un ahorrador más consistente.

La inclusión financiera es también un eje en el que BBVA trabaja desde hace tiempo con el objetivo de dar acceso a los servicios financieros a nuevos segmentos de la población.

Construcción de la estrategia de sostenibilidad del Grupo BBVA



SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

BBVA Colombia asume la importancia que para las grandes instituciones tiene contar con un sistema de Gobierno

Corporativo que oriente la estructura y funcionamiento de sus órganos sociales en interés de la sociedad y de sus accionistas.

El sistema de gobierno corporativo de BBVA Colombia se concibe como un proceso dinámico en función de la evolución de la sociedad, de los resultados que se hayan producido en su desarrollo, de la normativa que pueda establecerse y de las recomendaciones que se hagan sobre las mejores prácticas del mercado adaptadas a su realidad social.

BBVA Colombia en 2008 reformó sus estatutos sociales con el propósito de armonizarlos con el sistema de gobierno corporativo que se venía ajustando a las circulares externas 28, 56 y 61 de 2007, de la Superintendencia Financiera de Colombia, por las cuales se adoptó el “Código País”; así mismo, se introdujeron modificaciones sobre la encuesta de

gobierno corporativo y se regularon las funciones del oficial de cumplimiento. Los resultados de la primera Encuesta *Código País* revelados por la SFC en el mes de septiembre de 2008 evidenciaron que sólo seis emisores de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia presentaron un porcentaje de cumplimiento de las medidas del Código País superior a 80%. Entre estos emisores se encuentra BBVA Colombia con un cumplimiento de 81,08%, lo cual demuestra que el Banco es una de las entidades del sector con mayor compromiso en el fortalecimiento de su gobierno corporativo.

La medida adoptada por la mayoría de las entidades del sector financiero hace referencia a la reunión mensual de la Junta Directiva. Por el contrario la medida que menos cumplen las entidades del sector es la número 25 que hace referencia a la creación del comité de gobierno corporativo. En este punto es importante destacar que BBVA Colombia es uno de los dos (2) establecimientos bancarios que cuenta

con el Comité de Gobierno Corporativo para apoyar a la Junta Directiva en los asuntos relacionados con el cumplimiento de las buenas prácticas de gobierno corporativo, entre otras funciones.

Los resultados de esta encuesta son evaluados rigurosamente y apreciados por el mercado como elemento base para la toma de decisiones en materia de inversión, de ahí la importancia de mantener nuestro sistema de gobierno corporativo a la vanguardia de las actualizaciones en la materia.

SISTEMA Y FUNCIÓN DE CUMPLIMIENTO

BBVA Colombia está comprometido con el estricto cumplimiento de la ley, pero además considera que la observancia

sistemática de estándares de comportamiento ético es una fuente de creación de valor estable y se constituye en requisito indispensable para preservar la confianza de la sociedad en cualquier institución.

Se tienen establecidos los principios básicos asumidos por BBVA para la gestión de determinadas cuestiones que pueden llegar a afectar a la Integridad Corporativa y que se enmarcan dentro del denominado Riesgo de Cumplimiento, que deriva básicamente de la forma en que una entidad conduce sus relaciones de negocio con terceros y sus actuaciones en los mercados, y que principalmente tiene su origen en obligaciones recogidas en disposiciones normativas sobre las cuestiones que se citan más adelante. Las medidas dirigidas a asegurar el cumplimiento de estas obligaciones son responsabilidad de múltiples funciones o departamentos dentro de la organización, cada uno de ellos especializado en su concreto ámbito de actuación.

La función de cumplimiento junto con el resto de áreas especializadas (Riesgos y Asesoría Jurídica), forma parte del Marco Integral de Riesgos de la entidad, entendido este como el proceso dentro de una organización que, involucrando a su Junta Directiva, su Alta Dirección y todo su personal, está diseñado para identificar los riesgos potenciales a los que se enfrenta la institución, y que los mismos

son gestionados dentro de los límites establecidos, de forma que se aseguren, de manera razonable, los objetivos del negocio.

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

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

PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN: LA GESTIÓN DEL RIESGO

El riesgo está en el corazón del negocio bancario y forma parte integrante e inevitable de su actividad. Desde BBVA

se ha seguido un criterio general que rige la gestión integral del Grupo y específicamente el de la Responsabilidad Corporativa: respeto al principio de precaución, fundamentado en criterios de valoración de los riesgos prudentes, consistentes y basados en la experiencia.

Por otro lado, los intensos cambios en el entorno, protagonistas fundamentales de los últimos tiempos, plantean a las entidades financieras nuevos desafíos a los que deben hacer frente mediante nuevos principios de gestión del riesgo. Es así como se han establecido tres grandes objetivos, complementarios entre sí, para la función de riesgos de BBVA:

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

- Contribuir a que las decisiones a cualquier nivel estén orientadas a la creación de valor para el accionista, a partir del concepto de *Rentabilidad ajustada al Riesgo*.

ESTÁNDARES DE CONDUCTA, COMPROMISOS Y ACUERDOS INTERNACIONALES.

CÓDIGO DE CONDUCTA. Elemento básico en el sistema de cumplimiento es el Código de Conducta del Grupo BBVA, que define y desarrolla los fundamentos del comportamiento

ético y las pautas de actuación necesarias para preservar una de sus principales fuentes de creación de valor: la integridad corporativa.

CODIGOS ESPECIFICOS DE AREAS FUNCIONALES. El Código de Conducta Corporativo es aplicable a la totalidad de las entidades y de los empleados del Grupo. Refleja públicamente el conjunto de los compromisos de BBVA con sus grupos de interés directos- accionistas, clientes, empleados y proveedores- y con las sociedades en las que opera la compañía.

Además del Código de Conducta para los empleados del Grupo, la compañía ha dotado de otros instrumentos específicos para la gestión de los compromisos básicos en cada área funcional. Los más importantes son:

- Reglamento del Comité de Auditoría y Cumplimiento.
- Código de conducta en el mercado de valores
- Código de conducta para la prevención de lavado de activos y financiación de actividades terroristas.
- Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA Colombia.
- Política de financiación de empresas productoras de armas de fuego y de destrucción masiva.

CUMPLIMIENTOS LEGALES. Durante el ejercicio de 2008 no se han registrado multas ni sanciones relevantes por incumplimiento de leyes o normativas relacionadas con aspectos medioambientales,

con desempeño en la sociedad o en el suministro y uso de productos y servicios de BBVA Colombia. Así mismo, no se han detectado demandas instauradas por empleados relacionadas con actitudes de discriminación, ni reclamaciones judiciales de importancia sobre las condiciones laborales, dando así cumplimiento a lo establecido en la legislación laboral vigente.

ACUERDOS INTERNACIONALES SUSCRITOS. En BBVA seguimos apoyando las siguientes iniciativas:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (www.globalcompact.org)
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI) (www.unepfi.org).
- Principios de Ecuador (www.equator-principles.com).
- Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas (www.unpri.org).

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

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

CREACIÓN DE VALOR PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS.

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

Entre otras muchas funciones, canalizan recursos desde agentes con excedentes hacia sectores que los necesitan para la inversión o el consumo (desa-

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

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

Creación de valor directo tangible: detalle por grupos de interés (Millones de pesos)

Grupos	Indicador de valor	2008	2007
Accionista	Dividendos	179.528	159.703
Empleados	Gastos de personal	301.469	297.390
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	1.115.603	741.244
Proveedores	Otros gastos de administración ¹	229.826	215.009
Sociedades	Contribuciones impuestos sobre beneficios y otros impuestos	180.450	113.169
	Recursos destinados por BBVA Colombia para el apoyo a la comunidad	3.668	2.160

⁽¹⁾ Se ha seleccionado este concepto como aproximación a los pagos realizados a terceros en concepto de compras y servicios prestados

Valor económico generado y distribuido (Millones de pesos)

Indicador de valor	2008	2007
Valor Económico Generado (VEC)	1.546.919	1.221.517
Margen financiero	1.190.398	948.524
Comisiones netas	264.461	253.893
ROF	133.326	50.554
Otras ganancias o pérdidas netas ⁽¹⁾	-41.267	-31.455
Valor económico distribuido (VEG)	891.273	785.271
Dividendos	171.323	152.405
Resultados atribuidos a la minoría	8.204	7.298
Proveedores y otros gastos administración (excluidos sueldos y salarios)	229.826	215.009
Impuestos	180.450	113.169
Gastos de personal	301.469	297.390
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)	655.646	436.246
Reservas	179.528	159.805
Provisiones y amortizaciones ⁽²⁾	476.118	276.441

¹ Incluye otros ingresos y, o, cargas de explotación+ enajenaciones + otros resultados

² Incluye amortizaciones + dotaciones de insolvencia + saneamiento inmovilizado financiero+ otras dotaciones + amortizaciones crédito mercantil.

PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

EN BBVA TRABAJAMOS PARA DIFERENCIARNOS Y GANAR LA CONFIANZA DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS. PARA HACERLO POSIBLE ASEGURAMOS LA TRANSPARENCIA, CERTIFICACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN QUE LES OFRECEMOS. AL MISMO TIEMPO QUE INTEGRAMOS, EN NUESTRAS ACTIVIDADES ORDINARIAS, SUS EXPECTATIVAS EN LOS TEMAS QUE SON MAS RELEVANTES PARA ELLOS Y PARA NUESTRA VISIÓN

IDENTIFICACIÓN Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS EN BBVA

En BBVA definimos a los grupos de interés como todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente a nuestra actividad

y decisiones, y, o, que se ven afectadas por ellas.

Para la identificación de los grupos de interés hemos consolidado el trabajo de consulta de 2007, con el fin de delimitar las personas, instituciones o colectivos que componen cada grupo y profundizar sobre las expectativas que tienen, en los temas más relevantes, con respecto a las actividades de BBVA.

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

La finalidad de la escucha y el diálogo es dar respuesta, de forma oportuna y completa a las inquietudes planteadas por nuestros grupos de interés y que hagan referencia a temas de relevancia

para ellos.. En este sentido, es una de las herramientas de gestión que emplea BBVA para tomar decisiones sobre los temas prioritarios que deben integrarse en nuestro desempeño cotidiano, sobre las oportunidades nuevas de creación de espacios de valor compartido y sobre los que debemos informar y comunicar a los grupos de interés. El objetivo de BBVA es avanzar en un modelo de empresa que escucha y aprende a relacionarse con sus grupos de interés.



Una estrategia compleja y difícil de imitar, generadora de los dos recursos intangibles de gran valor para las organizaciones: la innovación y la reputación. Una tarea que debe llevarse a cabo de forma ordenada y sistemática, mediante canales y sistemas robustos de investigación que permitan crear indicadores y cuadros de mando capaces de recoger las expectativas de los grupos de interés y de demostrar el retorno positivo para la organización de este proceso. Retorno en diferenciación y generación de valor concretado en tres ámbitos complementarios: 1) elegibilidad, una diferenciación que atrae accionistas e inversores institucionales, 2) oportunidades sociales de negocio, una diferenciación basada en

la innovación, en nuevos productos y servicios, nuevos modelos de negocio y nuevos segmentos de población, y 3) captación y retención del talento, una diferenciación que atrae más eficientemente a nuevos empleados y compromete a los actuales.

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

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



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

INTEGRACIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS EN LA GESTIÓN

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

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

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

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

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

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

El Reprtrak tiene un modelo de medición y gestión de la reputación estrechamente vinculado a la gestión de la responsabilidad y orientado a la creación de valor para el Grupo, y que gestiona directamente el departamento de Comunicación e Imagen

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

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

Este modelo de medición posibilita a BBVA:

- a) Conocer la percepción que sobre la entidad tiene cada uno de los grupos de interés analizados, y en concreto, los puntos fuertes y débiles en términos absolutos y en relación con otras empresas dentro y fuera del sector.
 - b) Entender el nivel de relevancia y prioridad de cada aspecto para cada grupo de interés, lo que permite una mayor eficiencia en la focalización de esfuerzos para integrar las expectativas de cada grupo en la gestión.
 - c) Facilitar la implicación transversal de las distintas áreas del Grupo en la ejecución de planes de acción que fortalezcan la responsabilidad y la reputación corporativa.
2. En 2008 se realizó una consulta cualitativa a nuestros grupos de interés en los principales países en los que operamos mediante cuestionarios, entrevistas, talleres y grupos de discusión. Participaron accionistas, empleados, proveedores y clientes, además de expertos en sostenibilidad, medios de comunicación, representantes de organizaciones sociales, culturales y medioambientales. El resultado de este traba-

jo permitió la identificación y caracterización de los asuntos más relevantes, tanto para informar como para generar políticas específicas.

3. Participación en 2008 del estudio de rankings de las 100 empresas líderes más reputadas en Colombia, realizado por MERCO, Monitor empresarial de Reputación Corporativa, que contó con la participación de más de 1.000 empresas.

ASUNTOS RELEVANTES: RIESGOS Y OPORTUNIDADES

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

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

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

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

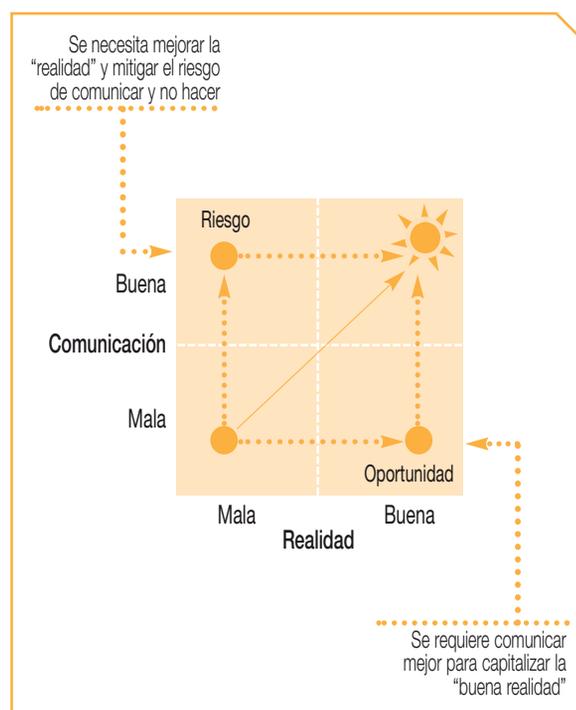
COMUNICACIÓN A LOS GRUPOS DE INTERÉS

La construcción de confianza y de buena reputación implica entender la comunicación

como una herramienta necesaria para valorar nuestro comportamiento responsable.

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

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



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

El Informe anual de responsabilidad corporativa es el principal instrumento de comunicación, la aplicación de estándares, métodos de verificación, certificación y aseguramiento respaldan la veracidad y la relevancia de la comunicación que realizamos a nuestros grupos de interés para mejorar sus percepciones, para fortalecer por tanto nuestra buena reputación.

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

ANTE LA COYUNTURA ACTUAL, BBVA REFUERZA SU COMPROMISO CON LAS BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES, UN SERVICIO DE CALIDAD, EL ACCESO AL CRÉDITO Y LA TRANSPARENCIA. TODO ELLO PARA SEGUIR CONSTRUYENDO RELACIONES A LARGO PLAZO CON NUESTROS CLIENTES



CALIDAD, SATISFACCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

En 2008, BBVA Colombia continuó dando pasos importantes hacia la consolidación de la calidad de servicio como eje fundamental y transversal en su gestión; para esto se llevan a cabo tres acciones que determinan las directrices de calidad y demuestran su relevancia dentro del actuar del Banco.

