



Informe de

Responsabilidad

Corporativa 2011

Colombia



Introducción

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

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

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

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

Índice



Deloitte.

Diálogo con el Presidente	4
Perfil BBVA Colombia	6
Principios y Políticas de Responsabilidad Corporativa	12
Grupos de Interés	29
Inclusión Financiera	34
Banca Responsable	38
Finanzas Responsables	39
Orientación al Cliente	45
Productos y Servicios Responsables	60
Recursos Humanos	66
Compras Responsables	82
Medio ambiente	85
Compromiso con la sociedad	91
Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio	100
Informe de Revisión Independiente	102
Criterios del Informe	103
Indicadores GRI	104

Diálogo con el Presidente

Para BBVA Colombia es un verdadero orgullo y el reflejo de nuestro compromiso con el desarrollo social del país, presentar el quinto Informe de Responsabilidad Corporativa en el cual, de manera detallada y juiciosa destacamos el desarrollo y puesta en marcha de las iniciativas más significativas que en esta materia adelantamos durante 2011.

Desde que dimos inicio a nuestro Plan de Responsabilidad Corporativa en Colombia, hemos insistido en la importancia de hacer de este proyecto un tema directamente ligado a nuestro ADN corporativo, y así lo hemos venido haciendo, procurando convertirnos en ejemplo de apertura del sector empresarial colombiano en estos tiempos en los que nos enfrentamos a entornos tan cambiantes y dinámicos, no solo en lo que tiene que ver con los sectores financieros, sino en toda la estructura económica y social de nuestros países.

Por eso en BBVA entendemos que la Responsabilidad Corporativa es, ante todo, un conjunto de prácticas que aporta marcos conceptuales y éticos de fondo para optimizar las formas de gestión, tanto en el desarrollo del negocio y la relación con cada uno de los grupos de interés, como en el ámbito del compromiso con el medio ambiente y la comunidad.

Prácticas que, por supuesto, cada vez dejan mejores frutos, no solo medibles en el aspecto cuantitativo, demostrados en el crecimiento cada vez mayor de nuestras cifras relacionadas con presupuesto, cobertura geográfica y población beneficiada, sino también cualitativamente, aspecto que encontramos al detallar en cada una de las iniciativas adelantadas, con posibilidades de bienestar, desarrollo y participación.

Este para nosotros es el camino de la sostenibilidad, y ese precisamente debe ser el que trace la Responsabilidad Corporativa, no solo como respuesta a los entornos sociales en los que nos desarrollamos, sino también a los demás grupos de interés que integran ese ADN al que nos referimos: clientes, empleados, accionistas, proveedores y reguladores.

Debo mencionar un programa especial que durante 2011 tuvo su lanzamiento en BBVA Colombia: "Adelante con tu futuro", nuestro programa de Educación Financiera que desarrollaremos en el presente año y que, sin duda, se convierte en uno de nuestros mejores ejemplos para mostrar en materia de Responsabilidad Corporativa, al facilitar a más de 10.000 personas, en todo el país, capacitarse en finanzas personales y hacerlas expertas en el manejo de sus ingresos, créditos y productos bancarios.

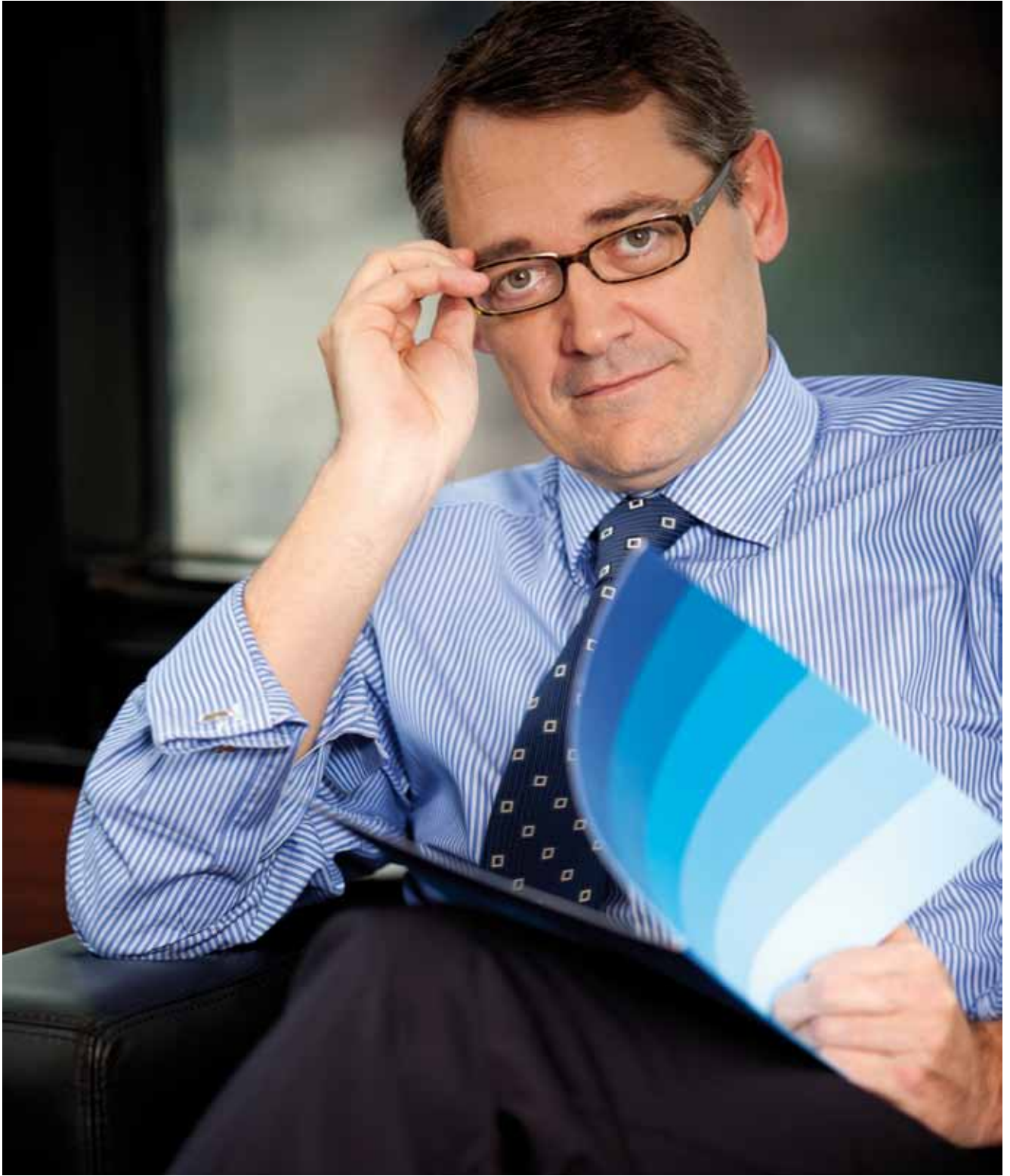
Por segundo año consecutivo, nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa alcanza el nivel de aplicación A+ según la metodología del Global Reporting Initiative; de acuerdo con Deloitte, la firma auditora, se constituye desde 2010 en el primer informe de sostenibilidad del sector financiero en Colombia, en alcanzar ese logro.

El sexto año de nuestro programa, en el que ya nos encaminamos, está lleno de retos. La educación de niñas y niños de escasos recursos, hacer de BBVA el mejor lugar para trabajar, mantener los estándares de ética y transparencia que nos han caracterizado son, entre otras, las principales metas en el camino hacia la sostenibilidad que nos hemos trazado y que, sin miramiento alguno, seguiremos recorriendo en este 2012.

Adelante



Óscar Cabrera Izquierdo
Presidente BBVA Colombia



Perfil BBVA Colombia

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

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

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

En total, las empresas BBVA en Colombia generan cerca de 6.200 empleos directos y de calidad.

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





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

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

Principales hitos de BBVA Colombia

1. Excelentes indicadores de calidad de la cartera.
2. Crecimiento interanual sólido, 34% en Cartera Particulares y 16% en Cartera Comercial.
3. Mejora de la posición competitiva de la actividad en su conjunto.
4. Beneficio ascendente del grupo, que supera el 15% por segundo año consecutivo.
5. Cumplimiento más que satisfactorio del Plan Estratégico BBVAx3-Plan Unidos, enfocado en la transformación cultural y de procesos.
6. Destacadas campañas de consumo y tarjetas permitieron la expansión del negocio.
7. Exitosa emisión de bonos que aportó al fortalecimiento patrimonial.
8. Mejora de la calificación como emisor, por FitchRatings y BRC.

Datos Relevantes de BBVA Colombia

	2009	2010	2011	Var.
Balance BBVA Colombia (En Miles de Millones de Pesos)				
Activo Total	18.924	22.085	26.103	4.018
Recursos Gestionados	13.163	15.364	18.652	3.288
Inversión Crediticia Neta	11.640	14.491	18.009	3.518
Fondos Propios	2.022	2.254	2.564	310
Cuenta de Resultados BBVA Colombia (En Miles de Millones de Pesos)				
Margen de Intereses	1.230	1.182	1.329	147
Comisiones	269	261	265	4
ROF's	180	85	72	-12
Gastos de Personal	310	324	339	15
Gastos Generales	249	246	272	26
Beneficio Antes de Impuestos	498	534	647	113
Beneficio Después de Impuestos	365	420	484	64
Ratios				
Ratio de Recurrencia	42,24%	40,21%	36,21%	-400
Ratio de Eficiencia	39,12%	42,89%	45,50%	261
ROE	19,63%	20,06%	23,72%	360
ROA	1,82%	2,13%	2,29%	15
Morosidad	3,62%	1,60%	1,16%	-44
Cobertura de Mora	157,11%	268,57%	339,47%	7.090
Cuotas de Mercado				
Depósitos	9,32%	8,86%	9,84%	21
Colocaciones	9,55%	9,36%	9,38%	12
Depósitos + Colocaciones	9,43%	9,11%	9,61%	17
Otros Datos				
Empleados	4.284	4.338	4.565	227
Oficinas Banca Comercial	298	291	297	6
Oficinas Corporate & Investment Banking	3	3	3	-
Oficinas Banca de Empresas	18	12	11	-1
Oficinas Banca Institucional	2	1	1	-
Oficinas Banca Personal	1	1	2	1
Corresponsales No Bancarios (Puntos)	107	171	223	52
Cajeros Automáticos	784	852	950	97