En primer lugar, se define un plan estratégico de calidad que permite identificar las variables críticas de servicio: tiempo en filas, quejas y reclamos y actitud de servicio, que son ampliamente reconocidas por nuestros clientes y ante las cuales son más sensibles; con base en lo anterior se definen planes de acción de corto y mediano plazo enfocados a mejorar la percepción de nuestros clientes.

En segunda instancia, se asignan hasta 25 puntos en temas de calidad dentro de la incentivación variable de los funcionarios del Banco, con un foco fundamental en la satisfacción general de nuestros clientes y su percepción de la calidad de nuestro servicio, haciendo especial énfasis en las variables críticas descritas antes.

Por último y en concordancia con lo descrito hasta el momento, se refuerzan las mediciones de calidad internas y externas aumentando el nivel de detalle y exigencia; para lo anterior (i) se establecieron planes de calidad para cada una de las áreas de negocio del Banco, definiendo objetivos exigentes y en todo momento comparativos con el sector, (ii) se contrataron, aplicaron y analizaron encuestas externas con la medición de más de 30 variables con impacto en la satisfacción de nuestros clientes y (iii) se definió



y aplicó una encuesta de satisfacción interna EPCI (Encuesta Proveedor Cliente Interno) totalmente “en línea” con preguntas genéricas que permiten realizar una comparación objetiva entre los diferentes servicios prestados internamente por las dependencias del Banco, así como preguntas específicas que le permiten a cada área valorar concretamente la percepción que sus clientes tienen sobre la calidad de sus servicios.

Los proyectos acometidos en 2008 alrededor de la mejora en las variables críticas de servicio, se centraron principalmente en la reducción del tiempo en filas, la actitud de servicio en la red comercial y la mejora en nuestro proceso de atención de quejas y reclamos.

En cuanto a tiempo en filas, se definió la utilización de un nuevo modelo de atención en caja con cubrimiento de 171 oficinas que permitió una mejora en los tiempos en filas de 37% en promedio, pasando de 12 minutos a 7,9 en las filas de clientes y de 20 minutos a 12.13 en las filas de no clientes (en una muestra de oficinas a Nov. 2008).

En actitud de servicio, se diseñó un plan de acción a mediano plazo con alcance en la red comercial, tendiente a aumentar la sensibilización sobre la importancia del servicio; para este efecto se inició la formación virtual de más de 1.700 funcionarios, como preámbulo a un ambicioso proyecto en el que de manera conjunta Recursos Humanos, Dirección de Redes y Gestión de la Calidad trabajarán durante 2009.

En este aspecto se ha hecho énfasis sobre la premisa de que la cultura de servicio no se enseña, solamente se puede interiorizar a través del compartir de buenas prácticas y del sentir de su necesidad, para lo cual se ha hecho especial énfasis en el decálogo de servicio, en el que se enuncian los principios que deben regir nuestro actuar: 1. El cliente como centro de nuestro negocio, 2. Todos unidos, 3. Lograr lo prometido, 4. Dedicación, 5. Excelencia en la asesoría, 6. Alegría, 7. Pasión por tu trabajo, 8. Agilidad, 9. Todo en su lugar, 10. Siempre adelante, siempre mejor.

Por otra parte, para mejorar nuestra atención de quejas y reclamos, se estableció en primera instancia un equipo multidisciplinario del más alto nivel en el Banco, en el que se definieron las directrices generales

que regirían el nuevo proceso basado en una descentralización del análisis y respuesta de quejas y reclamos en las áreas especializadas en cada tema, así como la delegación de algunas atribuciones para la toma de decisiones en la red de oficinas, todo lo anterior bajo el seguimiento y control de un equipo especializado en gestión de la calidad: el ASR (Administración del Sistema de Reclamos), cuya función básica es la de velar por la calidad y oportunidad de la respuesta de las quejas y reclamos del Banco; las acciones mencionadas permitieron reducir los reclamos pendientes de atención en 50%, pasando de 3.310 en 2007 a 1.649 al cierre de 2008, al mismo tiempo que se reducían los tiempos de respuesta de 14,4 días hábiles a 11,5 en el mismo período de tiempo.

Encuesta de satisfacción de clientes particulares

	2008	2007
Escala 1-100%		
Encuesta externa II		
Semestre	83,0	83,1

Fuente: Estudio Indica, Tecnología y Gerencia (TyG)

Tiempos de respuesta a Quejas y Reclamos (días)

	2008	2007
Entes de Control	8,1	14
Otras	12,4	16
TOTAL	11,5	14,4

Fuente: Aplicativo interno Supersolución

Reclamaciones pendientes (número de casos)

	2008	2007
Superintendencia Financiera	70	145
Defensoría del cliente	151	262
Otras	1.428	2.903
TOTAL	1.649	3.310

Fuente: Aplicativo interno Supersolución

Reclamaciones recibidas por tipo

	2008	2007
Transacción no reconocida ATM/Datafono	16,4%	11,8%
Cobro servicios o comisiones	14,7%	13,4%
Débito y no entregó ATM BBVA	11,0%	20,4%
Revisión o liquidación	9,7%	12,0%
No se remite información al cliente	6,2%	7,4%
Incumplimiento de Condiciones	4,7%	3,0%
Débito y no entregó ATM otras redes	4,3%	0,0%
Reporte centrales de riesgo	3,8%	3,0%
Suplantación presunta de persona	3,7%	2,5%
Transacción no reconocida CallCenter/Internet	3,4%	1,5%
Transacción cargada doblemente	2,7%	2,3%
Otros conceptos	19,5%	22,7%
TOTAL	100%	100%

Fuente: Aplicativo interno Supersolución

Número de reclamaciones ante la autoridad Superfinanciera

	2008	2007
Reclamaciones recibidas	2.510	2.202
Reclamaciones pendientes	70	145

Fuente: Aplicativo interno Supersolución

DEFENSOR DEL CLIENTE. El Defensor del Cliente tiene como función ser vocero de los clientes o usuarios ante las entidades. Así también, conocer, evaluar y resolver las quejas de carácter individual que los clientes o usuarios de las entidades le planteen en relación con las operaciones, contratos o servicios en los que, a juicio de los clientes, se les hubiera causado o estuviese causando algún perjuicio indebido, interviniendo como mediador entre clientes y entidades. El defensor estudiará la información aportada por las partes y tomará la decisión que deberá ser motivada y comunicada al cliente o usuario.

La Asamblea de Accionistas de BBVA Colombia S.A. designó para el período comprendido entre el 01 de abril de 2008 a 31 de marzo de 2010, a Eduardo Burbano Torres como Defensor del Cliente principal y como suplente se reeligió a Guillermo Enrique Dajud Fernández. Los ejecutivos antes mencionados también fueron designados por las respectivas Asambleas Generales de Accionistas como Defensores del Cliente de BBVA Horizonte Administradora de Fondos de Pensiones y Cesantías; BBVA Seguros Colombia S.A.; BBVA Seguros de Vida Colombia S.A., BBVA Fiduciaria, BBVA Valores S.A. y BBVA Leasing.

Defensor del Cliente

Clasificación de expediente por forma de Conclusión (número de casos)

	2008	2007
Total entradas del año	3.264	2.823
Inadmitidos por causa reglamentaria	207	228
Concluidos (1)	3.733	2.545
Desestimada	1.691	152
Resolución formal (a favor del reclamante)	614	353
Falta de contestación (solicitud de documentación adicional)	190	550
Pendientes de resolver a 31 de diciembre	267	736

(1) Incluye reclamaciones atendidas de periodos anteriores.

(2) Fuente: Aplicativo interno Supersolución

SEGURIDAD, PROTECCIÓN DEL CLIENTE Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

BBVA Colombia, en concordancia con lo exigido por las entidades reguladoras del sector, enfocó sus mejores esfuerzos para velar por el cumplimiento de los

requerimientos de seguridad y calidad de la información que se maneja a través de canales y medios de distribución de productos y servicios para clientes y usuarios cumpliendo con las siguientes premisas:

PREMISAS DE SEGURIDAD

- **Confidencialidad** y protección de la información de cliente, garantizando la no divulgación.
- **Integridad** en el manejo de la información del cliente garantizando la coherencia y precisión desde su creación hasta su destrucción.
- **Disponibilidad** de la información en el momento y en el formato que se requiere ahora y en el futuro, al igual que los recursos necesarios para su uso.

PREMISAS DE CALIDAD

- **Efectividad** con la información relevante, siendo pertinente su entrega oportuna, correcta y consistente.
- **Eficiencia** en el procesamiento y suministro de la información, utilizando de la mejor manera los recursos.
- **Confiabilidad** en la información entregada y apropiada para la administración de la entidad.

Los resultados de los esfuerzos mancomunados de las diferentes áreas del banco se enfocaron en aplicar estas premisas en todos nuestros canales de distribución de servicios financieros: oficinas, cajeros automáticos (ATM), receptores de cheques, receptores de dinero en efectivo, POS, sistema de audiorespuesta, sistemas de acceso remoto para clientes, internet y dispositivos móviles haciéndolos más seguros y confiables para los clientes, resultados que redundan en la fidelización de los mismos.

En el desarrollo de los criterios de seguridad y calidad mencionados, el BBVA realizó *inversiones*

representativas en *hardware*, *software* y equipos de telecomunicaciones siguiendo los estándares ISO 17799 y 27001, con el fin de que nuestros clientes tengan a su disposición las mejores opciones de manejo de sus recursos; entre estas se encuentran:

VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN DE CLIENTES EN LÍNEA. Mecanismo que permite validar la información de los clientes nuevos en Datacrédito al momento de la vinculación de estos al Banco.

IMPLANTACIÓN DE NUEVAS VERSIONES Y MEJORAS DE LOS APLICATIVOS CORPORATIVOS AURA / BBVA AUDIT. Se trata de la creación de nuevas alertas para dar seguimiento a fraudes internos, externos y operaciones indebidas que pueden perjudicar la funcionalidad del Banco.

CLAVE CAJERO AUTOMÁTICO. Solicitud de ingreso de clave al finalizar cualquier transacción, con el fin de generar mayor seguridad al cliente en sus operaciones.

ENVÍO DE NOTIFICACIONES A TRAVÉS DE CORREOS Y MENSAJES SMS AL CELULAR DEL CLIENTE. Servicio que además de ofrecer un valor agregado, brinda calidad y confianza al cliente en las transacciones, mediante el envío de un mensaje confirmando las transacciones o pagos de facturas realizadas por el canal de internet, las transacciones monetarias efectuadas en el canal *Call Center* y realizadas en el canal ATMS a través de un módulo de envío de mensajes (mail/sms) a clientes de las operaciones generadas con sus productos, dotando de herramientas al usuario que permitan aumentar la sensación de seguridad operativa en los diversos canales bancarios.

LÍMITES DE MONTOS DE PAGOS PSE PARA COMERCIO SOI. Implementación de límites y número de operaciones en la funcionalidad de pagos de servicios electrónicos - PSE brindando un mecanismo de control para nuestros clientes de cara a reducir la probabilidad de fraudes.

GENERACIÓN DE INFORMACIÓN PARA SEGUIMIENTO DE FRAUDES. Información del registro histórico de transacciones que se reciben en la plataforma del Banco, para determinar posibles comportamientos de transacciones fraudulentas en los ATM del BBVA.

CIFRADO FUERTE. Habilitación de técnicas de codificación destinadas a la protección de la información, que utilizan métodos de cifrado para garantizar la no vulnerabilidad de la información en las transacciones realizadas por los clientes en los distintos canales.

ACCESABILIDAD A SERVICIOS FINANCIEROS

INTERNET. BBVA net (www.bbva.com.co) es el medio dispuesto para que los clientes particulares realicen transacciones

vía internet desde cualquier lugar en el que se encuentren. Se ofrece disponibilidad 24 horas al día, 365 días del año con *up time* al más alto nivel.

Más de 318.000 clientes están registrados como usuarios del servicio que creció en 2008 más de 20%. En el 2008 se realizaron alrededor de 23 millones de operaciones por un monto superior a los \$862.000 millones, creciendo a ritmos de 25%. Continuamente se trabaja en la ampliación de servicios y en mejoras en seguridad para así ganar confianza en nuestros clientes.

CORRESPONSALES NO BANCARIOS (CNB). Establecimientos comerciales que prestan servicios bancarios básicos, como recepción de dineros por pagos de diferentes servicios públicos, depósitos en efectivo en cuentas del Banco, pago de facturas y pagos de las multas de los créditos otorgados por el Banco. Adicionalmente, permiten retiros en efectivo

CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA (CALL CENTER - IVR). BBVA ofrece la Línea BBVA, que al igual que nuestra web está disponible 24 horas al día durante los 365 días del año, con atención tanto

por IVR (Respuesta de Voz Interactiva) como por medio de asesores especializados.

En 2008 se realizaron alrededor de 7 millones de transacciones. Es importante destacar que este medio es un apoyo fundamental para los clientes por cuanto obtienen asesoría e información de los productos y servicios del Banco. BBVA Colombia esta comprometido para continuar trabajando en el desarrollo de nuevos servicios para la seguridad y satisfacción de nuestros clientes.

CAJEROS AUTOMÁTICOS. La Red B24 de BBVA Colombia tiene 755 cajeros automáticos en todo el país, siendo la quinta red en el mercado; durante 2008 se instalaron 15 nuevos cajeros, de los cuales ya están operativos 5. A través de esta red, BBVA permite a sus clientes no solamente disponer de los recursos que tiene en sus cuentas sino también realizar transferencias y pagar facturas, entre otros servicios. Adicionalmente, BBVA permite a sus clientes disponer de sus recursos a través de cualquier cajero automático del país.

En la Red B24 se realizaron durante 2008 más de 52 millones de transacciones, en promedio 4,4 millones de transacciones mensuales, convirtiéndose en el principal canal alternativo de BBVA Colombia. Su disponibilidad es 7x24, excepto en zonas donde la seguridad hace que en horas de la noche sean cerrados. BBVA Colombia trabaja permanentemente en mejorar e innovar en tecnología, cambiando su parque de ATMS por aparatos más modernos, seguros y de mayor capacidad.

BANCA MÓVIL. A finales del año 2008, BBVA Colombia lanzó el nuevo servicio de Banca Móvil. Este servicio permite a los clientes, a través de su teléfono celular, consultar sus cuentas, obligaciones y tarjetas, pagar sus tarjetas, obligaciones y servicios públicos, así como recargar los celulares prepago. Al final del año, ya contábamos con 3.150 clientes registrados, 375 de los cuales realizaron más de 10.400 transacciones.

PAGO DE NÓMINA. Con el objetivo de beneficiar al segmento de asalariados en Colombia, BBVA fortaleció su oferta de pago de nómina implementando nuevos portafolios que ofrecen al cliente la posibilidad de vincular varios productos con una cuota mensual que le representa un ahorro cercano a 50% sobre las tarifas ofrecidas por el Banco para productos que no forman parte del portafolio.

TIENDA VIRTUAL BBVA. Su principal objetivo es ofrecer a los clientes de BBVA Colombia un portal comercial de compras de productos y servicios en línea buscando incrementar la facturación en tarjetas de crédito. Con un nuevo servicio disponible en la página web denominado “Tienda Virtual”, nuestros clientes pueden realizar compras a través de sus tarjetas débito y crédito con la comodidad, y facilidad ofrecida por este canal.

INCLUSIÓN FINANCIERA

FAVORECER A NUEVOS SEGMENTOS DE LA POBLACIÓN EL ACCESO A LOS SERVICIOS FINANCIEROS ES UNA DE LAS EXPRESIONES MÁS GENUINAS DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA DE UNA ENTIDAD FINANCIERA

50

Corresponsales
No Bancarios

117.117

Transacciones
en los CNB

31.380

Cuentas activas
en el segmento
jóven

**CORRESPONSA-
LES NO BANCA-
RIOS** | Principal instrumento de la política gubernamental denominada Banca de Oportunidades, que busca permitir el acceso a los servicios bancarios de sectores de la población, antes al margen de los servicios financieros.

Son establecimientos comerciales que previo acuerdo con el Banco permiten a nuestros clientes realizar operaciones bancarias como retiros, consignaciones y pagos.

BBVA Colombia, producto de la alianza con la empresa antioqueña Edatel cuenta con 18 CNB ubicados en Antioquia. En el año 2008 gracias a la alianza con EDEQ (Empresa de Energía del Quindío), abrió ocho CNB en la Zona Cafetera, y tres más en el Putumayo, adicional al que ya se encontraba operando. Finalmente se realizó alianza con Olímpica, una de las grandes superficies que operan en Colombia y que permitirá abrir 20 puntos más, que estarán funcionando en su totalidad en 2009.



Como balance de operaciones en 2008, la red de Corresponsales No Bancarios presentó los siguientes resultados:

Corresponsales No Bancarios CNB	2008	2007	Variación
Número de CNB	50	18	64%
Número total de transacciones en el año	117.117	55.466	111,20%
Valor total de las transacciones realizadas	33.260,00	11.024,00	201,70%

SEGMENTO JÓVENES

Consciente de la importancia que tienen los jóvenes en la vida social y económica del país, BBVA Colombia lanzó en 2008 Blue BBVA, un programa corporativo que busca satisfacer las necesidades de este segmento con productos y servicios financieros en condiciones especiales, el cual ofrece descuentos de más de 50% en la cuota de manejo de sus tarjetas, un portal de internet exclusivo y alianzas con establecimientos comerciales. Esta oferta tiene entre sus productos, cuenta de ahorros, tarjeta débito y tarjeta de crédito cuota fija con y sin avalista, junto con sus respectivas tarjetas minis para mayor seguridad de los jóvenes. Con este programa buscamos ser la primera experiencia financiera de los jóvenes, habiendo diseñado dos portafolios que les ayudarán a ahorrar e iniciar su propio historial crediticio.

Al cierre de 2008 se cuenta con 31.308 cuentas activas y más de 2.100 tarjetas de crédito vigentes.

MICROCRÉDITOS

Como parte de su política de Responsabilidad Corporativa y siendo concordante con sus propósitos de inclusión financiera, BBVA Colombia ha visto en el microcrédito la oportunidad que tienen grandes segmentos de la población menos favorecida de acceder a una variedad de servicios financieros, como depósitos, préstamos y seguros, entre otros.

En este segmento y tras la creación y puesta en marcha de Bancamía, se focalizan los esfuerzos para cumplir con el objetivo de dar acceso a los servicios financieros a nuevos segmentos de la población, incluida la de bajos ingresos. Esta entidad cuenta con una participación accionaria de 51% de la Fundación Microfinanzas BBVA y de 49%, distribuido en partes iguales, entre la Corporación Mundial de la Mujer Medellín y la Corporación Mundial de la Mujer Colombia.

FINANZAS RESPONSABLES

HABLAR DE SOSTENIBILIDAD EN EL NEGOCIO FINANCIERO REQUIERE NO OLVIDAR LOS IMPACTOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES DE LAS ACTIVIDADES DE NUESTROS CLIENTES.

26 %

Crecimiento en financiación de grandes proyectos

\$74.000 millones

Recursos destinados en proyectos de vivienda de interés social

3.126

No. de empleados que han participado en acciones formativas sobre blanqueo de capitales

GRANDES EMPRESAS Y FINANCIACIÓN DE PROYECTOS

A lo largo de 2008, BBVA a través de la Banca de Empresas presentó un crecimiento de 26% en su volumen de inversión, superando así los 2 billones de pesos en este rubro. Su contribución se reflejó en diversos sectores económicos, tales como transporte masivo, obras civiles, gas y otros combustibles, servicios de salud, entre otros, contribuyendo significativamente al progreso de las diferentes regiones del país. En materia de proyectos, consolidó su participación en los Sistemas Integrados de Transporte

Masivo de las principales ciudades del país. Para el desarrollo del Sistema de Transporte MIO en Cali se aprobó \$110.000 millones y para Metrolínea en Bucaramanga autorizó \$12.500 millones. Ambos proyectos se encuentran enmarcados en políticas de responsabilidad social e impacto positivo en la gestión ambiental de estas ciudades.

Adicionalmente, a través de la Banca Corporativa de BBVA Colombia y de manera conjunta con BBVA Tokio y el JBIC (Banco de Cooperación Internacional de Japón) se logró la financiación exitosa del Proyecto Hidroeléctrico Porce III, el cual



aumentará la capacidad de generación de energía de Empresas Públicas de Medellín, siendo el mayor proyecto de generación eléctrica (660 MW) en construcción en Colombia. Estos proyectos contribuirán de manera significativa con el desarrollo económico de las diferentes regiones del país.

Durante el 2008, también participamos en la financiación de proyectos de ampliación y modernización de plantas de tratamiento de aguas, limpieza de ríos, programas de reforestación, proyectos ecoturísticos, construcción de hoteles, centros comer-

ciales, apoyo a los municipios y departamentos en sus planes de inversión para mejoramiento de vías, parques, transporte masivo, etc.

Por otra parte, y no menos importante, dentro de nuestro portafolio contamos con una línea de financiación a constructores y compradores finales de vivienda de interés social. En 2008 aprobamos 25 proyectos por un valor total de \$74.000 millones, contribuyendo a dotar de vivienda propia a un número importante de familias de escasos recursos.

Sector	Número de proyectos	Valor \$ (millones)
Agropecuario	7	539
Turismo	2	7.607
Servicios Públicos	3	328.000
Obra civil	3	146.100
Transporte masivo	3	222.500
Vivienda VIS	25	74.000
Servicios Públicos (1)	1	USD 100 millones

(1) Financiación estructurada de manera conjunta por BBVA Colombia - BBVA Tokyo - Global Trade Finance BBVA. Operación con Garantía 100 % del JBIC (Japan Bank of International Cooperation), contabilizada en BBVA Tokyo

GESTIÓN DE RIESGOS | Los grandes proyectos de inversión contribuyen de manera importante al desarrollo de infraestructuras para el progreso económico y el bienestar social, al mismo tiempo, pueden presentar riesgos ambientales o impactos negativos sobre comunidades locales. Frente a esta situación, las entidades financieras deben encontrar el modo de mantener sus estrategias de negocio y, de la misma manera, asegurar la coherencia de estas respecto a sus compromisos de responsabilidad y sostenibilidad social y ambiental. Para el otorgamiento de operaciones comerciales, el BBVA Colombia ha fijado algunas condiciones especiales con el fin de mitigar los riesgos ambientales y sociales existentes.

Para la evaluación de estos proyectos, se considera de manera importante que los riesgos social,

ambiental, de adquisición de predios y de reasentamientos humanos sean mitigados en su totalidad; de igual manera estos riesgos también se evalúan para financiaciones de corto plazo, que por sus características y el sector al que pertenezcan pueden tener un alto impacto social y, o, ambiental.

RIESGO SOCIAL. Se busca que los proyectos de inversión tengan un impacto positivo en la ciudad y, o, región donde son realizados, a través del mejoramiento de espacios públicos y la recuperación de zonas olvidadas.

- Se pondera de manera significativa que el proyecto contribuya con el progreso y la generación de empleo en la zona donde se desarrolla.
- Es importante que el proyecto incluya campañas de sensibilización, cuyo objetivo sea la difusión del proyecto durante sus diferentes etapas: pre-

diseños, diseños, de construcción y operación.

- Es importante el manejo de las relaciones con la comunidad a través de mesas de información, convocadas por el promotor del proyecto, en los sectores involucrados.

RIESGO DE ADQUISICIÓN DE PREDIOS Y REASENTAMIENTOS HUMANOS. Los procedimientos de adquisición de predios y reasentamientos humanos deberán seguir los preceptos de las Normas de Adquisiciones con Préstamos del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento de septiembre de 1997.

- La gestión predial estará a cargo del promotor del proyecto y deberá estar acompañada de los siguientes programas:
 1. De información, comunicación y participación, el cual involucre a la comunidad afectada por el desarrollo de las obras.
 2. De reposición de predios (oferta inmobiliaria).
 3. De restablecimiento de las condiciones económicas y sociales.

Para la financiación de proyectos de inversión que sean desarrollados en una sola etapa es importante que los predios donde se vaya a desarrollar el mismo, ya hayan sido adquiridos; y para proyectos desarrollados por etapas, que los predios de la etapa inicial ya hayan sido adquiridos, y que el proyecto incluya dentro del presupuesto los recursos para la adquisición de los predios restantes.

- Si se trata de proyectos públicos se pondera de manera favorable el apoyo y acompañamiento de las secretarías públicas en materia de alojamiento temporal, asesoría para el empleo, la educación y orientación para encontrar una nueva vivienda.

RIESGO AMBIENTAL. El plan de manejo ambiental deberá seguir los preceptos de las Normas de Salvaguarda del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, en particular las que hacen referencia a la protección del medio ambiente y protección de riqueza histórica y patrimonial y lo

previsto en el Manual de Operaciones del Proyecto Nacional de Transporte Urbano, PNTU.

- Las licencias ambientales para el desarrollo del proyecto deben ser obtenidas en su totalidad.
- Si se trata de la financiación de servicios de transporte masivo, se busca que los buses incorporen el uso de combustible limpio como el Euro 3, norma ambiental europea utilizada como referencia, para establecer los niveles de emisiones y material particulado para los motores de combustión interna, reduciendo las emisiones de CO₂.
- Se pondera de manera importante que el proyecto cuente con programas de compensación arbórea, recuperación de fuentes de agua y construcción de parques y zonas verdes.

SOBREENDEUDAMIENTO

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

Dentro de la evaluación de riesgo del cliente se incluyen la trayectoria y experiencia en la actividad que ejerce, la capacidad de generación de ingresos sostenibles en el futuro, la solvencia patrimonial, el correcto historial de pagos, la constitución de adecuadas y suficientes garantías, que permitan una efectiva recuperación de la operación en caso de que el cliente entre en *default*.

Adicionalmente, dentro del análisis y evaluación de cualquier operación de crédito, siempre se busca el equilibrio y la correlación entre el destino, el monto o importe, el plazo, y la forma de amortización del crédito, con la generación de recursos y las garantías del cliente; esto tiene como propósito evitar en el futuro situaciones de incumplimiento, que afecten de manera negativa la situación económica del cliente y la cartera de BBVA Colombia.

BBVA Colombia, siguiendo los lineamientos de prudencia en la gestión de riesgos establecidos por el Grupo, y adoptando la nueva regulación establecida por la Superintendencia Financiera de Colombia, incorporó el Modelo de Referencia Comercial con una nueva metodología para el cálculo de provisiones; de esta manera, la provisión está en función del tamaño de la empresa, de las garantías existentes y del comportamiento de pago interno y externo (alineamiento) y se constituye desde el momento de la originación.

Durante el 2008 se mantuvo una adecuada calidad en la cartera comercial, presentando menores índices de cartera vencida y morosa que el promedio del sistema financiero colombiano y menor que todos los Bancos de similar tamaño y portafolio de negocio.

La tasa de cartera vencida a diciembre de 2008 fue de 0,40% frente al promedio del sector de 0,78% y la morosa llegó a 0,80% frente a 1,36% del total del sector.

De esta manera, la rentabilidad de BBVA Colombia no está ajustada únicamente a la valoración del riesgo, sino también al principio de prudencia y a las buenas prácticas bancarias que guían todas las operaciones, fiel a los lineamientos al interior del Grupo BBVA.

PREVENCIÓN DEL BLANQUEO DE CAPITALES Y DE LA FINANCIACIÓN DE ACTIVIDADES TERRORISTAS

La prevención del lavado de activos y de la financiación de actividades terroristas constituye, ante todo, un objetivo prioritario en BBVA Colombia y se asocia a su compromiso de favorecer y preservar el bienestar de los distintos entornos sociales en los que desarrolla sus actividades.

En BBVA se entiende que este es un requisito indispensable para preservar su integridad corporativa y uno de sus principales activos: la confianza de

las personas e instituciones con las que diariamente se relaciona (clientes, empleados, accionistas, proveedores, la sociedad, etc.).

Durante 2008, la entidad evolucionó su modelo de riesgo, adoptando las políticas y procedimientos tanto a los cambios normativos producidos en el país, así como a las nuevas orientaciones de mejores prácticas internacionales; por tal motivo inició la fase de implantación del Sistema de Administración de Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (en adelante SARLAFT).

El SARLAFT implantado se compone de dos fases fundamentales: a) La prevención del riesgo cuyo objetivo es prevenir que se introduzcan a la entidad recursos provenientes de actividades relacionadas con el lavado de activos y financiación del terrorismo (en adelante LA/FT), y b) el control orientado a detectar y reportar las operaciones que se pretende realizar o se hayan realizado, para dar apariencia de legalidad a operaciones vinculadas al LA/FT.

También durante 2008 se avanzó en el mejoramiento de los sistemas y aplicaciones informáticas, para aumentar la eficiencia del modelo. Así mismo, siguiendo las instrucciones de las normas establecidas por la Superintendencia Financiera de Colombia se rediseñaron todos los reportes que se deben remitir a las autoridades.

Otro elemento clave del modelo de administración de riesgo de LA/FT es la formación de los empleados y directivos para el eficaz desempeño de sus funciones en esta materia. En 2008 se capacitaron 3.126 empleados, lo cual confirma el esfuerzo que el Banco realiza con el objeto de mantener una formación continua para todos sus empleados y directivos.

En el marco del compromiso del BBVA en cuanto a colaboración con organismos del Estado, se ha venido cumpliendo con todos los reportes y requerimientos que ellos han necesitado para su importante labor.

PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES

43 mil

Afiliados en el sistema de pensiones

7.953

Operaciones en pymes

\$1.658 millones

Desembolso para pymes agropecuarias

PREVISIÓN SOCIAL

PLANES DE PENSIONES Y SEGUROS. En Colombia, al cierre del 2008 BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías S.A. ocupó, por valor de fondo, una tercera posición en el mercado de planes de pensiones obligatorias con una cuota de mercado de 16,6%. Al cierre del año se tenían 1,6 millones de afiliados al fondo, representando una cuota de 18,5% personas que su pensión depende de la gestión que realiza la administradora.