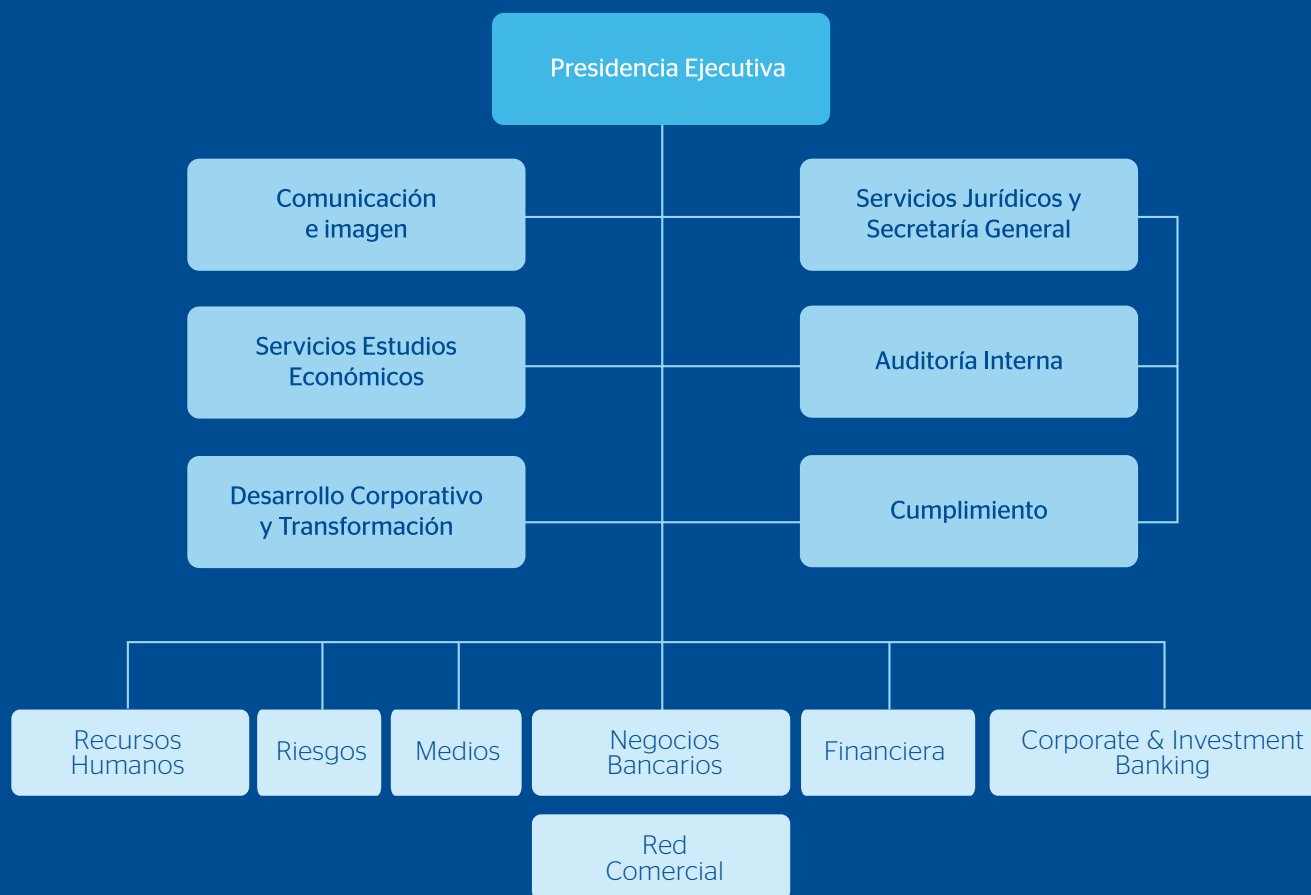
Cartera de Créditos por Línea de Negocio (En Millones de Pesos)

	2009	2010	2011
Cartera de Créditos Bruta	12.340.964	15.142.550	18.748.451
Consumo	3.083.951	3.842.681	5.512.617
Comercial	5.487.159	5.881.720	6.660.870
Microcréditos	1.317	403	144
Hipotecarios	2.665.533	3.402.615	4.185.000
Leasing	-	408.295	739.957
Provisiones	700.963	651.882	739.707
Cartera de Créditos Neta	11.640.001	14.490.668	18.008.744

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

	2009	2010	2011	Var
Margen de Intereses	1.313	1.257	1.411	155
Comisiones	449	447	446	-2
ROF's	254	147	105	-41
Gastos de Personal	357	380	408	28
Gastos Generales	320	308	336	29
Beneficio Antes de Impuestos	706	766	893	128
Beneficio Después de Impuestos	503	583	670	87
Cartera de Créditos Neta	11.640.001	14.490.668	18.008.744	

Organigrama del Banco



Estructura del negocio

Para BBVA Colombia continúa siendo prioridad que sus acciones conduzcan a que cada día un mayor porcentaje de la población tenga acceso a los servicios financieros, para lo cual, durante 2011, se abrieron oficinas en nuevas poblaciones y en zonas de expansión de las ciudades principales.

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

La red bancaria del BBVA se encuentra conformada por 314 oficinas, distribuidas en la geografía nacional de la siguiente manera

Oficinas Corporate & Investment Banking	Total
Bogotá	1
Medellín	1
Cali	1
Total	3

Oficinas Banca de Empresas	Total
Bogotá	5
Medellín	1
Barranquilla	1
Bucaramanga	1
Cali	1
Cartagena	1
Manizales	1
Total	11

Oficinas Banca Institucional	Total
Bogotá	1
Total	1

Oficinas Banca Personal	Total
Bogotá	1
Total	1

Banca Comercial	Total
Bogotá	87
Antioquia	38
Valle del cauca	31
Atlántico	15
Santander	17
Cundinamarca	12
Bolívar	8
Magdalena	7
Risaralda	7
Boyacá	5
Caldas	6
Cordoba	6
Guajira	6
Huila	6
Tolima	6
Cesar	5
Meta	6
Norte de santander	5
Nariño	4
Casanare	3
Quindío	3
Sucre	3
Cauca	2
Putumayo	2
Amazonas	1
Arauca	2
Caquetá	1
Chocó	1
San Andrés	1
Vichada	1
Total	297

Principios y políticas de Responsabilidad Corporativa



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

Misión y visión

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

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

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

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

Rentabilidad ajustada a principios

Trabajar por un futuro mejor para las personas es un compromiso que BBVA define desde los fundamentos básicos del comportamiento empresarial responsable: los principios.

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

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

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

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

Los 7 Principios corporativos de BBVA

1 Clientes

El cliente como centro de nuestro negocio

2 Creación de valor

La creación de valor para nuestros accionistas como resultado de nuestra actividad

3 Equipo

El equipo como artífice de la generación de valor

4 Estilo de Gestión

El estilo de gestión como generación de entusiasmo

5 Ética e Integridad

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

6 Innovación

La innovación como palanca de progreso

7 Responsabilidad Social

La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo

Posicionamiento

La identidad y el posicionamiento de la marca corporativa de BBVA está enmarcada por cuatro valores que forman parte de su esencia: Customer Centric, sencillez, confiabilidad y globalidad.

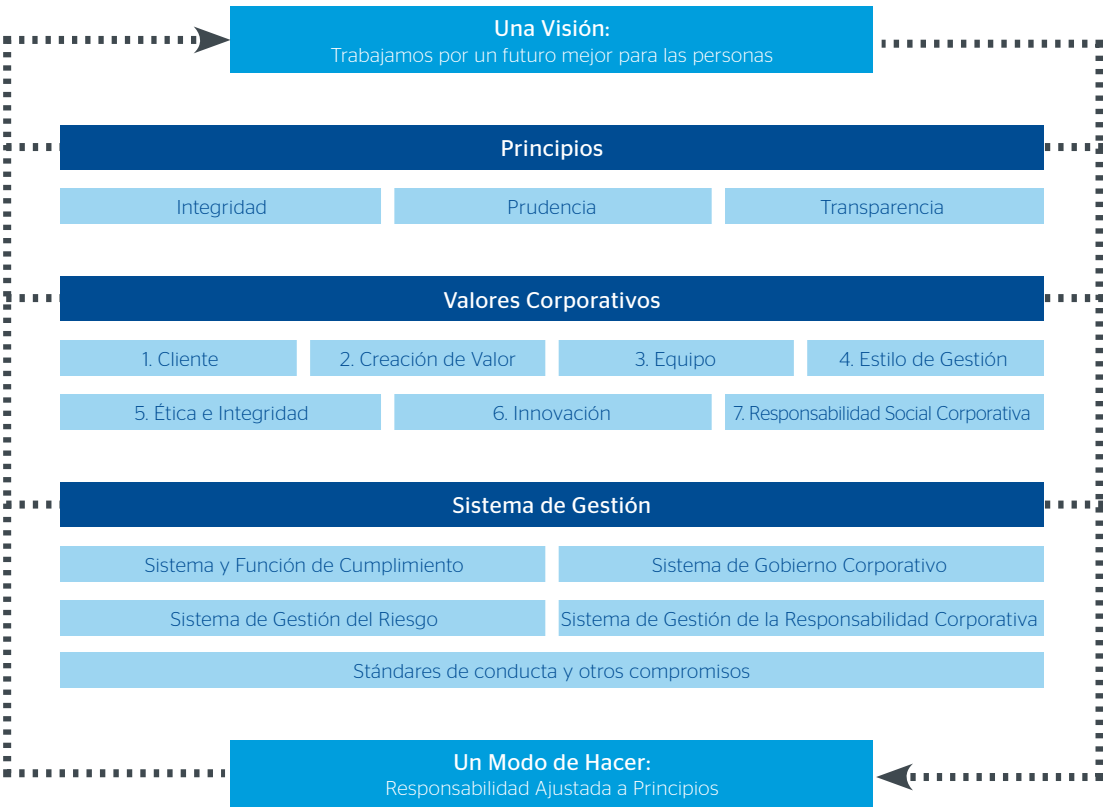
Customer Centric: en BBVA queremos establecer una nueva relación banco-cliente, en la que el cliente pasa a ser “lo primero”. Antepone su beneficio al nuestro y lo convertimos en el eje de nuestra actividad. Es el valor que define el objetivo de nuestras acciones y nos sitúa como el banco que más beneficia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

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

Confiabilidad: BBVA es una marca confiable que quiere transmitir al cliente la seguridad y la tranquilidad de tener su dinero a buen recaudo. La confiabilidad es un valor necesario y básico en el sector financiero.

Globalidad: en BBVA aspiramos a ser una marca global, de referencia en el mundo. Nuestra presencia en más de 30 países es prueba de ello. Ser globales nos permite entregar más valor, confiabilidad y transmitir esa percepción a nuestros clientes nos diferencia de una forma difícil de replicar. La marca BBVA es global y al mismo tiempo responde a las expectativas de sus clientes con soluciones adaptadas a cada país en el que opera; por eso, Adelante sintetiza todos estos planteamientos y simboliza el espíritu de constante impulso que guía la actividad de la empresa en el día a día, determinando su horizonte en el largo plazo.

Estrategia basada en principios



La Responsabilidad Corporativa en BBVA

Objetivos

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

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

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

- Desarrollar en todo momento su actividad principal de forma excelente.
- Minimizar los impactos negativos derivados de la actividad de negocio.
- Desarrollar "oportunidades sociales de negocio" que generen valor social y valor económico para BBVA.
- Invertir en las sociedades donde estamos presentes mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente 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, auditor y regulador de todas las acciones desarrolladas por BBVA Colombia, tiene entre sus funciones principales:

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

- Asistir a las reuniones convocadas por la administración.

- Efectuar recomendaciones a la entidad sobre temas de responsabilidad corporativa.

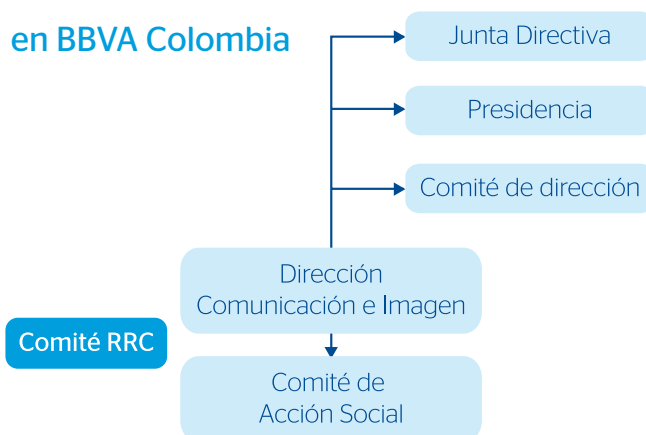
- Definir las políticas integrales de actuación de BBVA Colombia como empresa responsable.