A la fecha, Horizonte cuenta con más de 6.000 pensionados que mensualmente reciben su mesada pensional, con una cuota de mercado de 20,1%, cifra que se incrementará sensiblemente en un futuro cercano.

Como complemento de la pensión obligatoria, la Administradora tiene un Fondo de Pensión Voluntaria que permite a los afiliados mejorar su pensión mediante aportes discrecionales al mismo. Este fondo participa en el mercado con una cuota de 8,3%, con más de 43 mil afiliados. *Fuente: BBVA Horizonte*

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

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

APOYO A EXPORTADORES | El Área de Comercio Exterior de BBVA Colombia enfocó su actividad durante el 2008 a consolidar su presencia en los sectores más representativos de la economía, como son: sector exportador y sector de las pymes, otorgando financiación para las diferentes necesidades de las empresas.

BBVA Colombia, en su interés por prestar un apoyo integral a sus clientes, consolidó durante el año anterior alianzas estratégicas clave con entidades del gobierno como Analdex, Bancoldex y Proexport; con entidades del sector privado como cámaras de comercio, Misión pyme, Esse Consultores y Latinpyme; con entidades del sector educativo como Universidad Eafit en Medellín, Universidad Libre y Universidad Minuto de Dios en Bogotá así como con entidades del sector externo como la cámara de comercio colombo-Venezolana, la cámara de comercio hispano-Colombiana y la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas.

Fue nuevamente el patrocinador exclusivo del Premio Nacional Exportador, otorgado por Analdex y Proexport durante el desarrollo del Congreso Nacional de Exportadores, entregando el premio a tres de las empresas galardonadas, siendo clientes del Banco:

- Premio a la pequeña empresa: Natural Sensation
- Premio a la mediana empresa: Etec S.A.
- Premio gran empresa: Plásticos Rimax

Estas alianzas, además de permitirle a BBVA afianzar su imagen corporativa y su posicionamiento en el mercado como entidad financiera que apoya y fomenta el comercio con el sector externo, le significaron estar más cerca del cliente, conocer sus necesidades e inquietudes en materia de comercio exterior, abrir un abanico de posibilidades en innovación de productos y servicios para el sector, así como ampliar su cobertura a escala nacional.

SERVICIOS FINANCIEROS PARA LA RECEPCIÓN Y ENVÍOS DE GIROS INTERNACIONALES. BBVA Colombia se constituyó como un canalizador de recursos de colombianos residentes en el exterior para el 2008, garantizando giros y recepción de remesas de países como España, México y Estados Unidos. A su vez, se aumentó la participación en el pago de giros recibidos por manutención de servicios prestados por empresas nacionales a empresas extranjeras.

APOYO A LAS PYMES | Conscientes de la importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas en el desarrollo económico del país, como las principales generadoras de empleo en Colombia y que los recursos de créditos se destinan para implementar proyectos productivos y mejorar la capacidad instalada, BBVA durante 2008 registró 7.953 operaciones y colocó más de \$1.5 billones.

Adicionalmente, para acompañar en su formación a las pymes de Colombia, BBVA organizó y patrocinó durante 2008 diferentes eventos en alianza con entidades del gobierno como Analdex, Bancoldex y Proexport, con entidades del sector privado como Latinpyme, Esse Consultores, China Traders y con universidades en Bogotá y Medellín, con el objeto de estar más cerca de los pequeños y medianos empresarios, resolver sus inquietudes, satisfacer sus necesidades y brindarles capacitación en materia de comercio exterior, específicamente en temas como mecanismos de pago y de cobertura en sus negociaciones con el sector externo.

PROYECTOS AGROPECUARIOS DIRIGIDOS A FORMAR PYMES. BBVA Colombia durante 2008 estructuró y financió proyectos por \$1.685 millones encaminados a ayudar a la población desplazada, desempleada, vendedores ambulantes y personas reinsertadas, a través del Proyecto Vida en colaboración con la Gobernación de Cundinamarca y Finagro, integrando a varias asociaciones agropecuarias de personas necesitadas para encaminarlas en actividades de producción de alta calidad de legumbres y frutales.

INSTITUCIONES PÚBLICAS | BBVA Colombia a través de su Banca Institucional brinda servicios a instituciones públicas y privadas, así como a diferentes entidades territoriales. En este entorno, el BBVA desempeña un papel importante en el desarrollo y satisfacción de diversas necesidades en Colombia.

Los principales ejes de desarrollo han sido el otorgamiento de financiación a los diferentes “Planes de Desarrollo Regionales”, a través de créditos a las entidades territoriales para proyectos de infraestructura, acueducto, alcantarillado y saneamiento básico, así como la financiación dirigida a impulsar la realización de proyectos medioambientales.

PARTICIPACIÓN EN PLANES DEPARTAMENTALES DE AGUA POTABLE EN TODO EL PAÍS. Con el fin de contribuir en el mejoramiento de la calidad de los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo, así como de incrementar los índices de cobertura geográfica en cabeza de las gobernaciones del país, BBVA Colombia aprobó \$320.000 millones, con recursos que serán administrados a través de un patrimonio autónomo “Consortio Financiamiento de las Inversiones en Agua – FIA-” para ejecutar los planes departamentales para el manejo empresarial de los servicios de agua potable y saneamiento básico, en el marco de las políticas públicas del Gobierno Nacional, encabe-

zado por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Ministerio de Ambiente y Desarrollo Territorial y el Departamento Nacional de Planeación.

Este proyecto se llevó a cabo con un estricto proceso de selección en donde las entidades financieras, así como las Fiduciarias, compitieron para manejar de una manera transparente los recursos, a través de un patrimonio autónomo, constituido con aportes de la Nación y las entidades territoriales en un esquema de rendición de cuentas del departamento a las entidades de control y a la ciudadanía.

Adicionalmente, BBVA Colombia es canalizador de planes del Gobierno Nacional, participa activamente en la realización de los pagos del Programa de Acción Social de la Presidencia de la República como Familias en Acción, que atiende fundamentalmente a madres cabeza de familia y se constituye como Banco de referencia en el pago de nóminas y pensionados para entidades como el Ministerio de Defensa, Instituto de Seguros Sociales, FOPEP, Ferrocarriles Nacionales y Fiduprevisora, entre otras.

INSTITUCIONES PRIVADAS NO LUCRATIVAS | **CORPORACIÓN EXCELENCIA EN LA JUSTICIA.** El BBVA Colombia es miembro de la junta directiva de la Corporación

Excelencia en la Justicia, entidad que se creó como una organización representativa de la sociedad civil, independiente, de alto nivel técnico, regida por principios modernos de gestión, con capacidad de influir y promover cambios en la búsqueda de la excelencia en la justicia, con fines sociales y contributivos al bienestar común. Es una organización privada sin ánimo de lucro, creada el 28 de agosto de 1996 por 102 miembros fundadores de diversas regiones, sectores económicos y sociales del país.

Participa en actividades encaminadas a promover la excelencia en la justicia mediante el liderazgo e impulso de una transformación cultural e institucional que satisfaga el anhelo colectivo de una pronta y cumplida justicia para todos los colombianos.

CENTRO DE ESTUDIOS CEGA-ACUERDO ESPECIAL UNIVERSIDAD DE LOS ANDES. BBVA. Colombia, comprometido con la responsabilidad social e interesado por desarrollar actividades encaminadas al fortalecimiento de los valores y el progreso con mejores oportunidades de capacitación y formación educativa, fundó en 1982 el Centro de Estudios Ganaderos, CEGA, corporación sin ánimo de lucro, como un centro de estudios ganaderos y agropecuarios. Esta corporación ha recibido el apoyo tanto económico como logístico del Banco para adelantar sus objetivos que, entre otros, son los de contribuir al bienestar de la sociedad colombiana logrando la aplicación de la investigación y consultorías socioeconómicas, que le permitan contribuir al desarrollo y progreso del sector rural y agroindustrial mediante la realización de investigaciones sobre política económica y desarrollo nacional.

Algunas de sus investigaciones han recibido el reconocimiento nacional, permitiendo vincular jóvenes investigadores que participen en el diseño de nuevas soluciones, incentivando con ello el interés por su formación integral.

BBVA Colombia, con el fin de fortalecer el CEGA, invitó a la Universidad de los Andes, y constituyó una alianza estratégica para darle continui-

dad a la actividad investigativa de la manera sostenida como viene trabajando el CEGA con el fin de adelantar proyectos de desarrollo regional, estudios de interés social, específicamente sobre pobreza y desigualdad, modelos de crecimiento y diseño de políticas de desarrollo, con estudios comparativos entre Colombia y otros países en desarrollo.

PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CARÁCTER AMBIENTAL

CRÉDITO ECOLÓGICO. En el 2004 el Banco incluyó dentro de su portafolio de productos, el crédito ecológico con el propósito de financiar proyectos que aumentaran la calidad de vida de las personas a través del desarrollo de programas que mejoren el medio ambiente y su sostenibilidad.

Esta línea reúne condiciones especiales de tasa, plazo, y período de gracia en las líneas de redescuento de Bancoldex, Finagro y Findeter, siempre enmarcados en las políticas actuales de gestión y admisión del riesgo. Dentro de las condiciones financieras se incluyen plazos hasta de 10 años, con gracia hasta de 3 años; amortización mensual, trimestral o semestral; garantías: personal, hipotecaria, prendaria, Fondo Nacional de Garantías, Fondo Agropecuario de Garantías y se financia hasta 70% del valor del proyecto.

GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS

LA ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO, LA DIVERSIDAD, LA CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL, LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES... TODOS ELLOS SON RETOS A LOS QUE DESDE BBVA PRETENDEMOS DAR LA MEJOR RESPUESTA PARA PODER SER EL MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR.

48/52 %

Porcentaje Hombres/Mujeres

23.433

No. de participaciones en actividades formativas

317

Vinculaciones a BBVA Colombia

PERFIL DE LOS EMPLEADOS.

Nuestro reto en el 2008 estuvo focalizado en el desarrollo de un modelo de Recursos Humanos

basado en un estilo de dirección enfocado a reforzar el compromiso mutuo entre la organización y las personas, soportado en la confianza y en el valor agregado para el Banco y para la Gente BBVA, fomentando el desarrollo profesional, la atracción y retención del talento, el reconocimiento, la diferenciación, la meritocracia y la integralidad de nuestros empleados.

Total de empleados

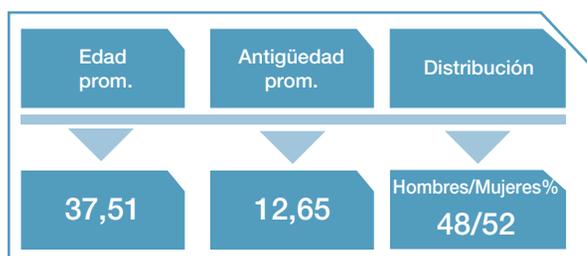
4.323

Horas de formación por empleado

17,7



2008 MÁS CERCA DE NUESTROS EMPLEADOS. En 2008 BBVA Colombia dio un paso muy importante en el proceso de transformación responsable de la organización. Entendiendo que las personas son el primer eslabón en la cadena de valor, determinamos como foco el desarrollo de una **cercanía** “genuina” con nuestros empleados, soportada en una cultura de **servicio y la construcción de una comunicación transparente y oportuna.** Así, el área de Recursos Humanos implementó a lo largo de 2008 un plan estratégico compuesto por 4 vectores: Pasión por las personas, Gestión del Talento, Transformación y Clima Organizacional, soportados en 84 líneas de acción para lograr el compromiso, motivación, satisfacción de nuestros empleados y la alineación de sus necesidades y los intereses de la organización.



Empleados por categorías profesionales

Segmento	(Porcentaje)
Directores corporativos	0,1
Directivos	0,9
Mandos medios	10,7
Especialistas	12,3
Fuerza de ventas	16,7
Puestos base	59,3
TOTAL	100,0%

Plantilla por grupos de edad

Segmento	(Porcentaje)
Menor 25	7,19
Entre 25 y 45	72,03
Mayor de 45	20,77
TOTAL	100%

Distribución de empleados por regiones

Departamento	2008
Cundinamarca	51.3
Antioquia	8.7
Valle	7.6
Atlántico	3.9
Santander	3.8
Bolívar	2.2
Tolima	1.8
Huila	1.7
Caldas	1.7
Magdalena	1.5
Boyacá	1.5
Norte Santander	1.5
Risaralda	1.5
Córdoba	1.5
Cesar	1.3
La Guajira	1.3
Meta	1.2
Nariño	1.0
Casanare	0.8
Sucre	0.8
Quindío	0.8
Cauca	0.6
Putumayo	0.5
Caqueta	0.4
Arauca	0.2
Amazonas	0.2
Choco	0.2
Vichada	0.2
San Andrés	0.1
TOTAL	100%

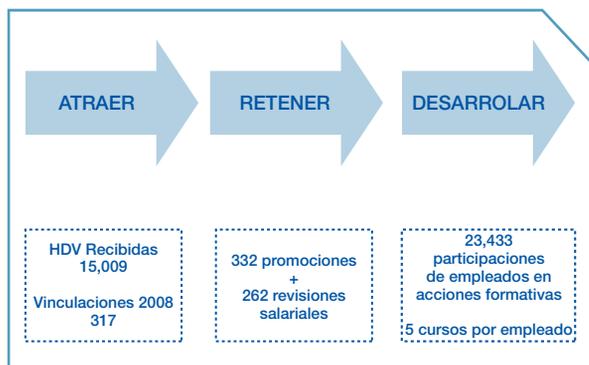
Relación de salarios desglosado por categorías profesionales (valor \$ millones)

Categoría	Femenino	Masculino
Equipo directivo	\$ 18.118.814	\$ 19.382.324
Mandos medios	\$ 5.920.413	\$ 6.107.474
Especialistas	\$ 4.192.333	\$ 4.005.083
Fuerza de ventas	\$ 2.555.463	\$ 2.695.104
Puestos Base	\$ 2.255.713	\$ 2.265.178

EMPLEO Y SELECCIÓN

Durante 2008 se inició un proceso de profesionalización en la gestión de la selección, sustentado en nuevas herramientas de valoración, y a través del cual BBVA brindó oportunidad de empleo a 317 personas (7,3% del total de empleados) de nuestro país, en un esquema de actuación ético, garante de la igualdad de oportunidades y la atracción del talento.

Es así como recibimos 15.009 hojas de vida (HDV) de personas que consideran a BBVA Colombia como un buen lugar para trabajar y que están interesadas en hacer parte de nuestra organización.



VALORACIÓN, DESARROLLO PROFESIONAL Y COMPENSACIÓN

BBVA Colombia cuenta con un modelo de gestión de recursos humanos de ámbito corporativo, adaptado a la realidad de nuestro país, enfocado en el desarrollo profesional de las personas y aplicado en todas las áreas de la organización.

Este modelo responde a los principios y compromisos definidos en la cultura corporativa BBVA, fundamentada en nuestra visión de trabajar por un futuro mejor para las personas. Así mismo, se aplica a través de un esquema de gestión por competencias que permite evaluar las habilidades requeridas para cada puesto de trabajo y las destrezas profesionales de cada persona para favorecer el desarrollo de sus competencias para el crecimiento profesional de los empleados.

FORMACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Nuestro plan anual de formación se construye teniendo en cuenta los resultados de la VBA – Valoración Básica Anual-, la encuesta de clima y las necesidades identificadas en entrevistas con las diferentes áreas de la organización. Es así como la actividad formativa de BBVA Colombia a lo largo de 2008 estuvo enfocada en dos vectores principalmente: el desarrollo profesional y el apoyo al negocio.

Ejecución Plan de Formación 2008

Acciones programadas y ejecutadas	102
Acciones NO Programadas y ejecutadas	35
Total Acciones ejecutadas 2008	137

En el vector de desarrollo profesional se destacan los siguientes cursos de formación:

- Programa de Habilidades Directivas
- Manejo del tiempo
- Gestión Flexible
- Plan de Desarrollo Individual–PDI
- Programa Local de Dirección –PLD.
- Programa Corporativo de Dirección –PCD y Programa Corporativo de Liderazgo –PCL
- Gestión Basada en Valor –GBV

En el vector de apoyo al negocio:

- Inducción/adecuación al cargo
- Expertos BBVA
- Certificación Autorregulador del Mercado de Valores
- Riesgos
- Seguridad

Participaciones totales en 2008

	Planeado	Ejecutado
Presencial	6.616	4.870
E-learning	11.534	11.813
Cartillas	0	6.950
Total	18.150	23.433

En total, se ejecuto el 129,1% de las particiones planeadas equivalentes a 5 cursos por empleado al año

Se destacan 3 hitos importantes que fueron definitivos en el inicio de la transformación responsable de recursos humanos y en la generación de espacios de aprendizaje y reconocimiento:

PROGRAMA DE INDUCCION. Conscientes de la importancia de implementar el proceso de inducción al Banco y al cargo para las nuevas vinculaciones, el área de Desarrollo Profesional trabajó durante 2008 en la construcción y pue-

ta en marcha del programa de este importante proyecto; en las jornadas de inducción al Banco contamos con la participación de 142 nuevos funcionarios, en las jornadas de inducción al cargo nuestro foco fueron los cargos de la red comercial, contando con la participación de 113 nuevos funcionarios. Así mismo, y con el fin de afianzar conocimientos de los funcionarios de la red comercial que fueron promocionados a diferentes cargos, se llevaron a cabo las jornadas de adecuación al cargo para Gerentes, SOAC, gestores de negocio y gestores de particulares; en estas jornadas contamos con una participación de 153 funcionarios.

PHD-PROGRAMA DE HABILIDADES DIRECTIVAS.

Con el fin de generar aprendizajes individuales y colectivos, que impacten en el comportamiento, en la concepción que todos tenemos de trabajo en equipo y a la postre, en el ámbito relacional al interior de la organización, el área de Desarrollo Profesional inició en el segundo semestre del 2008, el Programa de Habilidades Directivas, bajo la dirección académica de la universidad más grande de México, el Tecnológico de Monterrey; en esta primera edición participaron 28 ejecutivos y tuvo una duración de 80 horas.

EXPERTOS BBVA. Durante 2008, luego de la inscripción voluntaria de 411 funcionarios entre auxiliares ventanilla y *front* de la red comercial, realizamos el programa concurso “Expertos BBVA, un universo de conocimientos” que tenía como objetivo principal generar cultura de autoformación y reconocer el mérito de los mejores; todo esto a través de una serie de evaluaciones que permitió medir conocimientos y reconocer a los mejores funcionarios por cargo de cada gerencia territorial, para luego elegir los seis mejores de todo el país y premiar tanto su saber como su capacidad de transmitirlo a otros dentro de un marco de gestión del conocimiento.

FORMACIÓN	
Inversión Total en Formación	\$ 2,084.087.466
Inversión por empleado	\$ 482.093
Horas de Formación por empleado	17,7
Satisfacción de la formación (sobre 5)	4,4

BENEFICIOS SOCIALES Y OTRAS INICIATIVAS

Con la finalidad de ofrecer a nuestros empleados permanentemente iniciativas innovadoras que enriquezcan su vida personal y familiar, Recursos Humanos continúa desarrollando programas que impactan el bienestar y la calidad de vida de estos, a través de la iniciativa corporativa “Pasión por las personas”.



La concreción de diversas acciones encaminadas a incrementar el sentido de pertenencia y la satisfacción del empleado, muestra un claro compromiso de cercanía de recursos humanos con la Gente BBVA, lo cual permite generar confianza, credibilidad y transparencia.

Pasión por las personas hace realidad la premisa de nuestra cultura “BBVA, un banco de personas para personas”.

UN CONTACTO MÁS CERCANO. Durante 2008 dirigimos nuestro esfuerzo en el desarrollo de estrategias de retención del talento, adelantando el proyecto Cercanía, a través del cual visitamos y entrevistamos a 74,4% del total de los empleados, 92% de las Redes y 66% de las áreas de apoyo, identificando las expectativas, nivel de satisfacción y potencial de los mismos.

HACER UNA RÉALIDAD LA PARTICIPACIÓN E INTEGRACIÓN DE LA PLANTILLA. Buscando integrar la mayor cantidad de colaboradores en las actividades de bienestar, recreación, cultura y deportes. Así mismo, se integró a los empleados de las empresas de BBVA en Colombia: Banco, Leasing, Valores, Fiduciaria, Horizonte AFP, Compañías de Seguros Generales y de Vida y su filial, la Comercializadora de Servicios Financieros.

Son beneficiarios de algunas actividades, el grupo familiar: padres, cónyuge e hijos.

ESPACIOS PARA COMPARTIR. Recursos Humanos da valor al hecho de promover la integración entre los empleados y sus familias, con el fin de fomentar la integración, la actividad física, la recreación y el desarrollo cultural.

Entre las iniciativas y programas significativos se destacan:

Iniciativas y programas significativos	Participación
Juegos Deportivos Nacionales BBVA Colombia 2008	1.900
Maratón Gente Junior BBVA	1.500
Fiesta de navidad para hijos de los funcionarios	5.100
Celebraciones y fechas especiales	4.323
Participación (#) personas	

CONVENIOS PENSANDO EN TI. 18 convenios con cobertura nacional permitieron disfrutar a los empleados de productos y servicios de tecnología, viajes, diversión, restaurantes y deportes porque “Formar parte del equipo BBVA da ventajas que marcan la diferencia.”

COMUNICACIÓN INTERNA | Siendo coherentes con el objetivo de generar confianza en nuestros empleados, hemos desarrollado medios y herramientas de comunicación interna que nos permitan crear canales de diálogo y relación abierta.

SAE-SERVICIO DE ATENCIÓN AL EMPLEADO. Sabemos que una verdadera cultura de servicio se construye desde adentro hacia afuera, razón por la cual a partir de abril 2008 lanzamos el nuevo servicio de atención al empleado SAE, compuesto por cuatro canales de servicio y a través de los cuales atendimos y solucionamos 13.039 solicitudes de nuestra Gente BBVA:

CANALES

- TUBUZÓN
- LÍNEA SAE
- PUNTO DE ATENCIÓN PERSONALIZADA
- BOLETÍN GENTE BBVA
- CARTILLA GENTE BBVA

CLIMA LABORAL | Teniendo como premisa el conocer a profundidad el sentir de nuestros empleados, BBVA Colombia asumió la directriz corporativa de llevar a cabo la medición de clima laboral complementando nuestra encuesta desarrollada por CFI – *Claes Fornell Internacional*- con la metodología de *GPTW- Great Place to Work*-. De esta manera, el nuevo cuestionario indagó sobre las dimensiones tanto racionales como emocionales de la persona en el trabajo, integrando un esquema de información que permitirá acercarnos más a la realidad de nuestros empleados y por consiguiente al desarrollo de acciones de mejora con mayor efectividad.

De esta manera, en 2008 Colombia fue el país de mayor participación vs. los demás países del Grupo, con 89% de cuestionarios respondidos sobre plantilla, y con respecto a la anterior medición, aumentamos el nivel de respuesta en 16%.

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN: REPRESENTACIÓN SINDICAL Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS | Actualmente BBVA Colombia ha firmado dos convenios laborales, los cuales, actuando con principios de equidad e igualdad respecto de los beneficios extra-legales para todos los trabajadores del Banco, fueron firmados en 2007 para la vigencia 2008-2009 del Pacto Colectivo y la Convención Colectiva de Trabajo.

El Pacto Colectivo contempla aspectos importantes, como incrementos salariales anuales, gratificación por antigüedad, auxilios, préstamos de vivienda y préstamos de estudio, entre otros. La Convención Colectiva de Trabajo suscrita con las organizaciones sindicales que operan al interior del Banco contiene beneficios económicos equivalentes al Pacto Colectivo.

Desde el Área de Recursos Humanos se han definido directrices para que mediante la planeación, organización, desarrollo y coordinación de políticas, se promueva el desempeño eficiente de todos los funcionarios y permita que las mismas sirvan como medio para alcanzar los objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con la labor asignada promoviendo los principios y códigos empresariales.

Trabajamos en prevenir la generación de situaciones de discriminación o actuaciones incorrectas que puedan originar responsabilidades al Banco, sus directivos y/o, empleados. Y coordinamos de manera homogénea y objetiva la potestad disciplinaria, otorgando especial relevancia a su aspecto preventivo, haciendo énfasis en el reconocimiento de los derechos y garantías del trabajador y desarrollando al mismo tiempo una política constante de orientación y rehabilitación.

Convenios laborales porcentaje total de empleados	
Adheridos a Pacto Colectivo	72,77%
Sindicalizados	25,35%
Beneficiarios CCT	1,88%

SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

Las acciones que se vienen desarrollando en esta materia responden en principio a lineamientos legales, pero en particular, BBVA Colombia tiene establecido un programa de salud ocupacional que propende por mantener un ambiente sano y seguro en todos los sitios de trabajo, procurando controlar y eliminar los factores y agentes que generan riesgo en los empleados, contratistas, terceras personas y clientes que participan de los procesos derivados de la propia actividad.

Dichas acciones se agrupan en tres principales módulos o subprogramas:

- Medicina preventiva y del trabajo
- Higiene y seguridad industrial
- Comité paritario de salud ocupacional.

Para el desarrollo e implementación del programa de salud ocupacional, contamos con la asesoría y orientación de la Administradora de Riesgos Profesionales ARP, entidad especializada y reglamentada por nuestra legislación.

En el marco del desarrollo del programa de salud ocupacional, se realizaron las siguientes iniciativas:

GENTE BBVA SALUDABLE. 2.839 personas, entre empleados y familiares, acudieron en 42 ciudades del país a la jornada de diagnóstico médico más grande realizada en los últimos años. El programa fue creado con el propósito de desarrollar en nuestros empleados cultura de prevención para el cuidado de la salud. El programa comprendió: Fase I: desarrollo valoración médica y optométrica con enfoque preventivo y Fase II: de acuerdo con los resultados de la valoración, la conformación de grupos para el desarrollo de actividades de prevención y control.

GENTE BBVA SALUDABLE FAMILIAR. 2.265 personas entre empleados y sus familias se beneficiaron de La jornada de salud que ofreció el Banco en 13 ciudades del país, en donde se practicaron exámenes de laboratorio, vacunación exámenes visuales, entre otros.

CAPACITACIÓN SOBRE NORMATIVA Y PROCEDIMIENTOS EN SALUD OCUPACIONAL. Se realizó capacitación a subgerentes de cinco territoriales del país en normativa y conceptos básicos de salud ocupacional.

PROGRAMAS DE ESTILOS DE VIDA SALUDABLE. Se implementó la política “Espacios libres de humo de cigarrillo y tabaco” a escala Nacional, con una cobertura de 100% de la plantilla.

PLAN DE EMERGENCIAS. En la Red Comercial se inició la elaboración de planes de emergencia en oficinas, en donde se capacitó a los empleados sobre evacuación.

- En Dirección General se realizaron capacitaciones de evacuación a todos los funcionarios, se desarrolló un ejercicio de reconocimiento y otro de evacuación hasta el punto de encuentro.
- Se entregó a escala nacional con cobertura de 100%, folletos con información sencilla de evacuación y recomendaciones en eventos de emergencias.
- A todos los funcionarios se les entregaron silbatos de emergencia.
- Capacitación de las Brigadas de Emergencia del edificio de Dirección General.

SERVICIO MÉDICO. En 2008 se modernizó el consultorio médico ubicado en las instalaciones de la Dirección General del Banco y se amplió la gama de servicios. Los empleados pueden acceder de forma gratuita a atención en medicina general, odontología y terapia física. En las ciudades de Medellín, Barranquilla y Cali se inició la atención en medicina general.

COMITÉ PARITARIO DE SALUD OCUPACIONAL (COPASO). Se desarrollaron los comités durante todo el año y se inició la capacitación del comité en procedimientos y normativas de salud ocupacional.

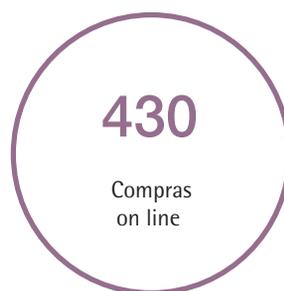
Finalmente, seguimos transformándonos para estar más cerca de nuestra Gente BBVA con el fin de lograr su motivación, compromiso e idoneidad para crear valor.

¡BBVA apuesta por su talento humano y permanentemente busca iniciativas innovadoras que enriquezcan su vida personal, familiar y profesional!.

Salud y seguridad en el trabajo	2008
Tasa de absentismo general	1,11%
Días perdidos por absentismo general	12.890
Tasa de absentismo por incapacidad	0,66%
Días perdidos por incapacidad	7.595
Enfermedades profesionales	15
Número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo	0

COMPRAS RESPONSABLES

COMPRA RESPONSABLE ES AQUELLA QUE SE REALIZA TENIENDO EN CUENTA LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y SOCIALES, DIRECTOS E INDIRECTOS, QUE PUEDE GENERAR LA ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.



POLÍTICA Y MODELO CORPORATIVO DE COMPRAS

El área de Compras de BBVA Colombia, se encuentra enmarcado dentro de las políticas y procedimientos corporativos, recopilados en la Norma N08-

20-002 que entró en vigor en el mes de julio de 2008, elaborada con el aporte de las diferentes áreas de compras del BBVA. Así mismo, contamos con nuestras normas locales y manuales de procedimientos N08-20-010 y MP08-20-003, que entraron en vigor en el mes de noviembre de 2008, las cuales detallan las políticas y procedimientos de la cadena de abastecimiento de bienes, productos y servicios de BBVA Colombia. Todo esto permite contar con una directriz clara del accionar de cada uno de los intervinientes en el proceso, garantizando profesionalismo, transparencia y claridad en el desarrollo del proceso de compras

CÓDIGO ÉTICO. Como complemento y parte fundamental del accionar de compras en la cadena de abastecimiento de BBVA Colombia, contamos con los principios de aplicación a los intervinientes en el

proceso de aprovisionamiento del BBVA Colombia, dentro del cual se enmarcan valores como ética, moral, confidencialidad, transparencia entre otros, los cuales fueron presentados, difundidos y aplicados por los intervinientes en el proceso, situación que se refleja frente a los usuarios del Banco, así como hacia nuestros proveedores.