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

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

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

La Responsabilidad Corporativa en BBVA Colombia



Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativa

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

El Plan Estratégico de RRC permite, además:

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

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

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

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

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

El foco seleccionado para priorizar los

esfuerzos tiene dos ejes básicos:

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

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

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

• La inclusión financiera

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

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

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

• La educación financiera

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

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

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

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

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

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

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

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

Nuestro programa de educación financiera “Adelante con tu futuro”, es un programa diseñado a escala internacional y adaptado a las

necesidades y requerimientos del sistema financiero colombiano, estructurado en módulos y proyectado para ser dictado en un aula móvil que recorre las diferentes ciudades y municipios del país, para facilitar la formación de personas como ahorradores constantes y deudores responsables, con habilidades para el manejo de los diferentes productos financieros existentes en el mercado.

Por medio de talleres interactivos, el programa brinda conceptos financieros en un proceso formativo claro y sencillo. La experiencia educativa de Adelante con tu futuro consiste en múltiples dinámicas de aprendizaje, simulaciones y actividades que permiten tomar decisiones financieras aplicando los conceptos adquiridos en el programa, que está dividido en talleres ágiles y de contenidos de aplicación práctica.

Entre los talleres que comprende el programa, están:

El ahorro: contenidos que permiten entender que el ahorro es parte de un proceso de planeación y organización, y que ayudan en la elaboración de estrategias para elaborar un plan de ahorro, conocer los principales instrumentos bancarios para ahorrar y descubrir al inversionista que llevamos dentro.

La tarjeta de crédito: hay que entender que el crédito no es malo para las finanzas personales y que puede ayudar a tener una vida más placentera; en este taller, además de aprender a hacerlo, se enseña a identificar, entre otras, las partes y elementos de una tarjeta de crédito y a interpretar adecuadamente un estado de cuenta.

Salud crediticia: la diferencia entre tener dificultades con los créditos y gozar de una perfecta salud crediticia es solo cuestión de planeación y organización. En el taller se aprenden las buenas prácticas para usar el crédito y organizar mejor las deudas; a detectar problemas con los créditos, interpretando adecuadamente un historial de crédito al identificar sus elementos más importantes. Enseña cuáles son los hábitos crediticios y se dan guías para utilizar la calculadora de salud crediticia, que permite saber en qué estado se encuentran las personas en cuanto a deudas y créditos se refiere.

Canales transaccionales y seguridad bancaria: son los medios a través de los cuales las personas acceden a sus respectivos bancos. Estos pueden ser presenciales o no presenciales. Entre los primeros se encuentran las oficinas, los cajeros automáticos y los datáfonos. Por su parte, en los segundos encontramos la línea telefónica, la banca móvil (celular y dispositivos electrónicos) y la banca virtual (internet).



En el taller, las personas aprenden a manejar correctamente los canales y, sobre todo, a conocer normas y prácticas de seguridad al momento de usar estos servicios.

En los talleres se aprecian videos con el tema principal de la lección y con la presentación de situaciones, hechos y mensajes financieros de forma ágil y dinámica, además de una serie de actividades personales y trabajo con materiales de consulta, que permiten familiarizarse con los principales conceptos de educación financiera.

Cada actividad presenta un problema cotidiano que pone a prueba las habilidades y conocimientos personales y sirve de guía para resolver situaciones particulares a partir del uso de calculadoras que tienen dos funciones principales: resolver los problemas contenidos en las actividades y servir de herramienta para las finanzas personales.

En resumen, el programa de educación financiera “Adelante con tu futuro”, de BBVA Colombia, permite a las personas que lo tomen adquirir conocimientos básicos sobre temas financieros en aspectos como el ahorro, la tarjeta de crédito y la salud crediticia, por una parte. Por la otra, adquirir habilidades para que esos conocimientos se conviertan en herramientas para hacer uso de cada uno de los productos financieros que hay en el mercado colombiano, teniendo estrictos parámetros de seguridad y, sobre todo, con conocimiento pleno y racional de formas de pago, planificación y plazos.

Este programa, que está abierto a clientes y no clientes de BBVA Colombia, se ofrece en las diferentes ciudades del país y se dicta en un aula móvil, que es un bus con tecnología de punta adaptado para recibir a 25 personas, en módulos individuales con un computador por puesto y con un tablero electrónico y pantalla gigante para la exhibición de videos y sitio para un capacitador que dirige las charlas.

Sistema de Gobierno Corporativo

El Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA Colombia lo conforman el código de Gobierno Corporativo; el reglamento de la asamblea general de accionistas, en el que se regula su funcionamiento y facultades, al igual que los derechos de los accionistas; el reglamento de la junta directiva, que comprende su funcionamiento y facultades, así como los derechos y deberes en las labores propias del cargo de los directores, y el reglamento del Comité de Auditoría y Cumplimiento.

Adicionalmente, el sistema cuenta con normas de conducta internas, contenidas en el código de conducta del Grupo BBVA, el código de conducta en el ámbito del mercado de valores y el código de conducta para la prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo, que consagran los postulados que rigen las actuaciones de sus directivos, administradores y empleados.

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

I) Comité de Auditoría y Cumplimiento: brinda apoyo a la junta directiva respecto a la verificación de los estados financieros e implementación y supervisión del Sistema de Control Interno. Está integrado por tres miembros, dos de ellos independientes.

Durante el ejercicio 2011 este comité sesionó en cuatro oportunidades, dentro de su gestión se destaca el apoyo y seguimiento realizados a los planes de la administración para la implementación, adecuación y seguimiento de los diferentes elementos que conforman el Sistema de Control Interno (SCI) del banco.

La Junta Directiva, con el apoyo del Comité de Auditoría, realizaron seguimiento al SCI, evidenciando que se cuenta con controles razonables en la operación y que los riesgos se gestionan cumpliendo con la regulación y de forma adecuada.

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

Durante el ejercicio 2011 el comité sesionó en cuatro oportunidades y dentro de su gestión sobresale el apoyo a la administración en los programas de Responsabilidad Corporativa, impulsando el programa de becas y entrega de morrales con útiles escolares, el cual contribuye con la educación de la niñez de escasos recursos; la valoración de la matriz de riesgo reputacional y el lanzamiento y puesta en marcha del programa de educación financiera Adelante con tu futuro, entre otros.

III) Comité de Gobierno Corporativo: apoya a la junta directiva en temas relacionados con la implementación y mejoramiento de buenas prácticas de gobierno corporativo, la protección de los accionistas y el mercado en general en cuanto al acceso de información relevante, evaluación del desempeño del

Comité de Auditoría y la junta directiva, entre otros. Este comité sesiona cada cuatro meses, y se reúne extraordinariamente cuando se requiere. En él participa un miembro independiente de la Junta Directiva.

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

Este comité durante el 2011 sesionó en dos ocasiones y dentro de su gestión se destaca la propuesta de un sistema y una política de retribución que se compone de factores de compensación fijos y variables, vinculados no sólo al cumplimiento de resultados financieros y de negocio, sino también a indicadores de gestión de riesgo.

Dicha política contempla la propuesta de un sistema retributivo que aplica a los directores independientes de la junta directiva y que se basa en el reconocimiento de una cantidad fija atribuida por el desempeño del cargo de director, que valora la responsabilidad, dedicación e incompatibilidades que ello comporta, y otra cantidad fija para los directores que formen parte de los distintos comités (de Auditoría, de Buen Gobierno, de Nominación y Compensación, de Responsabilidad Social Corporativa, etc.) valorando, así mismo, la responsabilidad, dedicación e incompatibilidades que cada una de ellas supone.

Encuesta Código País

En relación con las prácticas corporativas, la Superintendencia Financiera de Colombia realizó una encuesta sobre el grado de asunción de las recomendaciones del Código de Mejores Prácticas Corporativas, cuyo informe fue dado a conocer en el año 2011.

La encuesta evalúa temas relacionados con el desarrollo de las asambleas, funcionamiento y conformación de la junta directiva, revelación de información y atención a los accionistas, cuyos resultados evidenciaron

que BBVA Colombia cuenta con 36 medidas implementadas, siendo la entidad financiera en Colombia con más medidas adoptadas.

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

Información adicional

Durante el 2011, se realizó la reunión ordinaria de Asamblea General de Accionista, no se convocó a reuniones extraordinarias. La reunión ordinaria se realizó cumpliendo con los términos establecidos en la Ley, en los estatutos sociales, el Código de Buen Gobierno Corporativo y el Reglamento de Asamblea General de Accionistas, destacándose las siguientes prácticas:

La convocatoria de la asamblea se realizó a través de medios de comunicación escrito y la página web del Banco.

El Banco transmitió en línea la reunión de asamblea ordinaria de accionistas celebrada el 29 de marzo de 2011 a través de la web y publicó las decisiones tomadas.

Propiedad Intelectual y Derechos de Autor

De conformidad a lo previsto en el numeral 4 del artículo 47 de la Ley 222 de 1995, modificado por la Ley 603 de 2000, la administración informa que BBVA Colombia cumple estrictamente con las disposiciones legales relacionadas con propiedad intelectual y derechos de autor, para los distintos servicios, productos y operaciones.

Durante el ejercicio 2011 Control Interno y Riesgo Operacional evaluaron y monitorearon el estado de cumplimiento de las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor de acuerdo a la metodología establecida para la identificación, valoración y evaluación de riesgos en pro de mitigar su materialización.

Es de resaltar que las evidencias de estas

evaluaciones reposan en las herramientas y fichas de trabajo utilizadas por la unidad de control interno y riesgo operacional para el desarrollo de su función, actividad que es reportada periódicamente a la junta directiva.

Por lo expuesto, la junta directiva y administración de BBVA Colombia garantizan que el software instalado, en uso o en poder de la entidad, cuenta con las correspondientes licencias y que se han implementado controles para que los procesos de compra, desarrollo, instalación, adecuación y mantenimiento de software cumplan con los requerimientos legales sobre derechos de autor, privacidad y comercio electrónico.

Informe Artículo 47 Ley 964 de 2005

Para asegurar y mantener adecuados sistemas de revelación y control de la información financiera, BBVA Colombia cuenta con dos áreas al interior, una denominada Control Interno y Riesgo Operacional cuya misión es la gestión de riesgos operacionales de los sistemas y procesos de información de la entidad y otra llamada Control Interno de Información Financiera orientada a garantizar que la información financiera y contable sea presentada en forma adecuada con el cumplimiento de los requisitos legales.

Estas dos áreas trabajan armónicamente para garantizar un ambiente de control adecuado que asegure el cumplimiento de políticas, principios y prácticas contables con el fin de certificar que todos los procesos que afectan la información financiera estén libres de errores y permita una apropiada toma de decisiones por parte de la administración.

Durante el ejercicio 2011, el Banco continuó con la divulgación del SCI y la formación permanente a través de capacitaciones virtuales y presenciales.

El área de Auditoría Interna evaluó la efectividad de los procedimientos y controles establecidos para el funcionamiento de los sistemas información de BBVA Colombia, concluyendo que el sistema de información es adecuado y seguro,

que se ha ejecutado los planes para atender recomendaciones de mejora identificadas, sin evidenciarse un riesgo relevante para la entidad.

Teniendo en cuenta las evaluaciones y controles realizados sobre los sistemas de información contable y financiera, la junta directiva y la administración de BBVA Colombia considera que se cuentan con sistemas de revelación y de control de información razonables, efectivos y seguros.

Informe Comité de Auditoría

El Comité de Auditoría y Cumplimiento de BBVA Colombia está integrado por tres miembros de la Junta Directiva del Banco, de los cuales dos tienen la calidad de independientes.

El Comité cuenta con un reglamento aprobado por la Junta Directiva, que regula, entre otras materias, su funcionamiento y facultades.

Durante el año 2011 el Comité sesionó en cuatro oportunidades, según lo estipula su Reglamento Interno y la regulación vigente.

El Comité ha venido apoyando la gestión de la Junta Directiva en la preparación y presentación de los estados financieros conforme a la Ley, en el seguimiento y evaluación del Sistema de Control Interno - SCI del Banco, así como respecto al control efectivo de los conflictos de interés, la prevención del fraude y el cumplimiento razonable de las leyes y demás regulación aplicable a la Entidad.

Durante el año 2011 el Comité de Auditoría ejecutó actividades relacionadas con el seguimiento al SCI, la adecuada revelación de la información; el cumplimiento de las políticas globales de riesgo y de su gestión (SARM, SARO y Sistema de Control Interno); el seguimiento del SAC; la prevención del fraude y seguridad de la información. Así mismo continuó, con el desarrollo de sus planes de trabajo en las filiales, cuyos resultados fueron reportados a la Junta directiva.

Sistema y función de cumplimiento

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

En BBVA se han asumido principios básicos 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 departamentos dentro de la organización, cada uno de ellos especializado en su concreto ámbito de actuación.

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

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

Principio de Precaución: la gestión del riesgo

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

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

Por una parte, preservar la solvencia de la entidad. Para ello, BBVA se asegura de que la exposición al riesgo se mantenga en unos límites controlados, con base en parámetros previamente establecidos y con un perfil equilibrado. Asimismo, se aborda la gestión de riesgos de modo

que las políticas que de ella se derivan conecten claramente con los objetivos estratégicos del Grupo. Finalmente, BBVA trabaja en torno a la idea de una rentabilidad ajustada a riesgo, es decir, conseguir que todas las decisiones contribuyan a crear valor mediante la consideración de los riesgos.

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

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

Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

Código de conducta

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

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

Los siguientes son los principios orientativos del Código de Conducta de BBVA



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

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



Política de conducta en el ámbito de los mercados de valores

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

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



Códigos específicos de áreas funcionales

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

Los más importantes son:

- Reglamento interno de conducta del mercado de valores.
- Estatuto de la función de cumplimiento.
- Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA.
- Principios aplicables a los procesos de enajenación de bienes y equipos propiedad de BBVA mediante oferta a sus empleados.
- Código de conducta para la administración del riesgo del lavado de activos y de la financiación del terrorismo.

Integridad en los negocios y protección de datos personales

En desarrollo de los principios de actuación contenidos en el Código de Conducta de BBVA, particularmente en los que se refieren a integridad en los mercados de valores, en 2011 se emitieron los Manuales de Procedimientos para el Control de la Información Privilegiada y para el Control de la Operativa por Cuenta Propia de las personas sujetas al reglamento Interno de conducta, RIC.



Estos manuales, que establecen criterios para ayudar a interpretar determinados conceptos de nuestra legislación, contienen procedimientos concretos que guían las actuaciones que deben aplicarse cuando cualquiera de los funcionarios de BBVA esté en posesión de información privilegiada y definen las normas procedimentales y las restricciones concretas de aplicación al colectivo de personas sujetas al RIC.

El Código de Conducta establece el respeto al principio y deber de confidencialidad en las relaciones con terceros, incluida la estricta observancia en el cumplimiento de las exigencias legales en la protección de datos personales. En desarrollo de lo anterior, la función de cumplimiento en este ámbito continuó su afianzamiento en el año 2011, con miras a prepararse para los retos que va a traer la nueva legislación local en esta materia.

En desarrollo de lo establecido en las políticas corporativas de BBVA, el Área de Cumplimiento ejecutó, en los meses de agosto a diciembre de 2011, visitas de Compliance Testing a 70 oficinas de la red para validar los controles asociados a la función de protección de datos personales; con base en los resultados obtenidos se acometerán planes de mejoramiento que fortalecerán la aplicación de los principios corporativos y la normativa legal en esta materia. Compliance Testing es una metodología orientada a verificar que los

controles establecidos para mitigar los riesgos se estén ejecutando de manera adecuada.

Con el apoyo del Área de Recursos Humanos se mantuvieron las estrategias de capacitación para afianzar aún más la cultura ética en la entidad. Para tal efecto, se continuaron los cursos virtuales dentro de estos ámbitos, con los siguientes porcentajes de funcionarios que completaron la actividad: Código de Conducta, 86%; Política de Conducta en el Ámbito de los Mercados de Valores, 76%; Protección de Datos Personales, 53%. También se realizaron actividades de capacitación virtual y presencial a las personas sujetas al reglamento Interno de conducta en el mercado de valores.

Así mismo, y en coordinación con el Área de Comunicación e Imagen, se adelantó una campaña formativa dirigida a todos los empleados con el propósito de afianzar y recordar los siguientes aspectos del Código de Conducta: i) Aceptación de regalos y compensaciones, ii) Política de escritorio limpio, y iii) Actitud responsable.

Acuerdos internacionales suscritos

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

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (www.globalcompact.org)
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEPFI) (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).

Creación de valor para los grupos de interés

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

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

El segundo 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 solo de valor económico para los accionistas, sino que se crea valor también para los clientes, los empleados, los proveedores y la sociedad en general.

Creación de Valor Directo Tangible: detalle por grupos de interés (millones de pesos)

Grupo	Indicador de valor	2009	2010	2011
Accionistas	Dividendos	182.630	210.197	241.957
Empleados	Gastos de personal	309.715	324.000	339.476
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	921.126	462.209	649.896
Proveedores	Otros gastos de administración ¹	249.331	245.831	271.901
Sociedades	Contribuciones, impuestos sobre beneficios y otros impuestos	132.881	113.800	163.358
	Recursos destinados por BBVA Colombia para el apoyo a la comunidad	4.021	4.295	5.090

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

Valor económico generado y distribuido (millones de pesos)

Grupo	Indicador de valor	2009	2010	2011
Valor económico generado (VEG) ¹		1.612.493	1.501.777	1.590.501
Margen de intereses		1.229.562	1.182.406	1.329.235
Comisiones netas		268.533	260.956	264.861
ROF		180.159	84.539	72.121
Otras ganancias o pérdidas netas ¹		-65.762	-26.125	-75.716
Valor económico distribuido (VED)		874.556	893.828	1.016.692
Dividendos		174.284	200.592	230.901
Resultados atribuidos a la minoría		8.345	9.605	11.056
Proveedores y otros gastos administración (excluidos sueldos y salarios)		249.331	245.831	271.901
Impuestos		132.881	113.800	163.358
Gastos de personal		309.715	324.000	339.476
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)		737.936	607.949	573.809
Reservas		182.630	210.197	241.957
Provisiones y amortizaciones ²		527.554	378.851	274.956

¹ Incluye Resto de ingresos netos ordinarios y no ordinarios

² Incluye Amortizaciones + Pérdida por deterioro de activos + Dotaciones a provisiones

Grupos de interés

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

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.

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

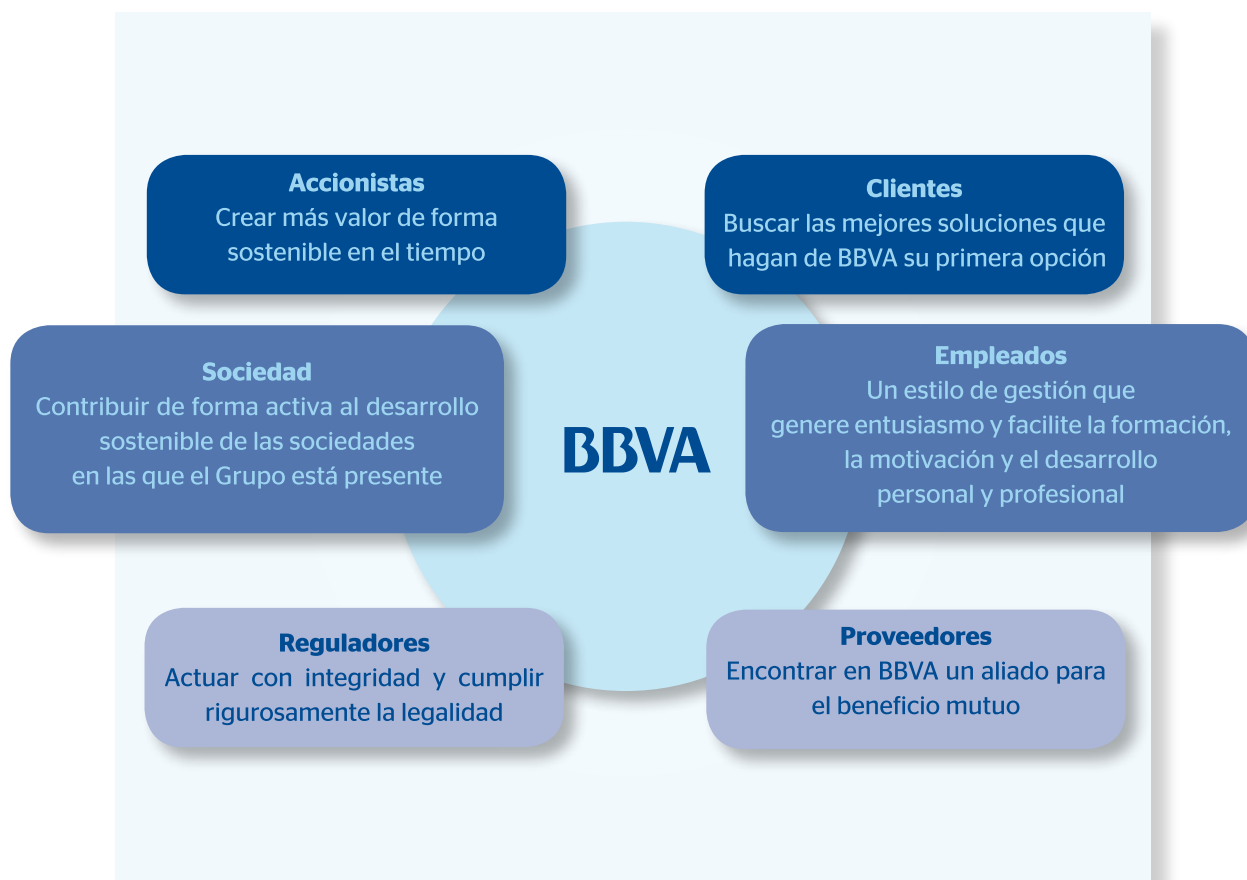
Esta estrategia compleja y difícil de imitar, genera dos recursos intangibles de gran valor para las organizaciones: la innovación y la reputación. La tarea debe llevarse a cabo de forma ordenada y sistemática, mediante canales y procesos robustos de investigación que permitan crear indicadores y cuadros de mando capaces de recoger las expectativas de los grupos de interés y de demostrar un retorno positivo para la organización. 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.