Proveedores	
	2008
Número de proveedores Registrados	5.833
Número de Compras	1.114



HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

Como parte de la política de compras de BBVA Colombia, durante 2008 continuó con el proceso de homologación para

asegurar que los proveedores cuenten con la capacidad productiva, técnica, financiera, de calidad y comercial, que el Banco necesita.

Adicionalmente, consciente de la necesidad de implementar políticas dirigidas a sus proveedores sobre la adhesión a planes de Responsabilidad Social Corporativa, ha iniciado un plan de adhesión solicitando en forma directa mediante comunicación por escrito a 694 proveedores, acciones que vayan de la mano con los diez principios del Pacto Mundial de la ONU.

Conjuntamente con esta medida, hemos implementado dentro del formato del cuestionario de proveedores de BBVA Colombia las 10 preguntas sobre el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, con el propósito de que el proveedor pueda indicar si participa o ha implementado cada una de ellas dentro de su organización

Como medida preventiva en el proceso de homologación de proveedores de BBVA Colombia, el área de compras realiza consultas relacionadas con la PL/FT, tanto de las entidades como de sus socios, con el propósito de identificar cualquier anomalía que vaya en contravía de las políticas del Banco. Así mismo, se realiza un análisis financiero que permite identificar la posición financiera de los proveedores con el objeto de minimizar riesgos en la contratación.

HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES		
	2008	2007
Número de proveedores Homologados	548	461
Compras a proveedores que fueron homologados	383	276
Porcentaje de Compras a proveedores homologados	70%	60%

NUMERO DE PROVEEDORES POR COMPRAS 2008

(valor \$ millones)

Proveedores	Menores a 300	300 - 600	600 a 1.000	más de 1,000
	1.033	26	18	37

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y APROVISIONAMIENTO

Desde el área de compras se ha coordinado en 2008 la implantación de la nueva plataforma de comercio electrónico

“Adquire” que permite realizar solicitudes de ofertas y pedidos automáticos, así como diversas negociaciones. Todo ello en un marco eficiente y transparente, tanto en el ámbito interno como externo, que optimiza el proceso de negociación y mejora el servicio ofrecido al cliente interno.

Adicionalmente, BBVA Colombia cuenta con instrumentos en línea para tramitar de forma automática pedidos de materiales y suministros de oficina.

Cabe destacar que en el 2008 el área de compras de BBVA Colombia ha gestionado On line, todas aquellas negociaciones que por su monto exceda los US\$10.000.00, generando transparencia, igualdad de condiciones, agilidad, claridad en los procesos de negociación del Banco y obteniendo el mejor precio del mercado.

HERRAMIENTA APLICATIVO NEON. Gracias a la implementación de la herramienta NEON para la gestión de compras, contamos con un sistema en línea que facilita a las áreas usuarias radicar sus peticiones de compra o contratación y realizar un seguimiento en tiempo real del estado de su petición. Adicionalmente permite tener el control del estatus de las peticiones, en forma centralizada, sobre la información de contratos, órdenes de compra, proveedores, catálogo de productos con el último valor de compra de cada uno de ellos e histórico de peticiones gestionadas por el área.

INDICADORES EN COMPRAS	2008
Número de negociaciones ON - LINE por ADQUIRA	430
Número de peticiones registradas en NEON	1.415
Número de productos registrados en NEON	3.671

**PROYECTO
RESPONSABLES
CON PROVEE-
DORES**

Como parte del plan de BBVA Colombia de involucrar a sus proveedores en los proyectos de Responsabilidad Social, duran-

te 2008 se desarrollaron las siguientes actividades:

1. Contratación con la Fundación Granahorrar de servicios para el aseo de cajeros automáticos, servicio que brinda la oportunidad de trabajo a las personas con discapacidad.
2. Entrega a la Fundación de Quemado de todos los cartuchos vacíos de los tóner utilizados

por el Banco y filiales. El dinero que recibe esta fundación por la venta de los cartuchos se destina a subsidiar cirugías reconstructivas a personas que han sufrido lesiones graves por quemaduras. Se ampliará esta actividad durante el 2009, para recolección de cartuchos vacíos en la Unidad Previsional.

3. Acuerdo para la venta y destrucción de archivo general documentario vencido, con Papeles del Cauca S. A.
4. Compra de papel ecológico, para uso en fotocopias, impresoras y extractos a clientes, sobres de manila, formatos preimpresos en el Banco y empresas del grupo.
5. Programa de reciclaje con beneficio entendido hacia fundaciones sin ánimo de lucro, en la Dirección General del Banco.
6. Se ha vinculado a proveedores como Punto del Aseo, quien presta el servicio de aseo, cafetería y reciclaje a la campaña de BBVA AMBIENTALMENTE RESPONSABLE.

GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

PARA BBVA EL CAMBIO CLIMÁTICO ES UN DESAFÍO QUE CONLLEVA RIESGOS Y OPORTUNIDADES. EN SU APUESTA POR DESARROLLAR UN MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE QUE CONTRIBUYA A LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO, EL GRUPO SE HA MARCADO UNA SERIE DE AMBICIOSOS OBJETIVOS PARA EL PERIODO 2008-2012.



POLÍTICA AMBIENTAL Y SISTEMA DE GESTION AMBIENTAL

El desarrollo sostenible es una prioridad para BBVA Colombia que, como entidad financiera, ejerce una destacable influencia sobre el medio ambiente, ya sea a través del consumo de recursos naturales en el desarrollo diario de la actividad empresarial (impactos directos), o a través de las consecuencias que tienen para el medio ambiente los productos y servicios que ofrece, especialmente los relacionados con la financiación de proyectos (impactos indirectos).

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

Los objetivos generales de esta política son:

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



IMPACTO AMBIENTAL DIRECTO ECOEFICIENCIA

En el mes de octubre de 2008, el Grupo BBVA presentó el Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012 que a través de un conjunto de objetivos ambicio-

sos, concretos y medibles, se compromete a reducir sus emisiones de CO2 en 20% en 2012. El Plan de Ecoeficiencia 2008-2012, es un elemento clave de la respuesta integral de BBVA en relación con el Medio Ambiente y forma parte de nuestro Sistema de Gestión Ambiental.

BBVA aporta 19 millones de euros al plan y se convierte en la primera entidad financiera que lanza un Plan Global de Ecoeficiencia. De esta forma, se sitúa entre las cinco entidades financieras líderes a escala mundial en esta materia.

Consumo de Papel

Kg	2008
Consumo total de papel	130.962
Consumo de papel por empleado	30

FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL: CAMPAÑA BBVA COLOMBIA

En BBVA Colombia iniciamos una campaña que busca que nuestros empleados, sus familias, proveedores y clientes tomen conciencia sobre la importancia de cuidar el medio

ambiente y frenar el impacto del cambio climático mediante prácticas amables llevadas a cabo desde la empresa así como desde el entorno familiar y social.

El programa que desarrollamos durante 2008 fue estructurado mediante una campaña pedagógica y diversas piezas publicitarias como un pocillo, calcomanías, afiches y mensajes a través de los medios de comunicación internos y externos del Banco, buscó en su primera etapa erradicar el uso del icopor (poliestireno expandido), evitando que 28.800 kilogramos aprox. de icopor lleguen cada año a los vertederos, reemplazándolos por el uso de un pocillo personal en cerámica.

Consumo de Gasoil

(Lit)	2008
Consumo total de gasoil	7.650

Residuos Gestionados

Kg	2008
Residuos de Papel	55.460
Residuos de Toners	2.234
Otros residuos	11.167

Emisiones CO2 Directas

(Toneladas)	2008
Emisiones de Co2 – directas vehículos del Banco	90,6

Emisiones CO2 - Indirectas

(Toneladas)	2008
Emisiones de Co2 - indirectas vuelos en avión	1.090,04

Adicionalmente y en alianza con la Fundación Koala, iniciamos un programa de reciclaje en cada una de las áreas del Banco, que incluyó jornadas de capacitación para más de 3.100 funcionarios y empleadas de servicios generales y la instalación de puntos reciclables e identificación de sitios para depositar los diferentes residuos sólidos.

Luego de haber capacitado a nuestros funcionarios en esta parte de la campaña, se lanzó BBVA Limpio, que fue una campaña de orden y aseo que tuvo como objetivo central la eliminación de todos aquellos elementos, materiales y residuos con carácter aprovechable y que resultaban inservibles provocando desorden e inproductividad en los puestos de trabajo.

Al concluir la campaña de BBVA Limpio, se dio inicio al Programa BBVA Recicla, donde se invitó a cada persona al interior del Banco a clasificar (segregación) en aprovechable y No aprovechable todos los residuos sólidos que se generan a diario. Para

esto los funcionarios ya habían recibido la formación sobre la manera correcta de reciclar. Así mismo, se ajustó toda la infraestructura necesaria para cumplir con este programa.

Con la ayuda de la Fundación Koala, se capacitó a todo el equipo de aseo y limpieza, a quienes se formó como líderes ambientales y se les reconoció la importancia en este programa. Igualmente, la fundación, previo un diagnóstico, suministró cajas para el reciclaje del papel y el Banco acondicionó recipientes para el reciclaje de los demás elementos aprovechables.

LABOR SOCIAL. Mediante la alianza realizada con la Fundación Koala, entidad que se encarga de realizar todo el acompañamiento, asesoría y acti-

vidades necesarias para la implementación exitosa del programa y quien es la encargada de recoger todo el material reciclable, no solo gana el medio ambiente, al recuperar todos los materiales que potencialmente son susceptibles de ser reciclados, sin importar su valor comercial; sino también gana la sociedad en general.

La Fundación Koala tiene dentro de sus principios el darles apoyo laboral a personas con estado de vulnerabilidad. En este sentido, la prioridad de Koala es darle empleo a madres cabeza de familia, sin importar su nivel educativo o su experiencia laboral. Con el aporte de materiales que realiza cada entidad vinculada con la fundación, se mantiene esta condición.

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

LAS GRANDES EMPRESAS DEBEN COMPROMETERSE A LA SUPERACIÓN DE LOS GRANDES DESAFÍOS DE LAS SOCIEDADES DEL SIGLO XXI. EN EL 2008 BBVA HA CONSOLIDADO EL PROGRAMA DE BECAS DE INTEGRACION REFORZANDO DE ESTE MODO SU DIFERENCIAL APUESTA POR LA EDUCACIÓN.



ASUNTOS RELEVANTES Y DATOS BÁSICOS

Durante 2008, el Plan de Acción Social de la política de Responsabilidad Corporativa en BBVA Colombia logró su consolidación en materia de cifras y resultados. Con una ampliación en su presupuesto al pasar de 0.7% a 1% de las utilidades, de BBVA Colombia, Administradora de Fondos de Pensiones y Cesantías BBVA Horizonte S.A., BBVA SEGUROS COLOMBIA S.A. y BBVA SEGUROS DE VIDA COLOMBIA S.A.

El valor total creció en 70% con relación a 2007 permitiendo disponer de \$ 3.668 millones para la ejecución de nuestros programas enfocados básicamente al apoyo a la educación y la cultura a través de nuestro programa de becas de integración, entregas de morrales con material educativo y el Salón de Arte, entre otras actividades.

Ese crecimiento presupuestal se reflejó, sin duda alguna, en el crecimiento geográfico y cuantitativo



que el Plan de RC de BBVA Colombia tuvo en todo el territorio nacional, con relación a las acciones adelantadas el año inmediatamente anterior.

Pasamos de asignar en el 2007 1.454 becas y entregar 6.000 morrales con materiales educativos en siete ciudades colombianas, a entregar, en 2008, 4.738 becas educativas con complemento alimentario y 16.674 morrales con útiles escolares en más de 27 instituciones de 17 ciudades del país y la puesta en marcha de convenios con entidades como la Unicef y la OEI.

En el mes de junio de 2008, realizamos el primer Encuentro de Responsabilidad Social y Primera Infancia como parte del acuerdo firmado con la OEI y que tiene como fin adelantar un estudio sobre primera infancia y en cuyo marco, en el mes de octubre de 2008 se presentaron los primeros resultados. Por otro lado, con Unicef se puso en marcha una alianza a fin de mejorar los resultados de los colegios de bajo logro académico y que en primera instancia iniciará su proceso en la provincia de Gutiérrez, en Boyacá.

Además, a través de la red de cajeros automáticos propios, se viene adelantando desde el mes de noviembre de 2008 la recaudación de donaciones por parte de los clientes con el fin de que la Unicef atienda la educación de niños y niñas del país.

De la misma manera, durante 2008 se culminó con éxito la segunda etapa del XV Salón de Arte BBVA que había comenzado en septiembre de 2007 en Medellín, pasó a Bogotá y en sus dos últimas paradas estuvo en Barranquilla y terminó en Cali premiando a un grupo de 8 artistas con una bolsa de adquisición de \$30 millones y un viaje a España.

Programa de Becas de Integración		
	2008	2007
Inversión	\$ 3.668 millones	\$ 2.061 millones
Número de niños Becados	4.738	1.454
Colegios	27	20
Ciudades	17	8

Pese a los esfuerzos que realiza el sector público para facilitar el acceso a la educación a los sectores menos favorecidos de la población, múltiples circunstancias impiden a muchos niños poder acceder a ella. Padres desempleados, desplazamiento forzoso por causa de la violencia o de los desastres naturales, analfabetismo, madres solteras o abandonadas por sus cónyuges y muchas más les impiden mantener una asistencia constante a las aulas.

Pensando en esto, BBVA Colombia creó su programa de becas “Pasión por el futuro”, que a partir de un presupuesto definido por el Banco, permite anualmente apoyar la educación de un grupo de niños mediante el pago de sus costos educativos totales, como pensión, matrícula, uniformes y calzado, con un complemento alimentario que en muchos casos les facilita su desayuno y onces y en otros, también el almuerzo.

Ciudad	Becados
Bogotá	150
Quibdó	250
Medellín	150
Barranquilla	105
Cartagena	200
Bucaramanga	55
Sibate	150
Pasto	1.600
Cali	150
Tolima	72
Neiva	20
Huila	22
Manizales	70
Popayán	354
Buenaventura	750
Palmira	640
TOTAL	4.738

ASIGNACIÓN Y APLICACIÓN | Dentro de su política de Responsabilidad Social, en BBVA Colombia hemos sido conscientes de la necesidad de dar a la educación la

mayor importancia en cada una de las acciones que en esta materia emprendemos, es así como en el diseño e implementación de nuestro programa de becas de integración hemos tenido en cuenta establecer alianzas con fundaciones y entidades dedicadas al servicio de la comunidad, quienes han sido en primera instancia las encargadas de asesorarnos en el perfil de los beneficiarios y en establecer, a partir de allí, los segmentos de población a los cuales enfocar nuestras ayudas.

Por medio de encuestas en varias ciudades hemos podido identificar en dónde es más urgente entrar a apoyar a niñas, niños y jóvenes en cuanto a sus procesos educativos se refiere, estableciendo en la población desplazada y afectada por la violencia, de estratos económicos bajos y cuyas cabezas de familia, la mayoría mujeres, se encontraran desempleadas y con niveles bajos de educación, nuestro principal eje de trabajo.