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



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

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

Existen 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 cualitativas 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 sus funciones servir de vínculo entre los grupos de interés y la organización.

Para cumplir con esta función aglutina la información procedente de las áreas de negocio y de apoyo al negocio, y la complementa con la realización de actividades e investigaciones específicas en 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 en 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 con 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 los 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 2011 se realizó una consulta cualitativa a nuestros grupos de interés en los principales países en los que operamos mediante cuestionarios, entrevistas, talleres y grupos de discusión. Participaron accionistas, empleados, proveedores y clientes, además de expertos en sostenibilidad, medios de comunicación, representantes de organizaciones sociales, culturales y medioambientales. El resultado de este trabajo permitió la identificación y caracterización de los asuntos relevantes, tanto para informar como para generar políticas específicas.

Asuntos relevantes: riesgos y oportunidades

La política de responsabilidad corporativa se desarrolla en torno a los asuntos relevantes para BBVA que integran, además de la visión, 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 de comunicación, permite obtener de forma objetiva un diagnóstico y un seguimiento periódico riguroso de las demandas y expectativas más relevantes de los grupos de interés. La integración de los indicadores y cuadros de mando 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 requisitos indispensables para llevar a cabo este proceso.

Los procesos de comunicación del Grupo integran todas las formas y canales de comunicación interna y externa para 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 con nuestros grupos de interés para mejorar sus percepciones y fortalecer, por tanto, nuestra buena reputación.

Inclusión Financiera

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



Corresponsales No Bancarios

Dentro de la política gubernamental de la Banca de las Oportunidades y con el fin de que los servicios financieros lleguen a todos los municipios de Colombia, a las clases menos favorecidas, a los pequeños empresarios, a los profesionales recién graduados, el Gobierno Nacional autorizó la operación de los establecimientos financieros a través de Corresponsales No Bancarios (CNB) en Colombia. Desde el año 2006, BBVA ha venido trabajando en la creación de nuevos puntos de CNB en todo el país, a través de los cuales ha llevado su presencia a municipios y zonas urbanas de las grandes ciudades en donde nunca antes había llegado, para permitir que miles de personas accedan a los servicios globales de un grupo que, como BBVA, está en todo el mundo.

En la línea de dar cubrimiento a la población colombiana con los servicios financieros y estar más cerca de sus ubicaciones,

se logró incrementar la cantidad de puntos de atención en un 48% y por esto tenemos presencia en 132 municipios.

En cuanto al objetivo de prestar los servicios financieros a la comunidad, esto se ve reflejado en el número de transacciones realizadas con un incremento de 125%, llegando a 820.980 transacciones acumuladas en el año 2011, lo que representa un crecimiento del 143% respecto al año anterior.

CNB	2009	2010	2011
Número de CNB	107	171	223
Número total de transacciones en el año	36.000	336.933	820.980



Más colombianos con casa propia

En 2011 los colombianos registraron más posibilidades de obtener vivienda propia. Para que las familias aprovecharan esta oportunidad de mercado, diseñamos una oferta hipotecaria pensada para apoyar la obtención de vivienda, con una disminución de tasas y optimizando el servicio; esta fórmula permitió que, en total, 100.500 familias gozaran de su casa propia o remodelada, siendo el 37% viviendas de interés social.

Facilitar el acceso a una vivienda significa apoyar de principio a fin a las familias de una forma sencilla y asequible sin importar el nivel de ingresos, ya que lo importante es permitirles tener su casa propia. Para ello, en el servicio hipotecario ofrecemos:

- Créditos de fácil acceso: optimizamos nuestros procesos para brindar condiciones de financiación ágiles y acordes con cualquier nivel económico.
- Asesoría durante todo el proceso: información previa sobre los elementos que se deben tener en cuenta para la compra del inmueble; durante la contratación brindamos información sobre el producto que están adquiriendo y asesoramos especialmente en los costos ocasionados, con la mayor claridad posible. Al final del proceso optimizamos los tiempos de desembolso.
- Diversos sistemas de amortización, para facilitar el pago del crédito: Cuota Prima, con la posibilidad de pagar una cuota adicional en los meses de mayores ingresos (junio y diciembre) y así disminuir el tiempo del pago. Cuota Reducida, diseñada para pagar una cuota mensual más baja, porque aplaza desde el 10% hasta el 30% del valor del crédito para cancelarlo en la última cuota, al finalizar el plazo pactado. Cuota Regalo, modalidad para las familias que solo pagan 11 cuotas al año durante los primeros cinco años del crédito; las cuotas 12, 24, 36, 48 y 60 se las regalamos si han pagado oportunamente su crédito hipotecario.

- Amplios plazos de financiación: disponemos de hasta 20 años para aumentar la posibilidad de obtener el monto necesario para la compra de la casa soñada.

Seguiremos fortaleciendo la oferta para compra de vivienda, con el fin de apoyar a más familias para que gocen de su casa propia. Nuestra meta para 2012 es beneficiar a 22.500 familias más con las líneas de financiación de vivienda, en donde el segmento VIS se incrementará paulatinamente, teniendo en cuenta la implementación y potencialidades de la Ley 1469 de 2011.

Nómina y pensión con múltiples ventajas

Para la población asalariada consolidamos la oferta de nómina, con diversos portafolios para cada tipo de persona; pueden acceder a ellos de una forma sencilla y sin costo para los empleados. Fortalecimos el Club Nómina Preferente para ofrecer a los clientes de nómina mayores descuentos, que permiten ahorrar en los gastos básicos de los hogares; beneficiamos a más de 18.000 clientes con descuentos recurrentes en productos de la canasta familiar, diferentes artículos y actividades de entretenimiento; de esta manera fomentamos el ahorro más allá del entorno financiero.

A nuestros pensionados les facilitamos el cobro de su pensión a través de la cuenta pensional, con múltiples servicios, fáciles de utilizar, cómodos, seguros y sin costo adicional, para que no tengan que hacer filas ni someterse a esperas para recibir su pago en efectivo y así brindar una mayor seguridad en el manejo de sus ingresos. Durante 2012 vamos a vincular un 20% más de pensionado a estos beneficios.

Ayudamos a alcanzar metas

No solo financiando se alcanzan las metas, el ahorro es un camino que también lo permite; por ello, hemos fomentado la cultura del ahorro, con un portafolio consolidado y campañas de sensibilización como el Mes del Ahorro en octubre.

La cuenta de ahorro "Mi Proyecto" busca apoyar a jóvenes, adultos, mujeres, hombres, y en general a toda la población, para ayudarles a lograr sus propósitos a través de ahorros programados por un tiempo definido. Al completarlo les damos una tasa de interés especial. Al cierre de diciembre de 2011 registramos más de 15.000 cuentas, un 14% más que el año anterior y cada vez con mayores ahorros desde su lanzamiento en septiembre de 2009. El promedio de ahorradores al mes pasó de 320 en 2010 a 365 en 2011; nuestro plan de 2012 continuará motivando a más personas para que se sumen a esta iniciativa.



Seguros más asequibles

Hemos mostrado una gran dinámica que confirma nuestra responsabilidad social: durante 2011 brindamos seguros de bajo costo, como el seguro de hogar, que desde \$8.035 mensuales cubre por \$15 millones los contenidos de los inmuebles, lo cual permitió afrontar las pérdidas sufridas ante la ola invernal por la que atravesó el país; a cierre de 2011 se beneficiaron de este seguro 32 familias.

Ampliamos la cobertura, llegamos a todas las regiones de Colombia con nuestra fuerza de ventas especializada, que en sus visitas ofrece los seguros más ajustados a las necesidades de cada persona; al término de 2011 fueron 4.110 los beneficiados con el cubrimiento. Otro gran avance que facilitó la vida de nuestros clientes fue la eliminación del desplazamiento hasta nuestra Red de Oficinas; con la consolidación del Telemarketing, en 2011 fueron adquiridas 38.007 pólizas por este canal, con un crecimiento del 370% frente a 2010; esta venta no presencial se complementa con el envío por correo de los documentos de vinculación y una atención posventa a través de la línea y el correo de clientes de BBVA Seguros.

Uno de nuestros objetivos para el año 2012 será brindar el seguro de desempleo como cubrimiento en caso de perder el trabajo de manera involuntaria y sin justa causa. Con ello cubrimos el riesgo de incumplimientos en las obligaciones de las personas que lo adquieran cuando pierden su trabajo; esta cobertura se ofrecerá por seis meses al año a precios asequibles.

Pensando en la educación, ofreceremos un seguro que garantice la educación superior de los niños y niñas de Colombia, en carreras de cinco años o diez semestres, en universidades nacionales o del exterior, diseñado para que pueda ser adquirido por todas las familias.

Banca Responsable

En BBVA trabajamos para integrar una gestión responsable en toda la cadena de valor, desde el diseño de productos, su publicidad y comunicación, hasta la gestión de sus riesgos.

La aproximación de BBVA a la sostenibilidad se basa en generar propuestas de valor para nuestros grupos de interés.



Finanzas responsables

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

Inversión Socialmente Responsable (ISR)

Un componente fundamental del proceso de gestión del riesgo de emisor y contraparte, adelantado e incorporado dentro de las prácticas de BBVA Horizonte, es el Principio de Inversión Responsable. Este principio, junto con la evaluación de la calidad de la gestión directiva, tiene por objetivo verificar aspectos cualitativos del emisor, tales como la idoneidad de la Alta Gerencia, el impacto de la compañía en el mercado, la relación que tiene con sus clientes y proveedores, la legalidad de los recursos que componen el capital social de la compañía, y otra serie de aspectos que buscan verificar los principios éticos, sociales y legales de las firmas en las que se invierte.

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

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

La encuesta de Código País y Gobierno Corporativo está segmentada en tres líneas temáticas: asamblea de accionistas, junta directiva y revelación de información financiera y no financiera, las cuales abarcan conjuntamente los puntos clave de gestión gerencial, social y directiva, que son de interés de los inversionistas al momento de incorporar en su portafolio a algún emisor en particular.

Actualmente, BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías ha dividido las preguntas de la encuesta en tres tipos, teniendo como base la prioridad que estas tienen dentro de nuestro modelo de gestión de riesgo e inversión, el cual tiene como principal resultado el cupo máximo de inversión aprobado para cualquier emisión. El espectro de emisores a los cuales les serán evaluadas dichas políticas, corresponde a los emisores de sector real del mercado colombiano, que deban diligenciar la encuesta de Código País y que tengan cupo vigente con BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías.

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

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

Incorporación de la Responsabilidad

Social y Ambiental

Siguiendo las políticas de Responsabilidad Corporativa adoptadas por el Grupo BBVA y en particular, el Principio de Inversión Responsable, para 2011 BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías desarrolló un complemento a su política de medición de la adopción de prácticas de Código País y Gobierno Corporativo, por parte de los emisores de valores del mercado colombiano, el cual tiene por objetivo ampliar el marco de evaluación al ámbito social y ambiental.

La implementación de estos dos ámbitos al modelo de adopción de prácticas se adelantó mediante la elaboración de 11 preguntas, formuladas a partir de lo que se consideró prácticas estándar entre los emisores de valores del mercado colombiano y las cuales se adicionan a los resultados de las ochenta preguntas de la encuesta de la Superintendencia Financiera. Esta adición a la encuesta está constituida por dos grupos de preguntas: el primero busca evaluar las políticas de "Responsabilidad ambiental" del emisor, mientras que el segundo grupo está enfocado en contrastar la "Responsabilidad Social" de la compañía.

Grandes empresas y financiación de proyectos

El año 2011 fue de expansión económica que favoreció la actividad de las empresas del país. BBVA Colombia, a tono con la dinámica presentada, realizó financiaciones por \$7 billones en lo corrido del año, participando en grandes proyectos de inversión, especialmente en los sectores que le han dado mayor impulso a la economía, como infraestructura, comercio, industria y transporte.

Dando importancia al servicio y la asesoría implementamos un ambicioso plan de capacitación para el equipo comercial BBVA, con el fin de lograr una atención especializada acorde con las necesidades de los clientes de este nivel. Esto, complementado con el trabajo del equipo de estudios económicos, genera valor a los clientes con diferentes análisis sectoriales, macroeconómicos, fiscales y sociales para entregar una visión sobre estos temas, a través de los diferentes eventos, donde nos acompañaron más de mil clientes empresariales.

Finalmente, en BBVA consolidamos en 2011 el modelo de satélites para llegar a nuevas plazas como Yopal y Neiva, con el fin de brindar atención exclusiva y especializada a

los clientes empresariales. Así ya no solo tenemos oficinas empresariales en las principales ciudades del país, sino también en otras plazas adicionales a las mencionadas, como Santa Marta, Cúcuta, Villavicencio, Popayán, Pasto e Ibagué.

Gestión de riesgos

Los grandes proyectos de inversión contribuyen de manera importante al desarrollo de infraestructuras para el progreso económico y el bienestar social, pero al mismo tiempo, pueden presentar riesgos ambientales o impactos negativos sobre comunidades locales. Frente a esta situación, las entidades financieras debemos encontrar el modo de mantener nuestras 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, en BBVA Colombia hemos fijado algunas condiciones especiales con el fin de mitigar los riesgos ambientales y sociales existentes.

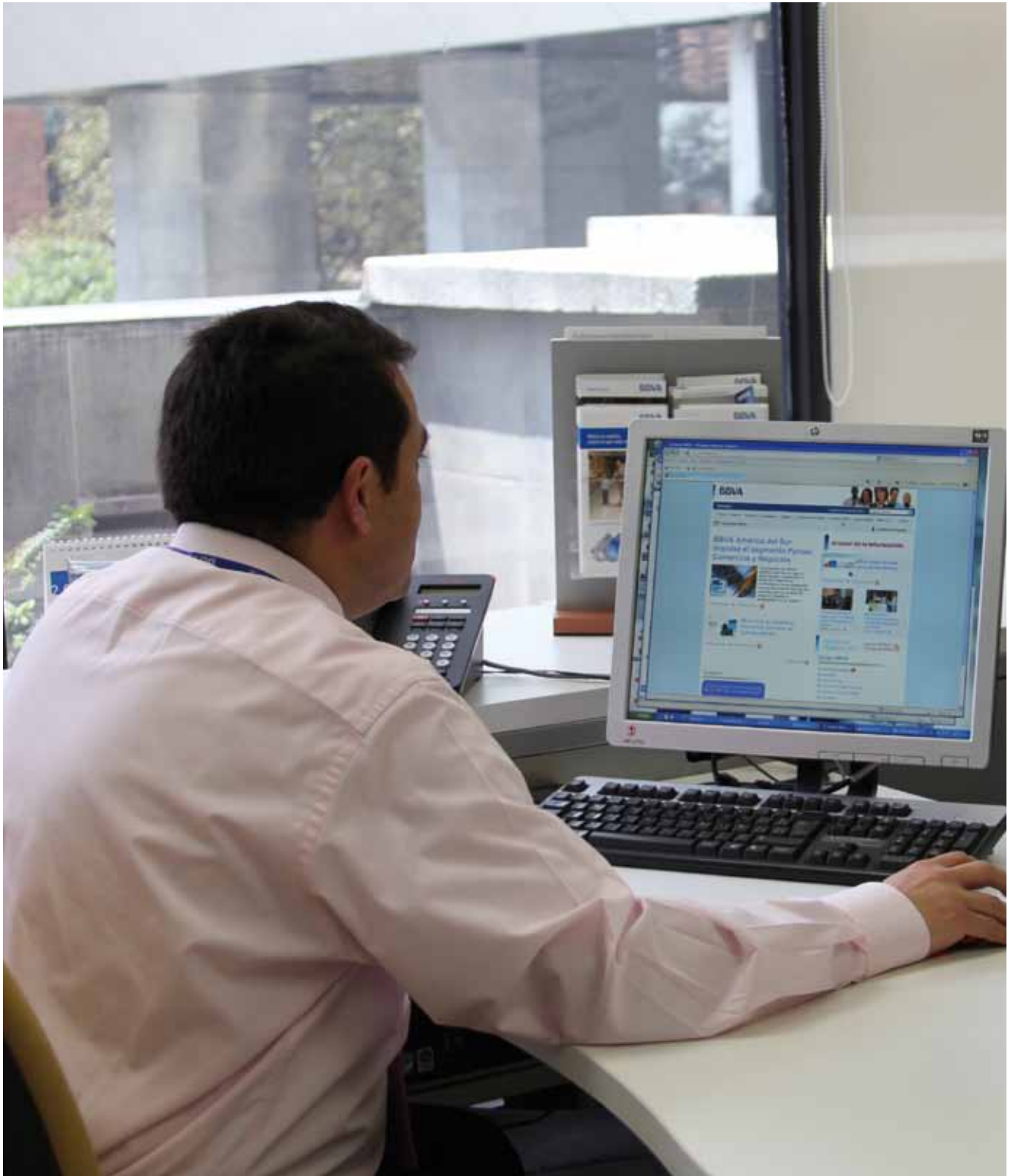
BBVA Colombia, en línea con los Principios de Ecuador, mantiene dentro de sus criterios de evaluación el otorgar préstamos únicamente para proyectos (enmarcado en Project Finance), cuyos promotores demuestren su capacidad e interés para adoptar procesos y prácticas que aseguren la ejecución de los proyectos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

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

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

Categoría B. Proyectos de riesgo medio: un proyecto se clasifica como Categoría B si sus impactos ambientales potenciales negativos son menos adversos que los de Categoría A. Estos proyectos pueden causar impactos negativos localizados y de corto plazo, para los cuales se dispone de medidas de mitigación efectivas y, por lo general, sus impactos no son irreversibles.

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



BBVA utiliza como herramienta corporativa para la clasificación la Ficha de Valoración Medioambiental, en la cual se pondera el sector, la dimensión de la inversión, la proximidad del proyecto a un área de alto valor ecológico y si existe o no reasentamiento involuntario de población.

Durante 2011 se evaluaron cinco proyectos categorizados según Principios de Ecuador, principalmente en sector petróleo, concesiones viales, palma y sector agrícola:

Proyectos*	Calificación
5	B

* Proyectos evaluados con la metodología de Principios de Ecuador.

Financiaciones especiales

Es de destacar nuestra participación en financiaciones con un impacto ambiental y social importante, dentro de las que se incluyen: incremento de capacidad instalada de El Cerrejón, dotación de edificio del Hospital Pablo Tobón Uribe, ampliación y remodelaciones de las universidades Antonio Nariño, Corporación Universidad del Sinú, y Universidad Pontificia Bolivariana, sede Bucaramanga.

Adicionalmente, en logística financiamos el Plan Maestro de Inversiones de la Sociedad Portuaria Regional Buenaventura y de la Sociedad Portuaria Regional Cartagena.

En el sector agrícola, BBVA participó en la financiación del montaje y puesta en marcha de la planta de compostaje de Indupalma Ltda. y de Procesadora de Aceite Oro Rojo Ltda, además del proyecto Forest First Colombia S.A. para desarrollar una plantación forestal de primera clase, con el fin de abastecer el mercado del Reino Unido con productos de madera y biomasa para la generación de energía.

Sobreendeudamiento

BBVA Colombia maneja políticas conservadoras de otorgamiento de riesgos, aplicando los principios de tratamiento integral de riesgo que abarcan todos los componentes y etapas a lo largo de la vida del negocio que lo origina. La toma de decisiones debe sustentarse en una adecuada generación de recursos, solvencia patrimonial, conocimiento del cliente y garantías suficientes que cubran el riesgo de cambios de las circunstancias actuales. Así mismo, el análisis de una operación de crédito debe buscar el equilibrio entre su finalidad, su importe, su plazo y su forma de amortización. De otra parte, se deben identificar el sector económico y las características propias del negocio, las cuales definen el riesgo asociado con el mismo y la mejor forma de mitigación.



En BBVA Colombia, siguiendo los lineamientos de prudencia en la gestión de riesgos establecida por el Grupo, y adoptando la nueva regulación de la Superintendencia Financiera de Colombia, hemos incorporado los modelos de referencia para cálculo de provisiones:

- Cartera Comercial MRC: en esta nueva metodología, la provisión está en función del tamaño de la empresa, de las garantías existentes y del comportamiento de pago interno y externo (alineamiento).

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

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

En el ámbito de seguimiento a la inversión crediticia, durante 2011 estructuramos nuevas acciones encaminadas a mantener la calidad de la cartera en procura de anticiparnos a posibles situaciones de incumplimiento o deterioro de la misma. Estos aspectos son observados en comités que se celebran con periodicidad regular, con la participación de las áreas de Riesgos y Negocio, en las cuales se definen políticas diferenciadas de actuación.

La recuperación se concentró en la formalización de acuerdos privados de pago o reestructuraciones, así como la cartera promotor mediante la ejecución de acciones acompañadas de soluciones estructuradas que llevaron a la terminación de los proyectos financiados, que presentaron dificultades financieras.

Al cierre del año, la cartera vencida reporta un indicador de 0,33%, 1 pb menos que el año anterior, y un saldo de mora de 44.687 M de pesos, equivalente al 0,51%, 15 pb por debajo del año inmediatamente anterior, conservando una amplia brecha frente a la media del sector, que reportó una ratio de 1,26% (a noviembre 2011).

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

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

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

En 2011 se ejecutó en su totalidad el plan estratégico derivado del proceso de supervisión efectuado en 2009 por la Superintendencia Financiera de Colombia, que en su momento emitió un informe con algunas recomendaciones de mejora al Sarlaft.

Dado que la evolución propia del negocio exige una valoración periódica y dinámica del Sarlaft, durante 2011 se realizó el relevamiento semestral de la matriz de riesgos LAFT, lo que permitió, entre otros, la consolidación del perfil de riesgo LA/FT de la entidad, la identificación de los riesgos inherentes asociados, la implementación de controles y la determinación del riesgo residual con el propósito de definir planes de mitigación de los mismos.

Como apoyo a la Gestión del Negocio se realizó un trabajo en equipo con las diferentes áreas, orientado a la ejecución de la valoración de riesgo de LA/FT previo al lanzamiento, modificación, mejoras a nuevos productos, servicios y, o, canales de distribución contemplados en los planes de negocios. Igualmente, La gerencia Sarlaft visitó noventa oficinas a escala nacional con el fin de realizar capacitaciones y pruebas a controles LA/FT, entre otros. Como resultado de estas jornadas se crearon planes de acción que se vienen cumpliendo por parte de los gerentes y empleados de cada sucursal visitada, con la supervisión de las gerencias territoriales.

De igual forma, se gestionó la actualización permanente de la base especial de personas y se dispuso lo pertinente para que la red pudiera realizar las consultas que requiriera de manera previa a la ampliación del portafolio de productos y servicios y, o, vinculación de un potencial cliente.