Establecida la población destino de nuestras ayudas, se buscaron a través de niveles de rendimiento académico, y de compromisos sobre la asistencia y responsabilidad familiar en el envío al colegio y buen comportamiento para la asignación final de las becas.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN | Para hacer que estas ayudas, se conviertan en un apoyo eficaz y sólido, en BBVA Colombia establecimos una serie de mecanismos para mantener un seguimiento y valoración real sobre la evolución de los estudiantes en relación con el rendimiento académico y su comportamiento en general.

A través de visitas por parte del personal del Banco y de listados periódicos suministrados por las instituciones educativas, se monitorean trimestralmente aspectos como calificaciones, asistencia y rendimiento general de los estudiantes beneficiados, con lo que el balance del primer año de aplicación

de las ayudas ha sido excelente, dados los resultados académicos de los becados como su asistencia, que sólo se ha visto afectada en algunos casos aislados por cambio de residencia de las familias; en términos generales, la deserción escolar se bajó a cero gracias a los aportes de cada una de las becas.

MORRALES DE SUEÑOS | Uno de los grandes problemas con los que se han encontrado las diferentes administraciones

públicas en todo el país, al momento de hablar de permanencia escolar, es sin duda alguna la falta de recursos económicos por parte de las familias de los estudiantes para comprar los materiales necesarios a fin de cumplir con sus deberes escolares.

Pese al carácter gratuito de la educación pública y a los esfuerzos que han realizado diversas administraciones en Bogotá y otras ciudades del país, por ejemplo, ofrecer subsidios económicos a los niños que asistan a clases, alimentación en escuelas y colegios por medio de comedores escolares y ofrecer rutas de transporte en forma gratuita a los menores que estudien lejos de su sitio de residencia, este problema sigue siendo causa de deserción.

La Secretaría de Educación de Bogotá, en vista de esta situación, lanzó el proyecto “Solidaridad por la permanencia”, en donde además de las ventajas antes anotadas ofreció el programa “Morrales de Sueños”, propuesta a la que BBVA Colombia, se unió a través de la entrega de 10.000 morrales con útiles escolares en 10 instituciones educativas de estratos 1 y 2 de Bogotá.

Esta iniciativa, también se llevó a cabo en otras 15 ciudades del país mediante la entrega de 6.674 morrales más que traduce el espíritu de BBVA Colombia de hacer de la educación su principal objetivo del Plan de Acción Social y, de paso, hacer con estas ayudas de la permanencia educativa una de las principales metas de sus programas.

Ciudad	Cantidad
Bogotá	10.150
Quibdó	250
Medellín	1.950
Barranquilla	261
Cartagena	200
Bucaramanga	55
Sibate	150
Tolima	500
Santander	400
Risaralda	400
Guajira	600
Rioacha	120
Cali	150
Pasto	1000
Arauca	400
Santander	88
TOTAL	16.674

CONVENIO BBVA-OEI | En el marco del convenio firmado por el Grupo BBVA y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, -OEI, con el fin de desarrollar el proyecto “Primera infancia en América Latina”, en Colombia se llevó a cabo el primer Encuentro de Responsabilidad Empresarial Corporativa y Primera Infancia, que además de marcar la puesta en marcha del proyecto, permitió reflexionar y establecer el estado de situación de la primera infancia (0-6 años) a escala local.

El proyecto arrojó sus primeros resultados en el mes de octubre, cuando se dio a conocer un diagnóstico sobre estado de la información existente sobre primera infancia; también comprende, entre otros, la elaboración de estudios sobre la cobertura en educación infantil en el país, así como sobre la transición a la adolescencia y juventud.

Dentro de la iniciativa se tiene contemplado el desarrollo de tres proyectos, enfocados a primera infancia y que deberán tener la prioridad de destinar 75% de los recursos a la atención de niñas y niños. Estos proyectos serán diseñados y ejecutados

a través de la OEI, junto con entidades gubernamentales como el Ministerio de Educación y el ICBF, entre otras.

CONVENIO BBVA-UNICEF | En procura de mejorar la calidad de la educación pública en Colombia, en julio de 2008 firmamos un convenio con UNICEF, en el cual, además de aportar los recursos económicos necesarios para su desarrollo, buscamos la vinculación de empleados y clientes con el fin de unir esfuerzos en el apoyo a los diferentes programas y acciones que esta entidad multilateral adelanta en el marco del acuerdo.

Este convenio con el que buscamos impactar las políticas de educación pública en Colombia, está encaminado a mejorar el rendimiento de las instituciones educativas de bajo logro a través de talleres y seminarios de capacitación, dirigidos a los agentes educativos que intervienen en los diferentes procesos formativos y de acciones conjuntas con autoridades nacionales y municipales que rigen la educación pública.

La primera zona beneficiada será la provincia de Gutiérrez en el departamento de Boyacá (oriente del país) donde se trabajará con instituciones educativas de los municipios de Chiscas, El Cocuy, El Espino, Guacamayas, Güicán y Panqueba.

En ese mismo marco, se acordó también recaudar las donaciones dirigidas a Unicef efectuadas por nuestros usuarios a través de los 755 cajeros automáticos que tenemos en todo el país y que al cierre 31 de diciembre de 2008 alcanzaron un acumulado de US\$97 mil, que serán destinados para atender la educación de la población infantil de los departamentos de Chocó, Sucre y Magdalena Medio afectadas por la ola invernal que azotó al país a finales del año pasado.

En ese mismo marco, se acordó también recaudar las donaciones dirigidas a Unicef efectuadas por nuestros usuarios a través de los 755 cajeros automáticos que tenemos en todo el país y que al cierre 31 de diciembre de 2008 alcanzaron un acumulado de US\$97 mil, que serán destinados para atender la educación de la población infantil de los departamentos de Chocó, Sucre y Magdalena Medio afectadas por la ola invernal que azotó al país a finales del año pasado.

RUTA QUETZAL 2008 | Lucía Alejandra Pulido, Nazly Julieth Zapata, Stephannie Paola Cortés, de Bogotá, Daniela Pérez, de Cali, y Mateo Arcila de Envigado, son los nombres de la delegación de colombianos que forma-

los nombres de la delegación de colombianos que forma-

ron parte de la XXIII Ruta Quetzal 2008 que durante 35 días recorrió tierras de Panamá y España.

Los favorecidos fueron seleccionados a partir de una convocatoria realizada por BBVA Colombia e Icetex entre personas de todo el país que tuvieran entre 15 y 16 años, quienes debían realizar un trabajo escrito, una composición musical o un trabajo gráfico sobre temas de historia relacionados con el Canal de Panamá y literatura española.

Fue así como las participantes bogotanas obtuvieron su cupo con un ensayo titulado “El alma se escapa en una pincelada,” realizado por Alejandra, mientras que Stephannie y Nazly realizaron una maqueta titulada “El vientre sagrado, el agua y la naturaleza en el mundo de los Cocle y Veraguas”, la primera, y el plegable “Nuestras culturas precolombinas”, la segunda.

Por su parte, Daniel realizó también un ensayo que tituló “Las culturas precolombinas panameñas y el rey Quibíán de Veraguas” y el joven envigadeño, el único hombre en el grupo elegido, realizó un trabajo escrito denominado “El Canal de Panamá y sus nuevas esclusas interoceánicas”.

La expedición Ruta Quetzal BBVA 2008 en la que participaron 350 jóvenes de todo el mundo, inició su recorrido en Panamá por los tres grandes caminos que se abrieron desde el reinado de Carlos I para conectar los dos océanos: el camino Real, el camino de Chagres y el camino de Cruces.

Antes de su paso a España, los rutereros visitarán el Canal de Panamá con la intención de estudiar su construcción, sus avatares históricos, y el actual proyecto de ampliación proyectado entre 2007 y 2014.

Los jóvenes llegaron a España para continuar su periplo por Castilla-La Mancha, más concretamente en Toledo, en donde recordaron a Doménikos Theotokópoulos “El Greco”, pintor universal que dejó gran parte de su obra en esta ciudad imperial. Antes de abandonar la provincia, Ruta Quetzal visitó Puebla de Montalbán, cuna de Fernando de Rojas, autor de “La Celestina”.

La expedición 2008 fue recibida en audiencia por los reyes de España y terminó a finales de julio

de 2008 con la entrega de diplomas a los expedicionarios en el acto de clausura del Programa Académico, dirigido por la Universidad Complutense de Madrid.

OTRAS LÍNEAS DE TRABAJO DESTACADAS

A comienzos de la década del noventa, el arte en Colombia pese a gozar de la presencia de artistas destacados en galerías y certámenes de la plástica en todo el país, carecía de espacios de participación para los artistas jóvenes. Pensando en esto, en 1993 surge la idea de adelantar un concurso que permitiera la participación de artistas que tuvieran la pintura como técnica central de su oficio y que apenas se estuvieran iniciando en el mundo del arte.

Salón de Arte BBVA:

Número de salones:	15
Artistas participantes:	5.000
Artistas destacados:	480
Monto total de premios entregados:	\$150 millones

Así nació el Salón de Arte BBVA que tuvo su primera versión en ese año y que desde entonces se ha venido desarrollando ininterrumpidamente hasta hoy.

Durante estos 15 años han sido muchos los nombres de los artistas que han tenido en el Salón su punto de partida en el arte nacional.

Karen Cook fue la ganadora de la primera versión, en la que participaron también Carlos Jacanamijoy y un destacado grupo de pintores. Desde allí, nombres como Oscar Danilo Vargas, Sahir García, Martha Rivero, Libia Posada, Esteban Villa, Boris Sánchez y David Peña, entre otros, han venido consolidando la importancia de este certamen en la escena cultural del país.

La participación de más de 7.000 artistas de todo el territorio colombiano en sus diferentes convocatorias, más de 400 que han expuesto y

han aparecido en sus 14 catálogos y exposiciones y cerca de \$300 millones entregados como incentivo son el reflejo de que el Salón de Arte BBVA es el espacio más antiguo de la plástica nacional patrocinado por la empresa privada.

Hoy por hoy, el Salón de Arte ha cambiado y su dinámica obedece a la nueva forma de ver el arte en el mundo actual. En 2006 y con el apoyo de la Fundación Amigos de las Colecciones del Banco de la República, dejó su tradicional convocatoria enfocada a pintura y abrió su espacio a artistas de todos los géneros y tendencias; así se pudieron ver en la Biblioteca Luis Ángel Arango las más diversas y vanguardistas propuestas que permiten vislumbrar la realidad del arte actual colombiano.

En 2008, para cerrar la celebración de los 15 años del Salón, iniciada en 2007 cuando dimos apertura en Medellín a una exposición itinerante que pasó también por Bogotá, llevamos el Salón de Arte a Barranquilla y Cali, en donde se cerró con la premiación a ocho artistas de todo el país, quienes recibieron una bolsa de adquisición por \$30 millones y uno de ellos, un viaje a España.

Los artistas destacados por el jurado y ganadores de los incentivos fueron: Adriana Bernal, Paulo Licona, Camilo Echavarría, Nicolás Cárdenas, Juan Carlos Garzón, Verónica Uribe, Rafael Ortiz y Wilger Sotelo. Por su parte, la artista payanesa Sandra Patricia Navia fue la ganadora del viaje a España.

II CONCURSO IBEROAMERICANO DE RELATOS. Tras una convocatoria realizada en los países iberoamericanos, la estudiante caleña de 15 años de edad, Angie Brigitte Bolaños, se adjudicó el primer puesto en el II Concurso Iberoamericano de Relatos que convocamos junto a Casa de América y la editorial SM con el trabajo titulado “Las momias de Matusalem”.

El jurado del concurso, conformado por Miguel de la Quadra-Salcedo, director de Ruta Quetzal BBVA; José Luis Cortés, director corporativo de

Publicaciones Infantiles y Juveniles de SM; Ronaldo Menéndez, escritor, y Toño Angulo, escritor y editor de las revistas de La Fábrica, destacó la fluidez, precisión y limpieza del lenguaje, así como la capacidad de crear una atmósfera de terror, no sólo a través del narrador principal sino también por el empleo de un falso narrador y la estructura clásica del relato.

Entre los finalistas, hay que destacar también al colombiano Santiago Jaramillo, con el cuento “Paz de Barrio”.

DONACIONES Y AYUDAS SOCIALES:

UN MURAL DE OBREGÓN PARA BARRANQUILLA.

En agosto de 2008, a través de nuestro presidente Óscar

Cabrera Izquierdo, hicimos entrega a la directora del Museo de Arte Moderno de Barranquilla, María Eugenia Castro, de un mural realizado por el maestro Alejandro Obregón en el año de 1970, en nuestra sede principal de Barranquilla, que se instalará en la nueva sede del museo, en el Parque Cultural del Caribe.

El mural, titulado por el maestro Obregón “Cosas del aire”, tiene una dimensión de 1,65 por 9,00 metros, está hecho en la técnica de acrílico sobre mortero y es el último de una serie de cinco murales pintados por el artista en La Arenosa, ciudad en la que vivió gran parte de su vida y que iniciara en 1956 con el trabajo encargado por el Banco Popular.

La donación, que coincidió con la exposición también patrocinada por BBVA Colombia, “La grandeza de Obregón en el pequeño formato” en la que se exhibieron más de 40 obras del pintor, según Cabrera Izquierdo, “ratificó el apoyo de la entidad financiera a la cultura nacional y específicamente a las artes plásticas, apoyo que desde hace más de 15 años mantenemos a través de nuestro Salón de Arte, que precisamente tuvo en la sede del Museo de Arte Moderno de Barranquilla, una de sus paradas en la edición que recién acabamos de cerrar.

APOYO A LA OTRA, APUESTA POR EL ARTE JOVEN DEL PAÍS. Dieciséis obras de artistas de Bogotá, Cali, Medellín y Cartagena conformaron el Salón de Arte BBVA que pudo verse en el mes de octubre en La Otra, feria de arte contemporáneo de Bogotá.

La innovadora muestra marcó el inicio de nuestra vinculación a la importante feria artística que se celebró por segunda vez y en la que fuimos la única entidad financiera del país en patrocinar el certamen. A la vez, con consolidamos de esta forma el apoyo incondicional al arte joven colombiano que a través de su Salón de Arte, hemos venido haciendo por más de 15 años como plataforma de importantes artistas nacionales.

La colección BBVA que se presentó en La Otra es un compendio de lo que en términos de vanguardia significó nuestro salón en sus dos últimas versiones para el arte contemporáneo nacional al incluir instalaciones, videos, fotografías y pinturas, entre otras técnicas.

FONDO EDUCATIVO BBVA - U. DE LOS ANDES "QUIERO ESTUDIAR". En conjunto con la Universidad de los Andes, hemos conformado un fondo educativo con el fin de garantizar que, a perpetuidad, se promueva el acceso y desarrollo de la educación superior en Colombia.

Como parte del fortalecimiento de ese programa iniciado por la Universidad de los Andes en 2006 con 99 estudiantes y que actualmente beneficia a 620, se creará la beca BBVA para la maestría de la Escuela de Gobierno Alberto Lleras Camargo, que orienta sus actividades a mejorar la calidad de las políticas públicas y la administración del Estado. Para ello, la Escuela busca formar líderes en la gestión de las diferentes instituciones del Estado y de la sociedad civil, en la investigación académica y en el análisis y formación de opinión.