En cuanto a la colaboración de BBVA con los organismos del Estado, se dio cumplimiento ágil y oportuno con todos los reportes de ley y se atendieron los requerimientos presentados.

	Nº Horas	Nº Participantes
Formación en Prevención de Lavado de Dinero	12.698	13.229

Orientación al Cliente

BBVA avanza en la calidad dejando huella en sus clientes

Siendo el Foco en el Cliente uno de los pilares del Plan Estratégico BBVAx3, nuestra organización avanzó durante 2011 en sus esfuerzos por mejorar los procesos que afectan directamente la experiencia del cliente, procurando hacer su vida más sencilla. Para esto se construyeron equipos de trabajo multidisciplinarios, donde participaron áreas como Negocios, Medios, Riesgos, RR.HH., Servicios Jurídicos y DCyT, formulando y ejecutando las iniciativas estratégicas que se recogen en el Plan Unidos y que han logrado alto impacto en la calidad operativa que, a su vez, se refleja en la satisfacción de nuestros clientes y cuya evaluación indica que, efectivamente, las mejoras operativas inciden en la percepción que se tiene acerca del servicio recibido.

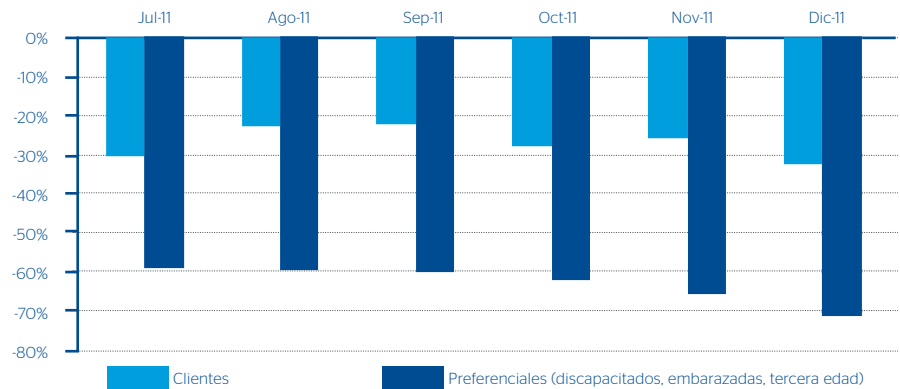
En términos generales, las acciones adelantadas durante 2011 se pueden dividir en optimizaciones en la contratación y en el servicio. En la primera de ellas se debe mencionar que pensando en hacer más fácil el proceso, se logró simplificar los trámites en contratación de productos, eliminando actividades e información que no agregaban valor al circuito; para esto se inició el uso de la carpeta única digital de clientes, que permite verificar en tiempo real los documentos disponibles de un cliente, analizar su vigencia y solicitar solo aquellos que son realmente necesarios para la contratación, que se continúa a través de actividades industrializadas, apoyadas en herramientas de Business Process Management (BPM), que minimizan el uso de documentos en papel y optimizan los tiempos de respuesta.

Por otra parte y pensando en el servicio que debemos dar a nuestros clientes una vez contratados sus productos, BBVA Colombia trabajó en optimizar su transaccionalidad, para lo cual mejoró los canales no tradicionales, rediseñó su página web, incrementó el parque de cajeros automáticos e integró el concepto de depositarios, donde se pueden realizar pagos y consignaciones en efectivo; trabajó, además, por aumentar la transaccionalidad en Corresponsales No Bancarios (CNB) y facilitó las operaciones no monetarias, a través de quioscos de autoservicio de última tecnología.

Adicionalmente, se mantuvo la mejora continua en nuestra red de oficinas, donde trabajamos por mejorar la productividad de nuestros funcionarios y la calidad de nuestras instalaciones con el propósito de satisfacer las necesidades de comodidad y agilidad para los clientes. En este ámbito se abrieron nueve oficinas y se remodelaron 51, al mismo tiempo que se mejoró el sistema de administración del tráfico y la espera en el hall bancario con la instalación de sesenta turneros en oficinas y 15 en los centros de servicio, para aumentar la comodidad y el orden mientras se da prioridad a nuestros clientes y población vulnerable (ver gráfica 1). Con el fin de lograr mejoras en el tiempo de atención de nuestros clientes en ventanilla, se optimizó la navegación en los aplicativos, se realizó la implantación de 23 máquinas recicladoras de efectivo y se finalizó la implantación de 485 máquinas contadoras autenticadoras de efectivo, que cubren todas las oficinas de la red comercial.

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

Variación de los tiempos de espera comparado con usuario (no clientes)

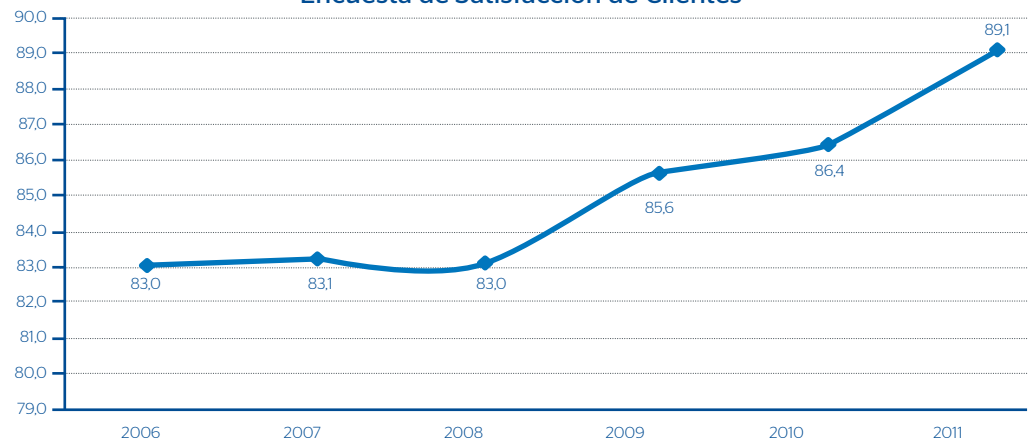


Gráfica 1. Variación de los tiempos de espera de clientes y preferenciales, comparados con usuarios.

Fuente: Aplicativo Bmatic

La respuesta positiva de nuestros clientes a estos esfuerzos por mejorar, se ve reflejada en el aumento sostenido de las notas de satisfacción de los mismos, como se observa en la gráfica 2, logrando incluso en la primera medición de 2011 para la Banca Comercial, una calificación de 87,9 puntos, que nos posicionan por encima de la media del sector, y en la segunda medición, avanzamos al 89,1, obteniendo la nota más alta durante los diez años que lleva la encuesta.

Encuesta de Satisfacción de Clientes



Gráfica 2. Encuesta de Satisfacción de Clientes

Fuente: Estudio sectorial TyG

La evaluación hacia el interior del banco sobre lo que ha posibilitado la mejora sostenida de la satisfacción del cliente, nos lleva a determinar que gran parte de la misma se debe al inmenso compromiso de cada uno de los colaboradores que tienen contacto directo con nuestros clientes, pues en cada oportunidad ponen lo mejor de sus capacidades para lograr una experiencia positiva, que redunda en la buena imagen de nuestro banco.

Por otra parte, El Valor de Servir, como motor que impulsa la cultura de servicio dentro de la organización, facilitó que mediante la revisión específica de la situación de servicio de cada una de las oficinas, evaluando sus fortalezas y oportunidades de mejora, cada colaborador interiorizara que nuestras acciones están encaminadas a lograr la satisfacción de los clientes.

BBVA Colombia actuó como piloto del Plan Regional de Calidad, en el cual se refuerzan los conceptos de:

- Diseño e implementación de mejoras y experiencias clave de los clientes.
- Mejora de los comportamientos y gestión en el front-line.
- Impulso de la cultura de calidad y Customer Experience.
- Arquitectura de medición basada en IReNe (Índice de Recomendación Neta).
- Modelo de gobierno.

Industrializando la Gestión de Reclamos

Con el entendido de que las reclamaciones del cliente son una oportunidad para fortalecer el servicio, se optimizó el circuito de atención de reclamos, que redireccionó el 82% de la radicación al call center, disminuyendo así en las oficinas el proceso operativo y, lo que es más importante, haciendo el proceso más sencillo para nuestros clientes. Para esta gestión se organizó la célula de reclamos, la cual se preparó y dotó con las herramientas necesarias para la atención de clientes que presentaban algún tipo de inconformidad con sus productos, o con la atención prestada por los funcionarios del banco. Esta asesoría del call center ha permitido que además de la radicación del reclamo, los clientes puedan resolver inmediatamente varias de sus solicitudes en este primer contacto, simplificando así el proceso, lo cual redundará en una mayor satisfacción del cliente.

Dentro del circuito operante, las quejas que no pueden ser atendidas y resueltas inmediatamente en el call center, son remitidas al Grupo de Gestión de la Calidad, que tiene dos niveles de atención con el fin de analizar y resolver las quejas de forma profesional, oportuna y clara, con la calidad que requieren nuestros clientes.

Con este circuito de gestión de quejas y reclamos se logró la disminución de los tiempos de atención a casi la mitad entre 2007 y 2011; adicionalmente, el stock de quejas pendientes por atender en 2011 equivale a la sexta parte de lo existente en 2007, como se muestra en el siguiente cuadro:

Tiempos de respuesta a Quejas y Reclamos (días)					
	2007	2008	2009	2010	2011
Entes de Control	14,0	8,1	12,6	7,5	6,0
Otras	16,0	12,4	13,5	9,4	8,1
TOTAL	14,4	11,5	13,4	9,1	7,5

Fuente: Khronos, datos acumulados año

Reclamaciones pendientes (número de casos)					
	2007	2008	2009	2010	2011
Superintendencia Financiera	145	70	19	70	32
Defensoría del Cliente	262	151	51	84	42
Otras	2.903	1.428	1.663	1.542	428
TOTAL	3.310	1.649	1.733	1.696	502

Fuente: Khronos, datos estanco mes diciembre

Reclamaciones recibidas por tipo					
	2007	2008	2009	2010	2011
Transacción no reconocida ATM/Datafono	11,8%	16,4%	19,7%	35,2%	16,0%
Cobro servicios o comisiones	13,4%	14,7%	15,1%	10,0%	10,7%
Reporte centrales de riesgo	3,0%	3,8%	13,4%	11,2%	11,9%
Revisión o liquidación	12,0%	9,7%	10,2%	11,7%	18,3%
Débito y no entregó ATM BBVA	20,4%	11,0%	6,9%	6%	7,8%
Transacción no reconocida CallCenter/Internet	1,5%	3,4%	4,4%	4,4%	2,4%
Débito y no entregó ATM otras redes	0,0%	4,3%	4,2%	2,5%	2,1%
Suplantación presunta de persona	2,5%	3,7%	3,6%	0,5%	0,4%
Incumplimiento de Condiciones	3,0%	4,7%	2,8%	2,5%	3,5%
No se remite información al cliente	7,4%	6,2%	2,7%	1,2%	1,8%
Transacción cargada doblemente	2,3%	2,7%	2,6%	0,7%	0,3%
Otros Conceptos	22,7%	19,4%	14,4%	14,4%	24,7%
TOTAL	100%	100%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Khronos, datos acumulados año