DONACIONES Y APOYO SOCIALES. Durante 2008, también hicimos presencia con nuestras donaciones en diversas actividades de la vida social y cultural del país, como nuestra participación en el Festival de Jazz de Cali, Ajazzgo; en Bogotá colaboramos con la apertura del proyecto Casa Ensemble, que dirige la reconocida actriz Alejandra Borrero, y como ha sido tradicional en los últimos años, también estuvimos presentes en la Caminata por la Solidaridad por Colombia. En estos proyectos BBVA Colombia aportó \$30 millones.

- Con miras al fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas, pymes, BBVA Colombia favoreció a la Fundación Fundea Colombia con \$21 millones para el desarrollo de un programa de emprendimiento dirigido a adolescentes embarazadas.
- También hicimos una donación por un valor de \$20 millones, representados en computadores, a la Gobernación de Bolívar, con el fin de dotar escuelas de sectores marginados de los municipios del departamento. En ese mismo departamento, dotamos la Casa Hogar de Magangué con elementos como sábanas, cobijas, vajillas, etc., por un valor de \$5 millones.
- BBVA Colombia hizo también aportes a las fundaciones Síndrome de Down, que atiende niños de escasos recursos que padecen esta dolencia, y a la Fundación Caribe, que apoya a niños con discapacidad cognitiva, con cerca de \$12 millones, a cada una de ellas.

VOLUNTARIADO. Durante la pasado ola invernal que afectó a miles de colombianos de todas las regiones del país, 1.700 empleados de BBVA Colombia destinaron de manera voluntaria \$25 millones que fueron destinados a la Beneficencia de Cundinamarca para ayudas a las víctimas de esta zona del país.

PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DEL MILENIO

“LA ERRADICACIÓN DE LA POBREZA EXTREMA SIGUE SIENDO UNO DE LOS PRINCIPALES DESAFÍOS DE NUESTRO TIEMPO Y ES UNA DE LAS PRINCIPALES PREOCUPACIONES DE LA COMUNIDAD INTERNACIONAL. PARA PONER FIN A ESTE FLAGELO SE NECESITARÁN LOS ESFUERZOS COMBINADOS DE TODOS, LOS GOBIERNOS, LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL Y EL SECTOR PRIVADO, EN EL CONTEXTO DE UNA ALIANZA MUNDIAL PARA EL DESARROLLO MÁS FUERTE Y MÁS EFICAZ”. SECRETARIO GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS, BAN KI-MOON.

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

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

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

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

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

Desde su adhesión, BBVA elabora anualmente un Informe de progreso, disponible en la sitio web www.pactomundial.org, que recoge información detallada sobre políticas y acciones específicas implantadas para su cumplimiento.

En 2008, con motivo del 60º aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, BBVA emprendió dos acciones de importancia: la firma de una declaración de conmemoración de este aniversario por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y el lanzamiento de un curso de Derechos Humanos para los empleado del Grupo con una carta



personalizada para cada empleados por parte del presidente del Grupo, animando a su realización.

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

BBVA Y LOS OBJETIVOS DEL MILENIO

En los objetivos de desarrollo del Milenio se fijaron metas con plazos determinados, mediante

las cuales se pueden medir los progresos en la reducción de la pobreza económica, el hambre, la enfermedad, la falta de vivienda adecuada y la exclusión, al paso que se promueven la igualdad entre los sexos, la salud, la educación y la sostenibilidad ambiental.

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

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

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

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

BBVA y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

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

Informe de Revisión Independiente

Informe de Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 del BBVA Colombia

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC) del año 2008 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3), así como los indicadores centrales propuestos en dicha guía. Por lo anterior, nuestra revisión no incluyó ninguna verificación de los datos de ejercicios anteriores que se haya incluido para efectos comparativos.

Estándares y procesos de verificación

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

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

- Reuniones con el personal del BBVA Colombia para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IARC 2008.
- Revisión del acta de la reunión del ejercicio 2008 del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa.
- Contraste de que el contenido del IARC no contradice ninguna información relevante suministrada por BBVA Colombia en su Informe Anual y en su Informe de Gestión.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en la Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales incluidos en el IARC corresponden a los recomendados por dicho estándar.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación, consideración y respuesta a las partes interesadas a lo largo del ejercicio.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IARC 2008 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de BBVA Colombia.

Conclusiones

En la tabla de indicadores GRI se detallan los indicadores revisados y el alcance de la revisión. Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IARC 2008 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).

Recomendaciones

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

- Implementar procedimientos formales para la identificación, consideración y respuesta de los grupos de interés a lo largo del ejercicio.
- Integrar y consolidar la información de Responsabilidad Corporativa en el Departamento de Comunicación e imagen.
- Participar a todas las áreas del Banco en el desarrollo progresivo de la Responsabilidad Corporativa.

Responsabilidades de la Dirección de BBVA Colombia y de Deloitte

- La preparación del IARC 2008, así como el contenido del mismo, es responsabilidad del Departamento de Comunicación e Imagen del BBVA Colombia, 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 en nuestra revisión.
- Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés del BBVA Colombia de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el IARC 2008 del BBVA Colombia.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.
Jorge Enrique Múnera D.
Socio

Bogotá, 11 de marzo de 2009



CRITERIOS DEL INFORME

PERFIL, ALCANCE, RELEVANCIA, MATERIALIDAD Y COBERTURA DE LA MEMORIA.

Desde el 2007, BBVA elabora anualmente el informe de responsabilidad corporativa. La información del presente informe corresponde al Banco BBVA, tal y como se define

en el Informe Anual para el 2008, incluyendo datos comparativos referentes al 2007 y 2008 con indicación del perímetro de los mismos. Para facilitar la comparabilidad de la información, si dichos datos han sufrido alguna modificación con respecto a los facilitados el año anterior, se debe a una mejora en los métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas o en los criterios utilizados.

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

En esta línea se ha realizado un análisis específico con la información pública y la disponible en BBVA para valorar la validez y relevancia de estos asuntos en el contexto actual. El presente informe se completa con el Informe Financiero 2008 y otras informaciones disponibles en la página Web (www.bbva.com.co).

REFERENCIAS BÁSICAS Y ESTÁNDARES INTERNACIONALES

Este informe se ha preparado siguiendo las mejores prácticas y los estándares internacionales más reconocidos. Por un lado se han seguido los principios y requisitos de Global Reporting

Initiative (GRI G3), reportando tanto los indicadores centrales como los del sector financiero.

Asimismo, se informa sobre actuaciones relativas a los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas y se da respuesta al Informe de Progreso 2008 en relación al cumplimiento de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

RIGOR Y VERIFICACIÓN

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

INDICADORES GRI

PERFIL		
1. Estrategia y Análisis		Páginas
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.		7
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.		13,14,64
2. Perfil de la organización		
2.1 Nombre de la organización		1
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.		2,3
2.3 Estructura operativa de la organización.		5,6
2.4 Localización de la sede principal de la organización.		2
2.5 Número de países en los que opera la organización		2
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.		2
2.7 Mercados servidos.		2
2.8 Dimensiones de la organización informante.		2-4
2.9 Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización		1,3
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.		66
3. Parámetros de la memoria		
PERFIL DE LA MEMORIA		
3.1 Período cubierto por la información contenida en la memoria.		1
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).		61
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).		61
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.		CPP
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA		
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.		16-18,61
3.6 Cobertura de la memoria.		1
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.		61
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.		2,3
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.		61
3.10 Descripción del efecto que pueda tener volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.		61
3.11 Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.		61
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI		
3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.		62
VERIFICACIÓN		
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.		59,61

4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés			Páginas
GOBIERNO			
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.		5-1A
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).		IGC
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.		IGC
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.		41,IGC
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).		IGC
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.		IGC
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.		IGC
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.		14,47
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.		10,11
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.		IGC
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS			
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.		13
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.		50-56
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.		14
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.		17
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.		16,17
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.		18
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.		19

ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES	
Dimensión Económica	Páginas
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN	15,28,29,34 50,51,53
Desempeño económico	
EC1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	15
Impacto económico indirecto	
EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	28,29,34,50 51,53
Dimensión Ambiental	
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN	48,14
Materiales	
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	48
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados. Energía	48
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	48
Emisiones, vertidos y residuos	
EN 16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	48
EN 17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	48
EN 22: Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	48
Productos y servicios	
EN 26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	48
Cumplimiento normativo	
EN 28. Costes de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	14
Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo	
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN	36-43
Empleo	
LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	36
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	36,37
Relaciones Empresa/Trabajadores	
LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	41
Salud y Seguridad en el trabajo	
LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	43
LA8. Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	42,43
Formación y Educación	
LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	39,40
Diversidad e igualdad de oportunidades	
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	38

Dimensión Social: Derechos Humanos	Páginas
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN	14,41,45
Prácticas de inversión y aprovisionamientos	
HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	45
No discriminación	
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	14
Libertad de Asociación y convenios colectivos	
HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	41
Dimensión Social: Sociedad	
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN	14,31
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	31
Cumplimiento normativo	
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	14
Dimensión Social: Responsabilidad de producto	
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN	14,21,22
Comunicaciones de marketing	
PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los estudios de satisfacción del cliente.	21,22
Cumplimiento normativo	
PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	14
INDICADORES DEL SECTOR FINANCIERO	
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN	29,30
Impacto de productos y servicios	
FS2: Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	29,30
Dimensión Social: Sociedad	
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN	26,27
Comunidad	
FS14: Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	26,27

LEYENDA

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

ASUNTOS RELEVANTES

LÍNEAS DE TRABAJO

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

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

Presentación del informe anual de RC

Adhesión y cumplimiento de los acuerdos internacionales

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Medición a grupos de interés

Comunicación permanente a los grupos de interés

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

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Mejorar y desarrollar nuevos canales de accesibilidad a servicios financieros a todos los colectivos

Trabajo puntual sobre el mejoramiento de satisfacción de nuestros clientes

INCLUSIÓN FINANCIERA

Corresponsales No Bancarios

Facilitar la inclusión financiera a colectivos desfavorecidos

FINANZAS RESPONSABLES

Mejoramiento del modelo de gestión de riesgo de lavado de activos

Financiación de proyectos de inversión con un alto aporte al desarrollo del país

OFERTA DE OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES

Mantener productos con carácter ambiental

Desarrollo de productos y servicios para sectores desfavorecidos

Desarrollar productos para colectivos con necesidades específicas

GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS

Impulsar nuevas iniciativas para la conciliación de la vida laboral y personal

Desarrollo de iniciativas para el desarrollo profesional y personal de los empleados

COMPRAS RESPONSABLES

Actualizar el cuestionario de homologación basado en los principios del Pacto Mundial

Desarrollar nuevas iniciativas de proyectos sociales con proveedores

GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

Reducir los impactos ambientales directos

Lanzamiento del Plan Global de Ecoeficiencia

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

Mejorar la cobertura del plan de acción social

Desarrollar el Plan de Voluntariado

Desarrollo de acciones orientadas a la conservación del medio ambiente

OBJETIVOS 2009

Realizar el comité de RRC

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

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

Verificar el informe anual de RRC

Avanzar en la difusión de los acuerdos internacionales

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

Ampliar el perímetro de consulta

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

Impulsar los canales no presenciales y mejorar la accesibilidad a los clientes

Mejorar los niveles y tiempos de respuesta en las reclamaciones

Ampliación de los canales de distribución

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

Desarrollar mecanismos de evaluación bajo los principios del Ecuador

Desarrollo e implementación de la herramienta de Ecorating

Incentivar el crédito ecológico

Desarrollar productos para sectores con necesidades específicas

Desarrollar nuevas iniciativas del Plan de Calidad de Vida

Desarrollar otras iniciativas para el desarrollo profesional de los empleados

Aplicación de la encuesta de satisfacción a proveedores

Continuar con la difusión de Pacto Mundial entre los proveedores

Aumentar el alcance del número de empleados siguiendo los objetivos del Plan Global de Ecoeficiencia

Avanzar en los objetivos del Plan Global de Ecoeficiencia

Aplicación de la encuesta de satisfacción a familias beneficiadas

Desarrollo de actividades para la vinculación de empleados al Plan de Voluntariado

Desarrollo de campañas puntuales para el mejoramiento de los indicadores ambientales

Indicadores clave de responsabilidad corporativa

ECONÓMICOS

	2008
Valor Directo Generado (millones de pesos)	2,010.546
Relación de solvencia con VeR (mínimo 9%)	10,95
Tasa de morosidad%	2,96

SOCIALES

Número promedio de días en resolver una reclamación	12,4
Diversidad de Hombres y Mujeres (%)	48 / 52
Tasa de Absentismo (%)	1,11
Horas de formación por empleados	17,7
Cursos Promedio al año por empleado	5
Índice de satisfacción de empleados (sobre 5)	4,4
Recursos destinados a compromiso con la sociedad (millones)	3,668
Recursos destinados a compromiso con la sociedad sobre beneficio atribuido (%)	1
No de beneficiarios del Programa de Becas de Integración	4,738

MEDIOAMBIENTALES

Consumo de papel por empleado (kg)	30
Residuos Gestionados	55,46
Emissiones de Co2 Indirectos (viajes en avión)	1.090,04
No de personas capacitadas en temas ambientales	3.100

Premios nacionales

BBVA el Banco del año en Colombia	Revista The Banker
Primer Banco del país en sostenibilidad	Estudio Revista Latin Finance

Premios internacionales del Grupo BBVA 2008

Premio Iniciativa Empresa por promover el espíritu viajero y el descubrimiento geográfico como la Ruta Quetzal	Sociedad Geográfica Española
BBVA Bancomer recibe el distintivo del 2008 de Empresa Socialmente Responsable	Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
BBVA entra en el Top 100 de las marcas del <i>ranking</i> Brandz	Millward Brown Optimor
I Premio a la mejor práctica responsable del Club de Excelencia en sostenibilidad	Club de excelencia en sostenibilidad
Premio Príncipe Felipe a la gestión de marca renombrada	Jurado de los Premios Príncipe Felipe a la excelencia empresarial
BBVA recibe el reconocimiento de la asociación de personas discapacitadas COCEMFE en su labor de mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad.	Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica (COCEMFE)
BBVA Colombia, BBVA Banco Continental (Perú), BBVA Banco Provincial (Venezuela), y BBVA Banco Francés (Argentina) entre los 10 mejores dentro del <i>ranking</i> de sostenibilidad de Latin Finance	Management & Excellence
Premio Codespa en la categoría de Empresa por el proyecto de Niños Adelante	Fundación Codespa-XII Edición de los Premios Codespa
XLIII Premio Llotja a la mejor información de sociedades mercantiles a los accionistas y al mercado	Cámara Oficial de Comercio, industria y navegación de Barcelona
Finalista del Premio a la Mejor Memoria de Sostenibilidad de empresas españolas	Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) e Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE).

adelante.

Para cualquier tipo de opinión, duda o sugerencia sobre la información de este documento, contáctese con:

Departamento de Comunicación e Imagen
Cra. 9 No. 72-21
Tel.: 347 1600
Ext.: 2020 / 2078

Diseño y Diagramación: Alvaro Molina P. / Lázaro Comunicaciones

Fotografía : Gustavo Villegas

Banco de Imagenes BBVA Colombia

Impresión: Editora Géminis Ltda.





BBVA