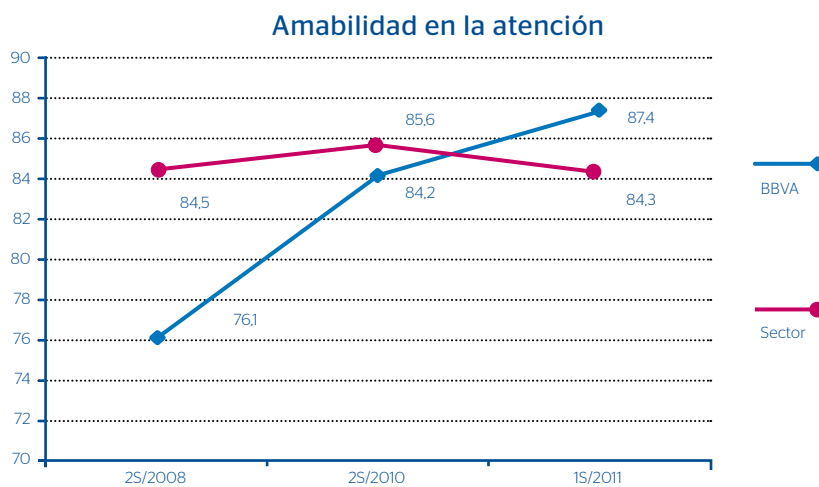
Número de reclamaciones ante la autoridad Superfinanciera					
	2007	2008	2009	2010	2011*
Reclamaciones recibidas	2.202	2.510	3.477	3.330	3.212
Reclamaciones pendientes	145	70	19	70	32

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, datos acumulados año

* Información a noviembre de 2011



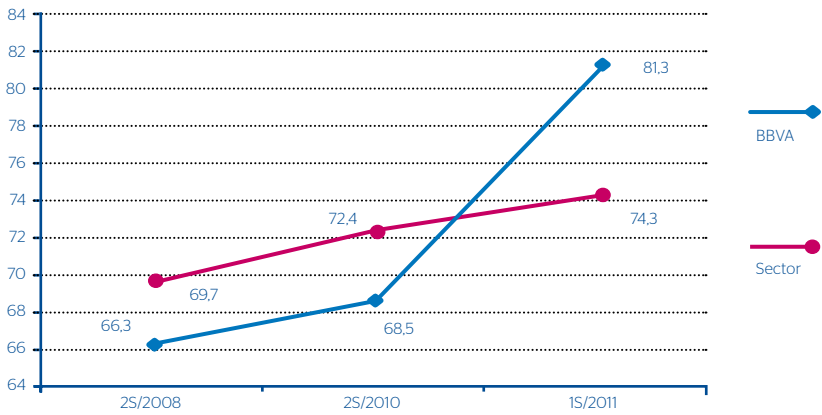
La mejora en la percepción del cliente sobre la calidad del proceso de atención de quejas se evidencia en el resultado de la primera encuesta sectorial de 2011, en la que BBVA logró superar al sector, y específicamente ser líder en las siguientes variables de reclamos:



Gráfica 3. Amabilidad en la atención

Fuente: Amabilidad en la atención que recibió o ha recibido durante el manejo del reclamo (comparación anual).

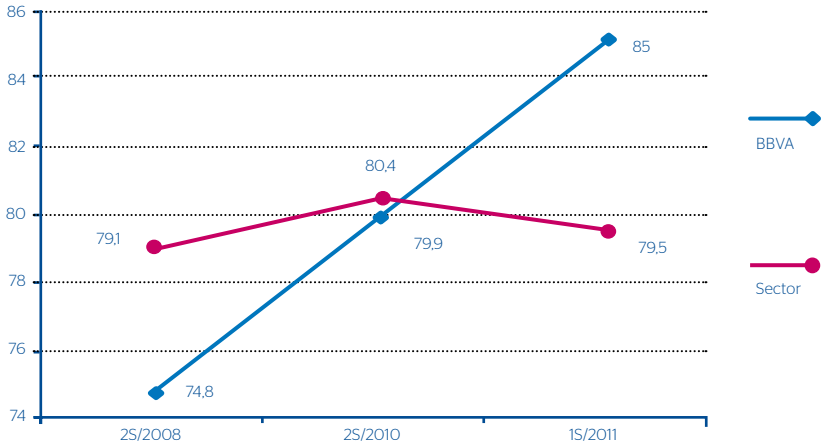
Agilidad en la respuesta



Gráfica 4. Agilidad en las respuestas

Fuente: Agilidad con la que el banco le dio respuesta al reclamo (comparación anual).

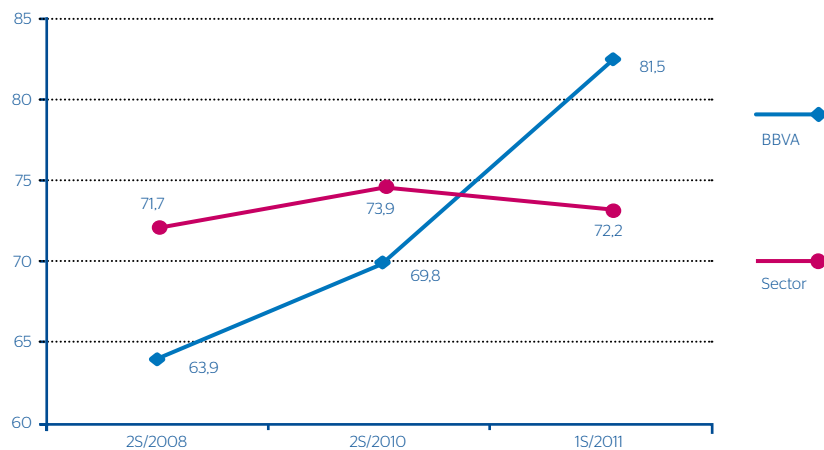
Interés de quien lo atendió



Gráfica 5. Interés de quien lo atendió

Fuente: Interés de quien lo atendió por primera vez para ayudar a aclarar y dar respuesta al reclamo (comparación anual).

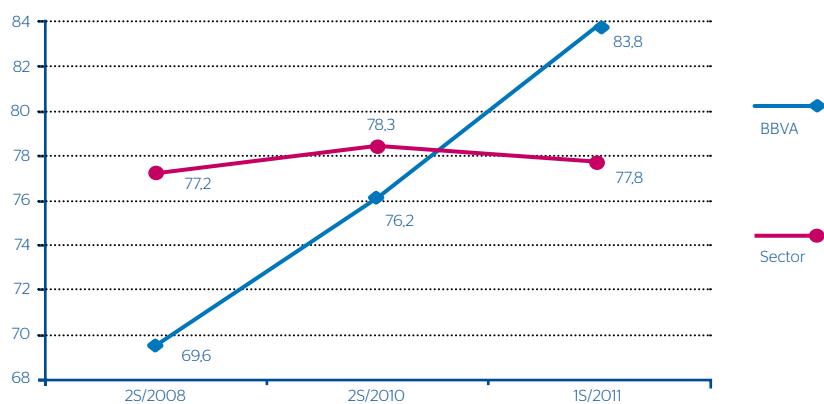
Efectividad en la respuesta



Gráfica 6. Efectividad en la respuesta

Fuente: Efectividad de la respuesta que se le dio al reclamo (comparación anual).

Satisfacción global sistema de reclamos



Gráfica 7. Satisfacción global sistema reclamos

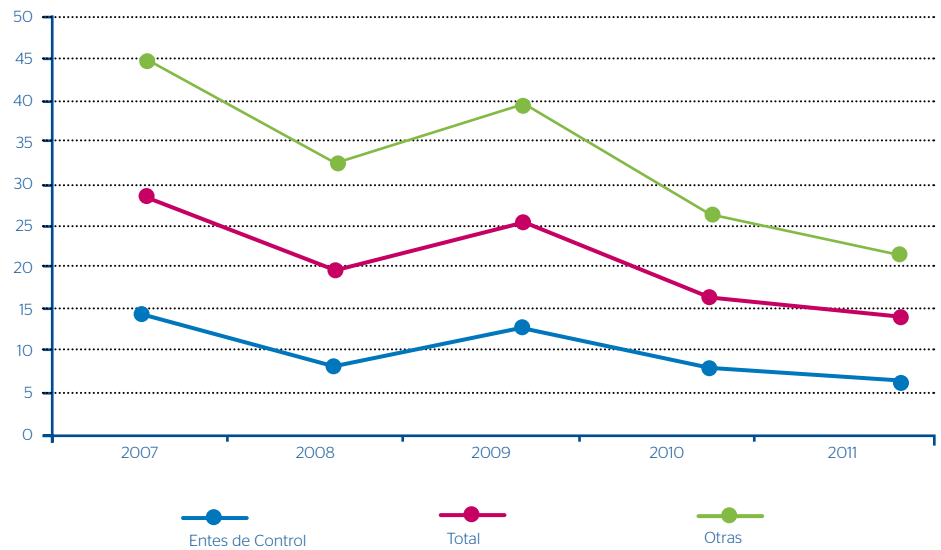
Fuente: Sistema Atención de Reclamos (comparación anual).

La eficiencia del proceso llevó a tomarlo como modelo en América del Sur para replicarlo en los demás países de la región, en los que el BBVA tiene presencia.

Como un complemento, se definió el plan orientado a mitigar las causas de las reclamaciones, para lo que se trabajó en una estrategia denominada Campaña GLQ (Gestor Línea de Quejas), consistente en definir equipos multitareas especializados por temática de quejas, trabajando en la identificación de las causas raíz y en la definición e implantación de acciones que efectivamente mitiguen el origen de las reclamaciones.

A la fecha se han conformado 22 GLQ para atender las tipologías que enmarcan el 92% del total de las quejas. El objetivo es disminuir, a junio de 2012, el 40% de las quejas, sobre una base correspondiente al mes de septiembre de 2011. Actualmente se desarrollan 115 iniciativas de mitigación, las cuales incluyen procesos, formación y mejoras a la plataforma.

Tiempos de respuesta a Quejas y Reclamos (días)



Gráfica 8. Tiempos de respuestas a quejas y reclamos

Fuente: Gestión de la calidad Métricas y Proyectos



Defensoría del cliente

El doctor Eduardo Burbano Torres fue designado por las asambleas generales de accionistas de las empresas de BBVA en Colombia (BBVA Colombia S.A., BBVA Seguros Colombia S.A., BBVA Seguros de Vida S.A., BBVA Valores Colombia S.A., BBVA Assest Management S.A., Sociedad Fiduciaria, BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías S.A.) mediante acta 087 del 23 de marzo de 2010 y ratificada en asamblea extraordinaria del 26 de julio de 2010 con acta 088, para desempeñarse como Defensor del Consumidor Financiero Principal. Se encuentra posesionado y registrado ante la Superintendencia Financiera de Colombia.

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

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

	2009	2010	2011
Total entradas al año	4.382	4.387	3.314
Inadmitidos por causa reglamentaria	355	187	56
Concluidos (1)	4.141	4.525	3.338
Desestimada	1.804	2.085	1.424
Resolución formal (a favor del reclamante)	412	332	302
Falta de constestación (Solicitud de documentación adicional)	151	158	85
Pendientes por resolver a 31 de diciembre	506	504	342

Bancarizar con Responsabilidad y Seguridad

El negocio financiero fundamentado en la confianza depositada por los clientes en sus entidades financieras, define el horizonte en el cual se deben encaminar las actividades diarias de los bancos y sus estructuras jerárquicas.

Así, en el marco del compromiso de BBVA con el desarrollo social que implica la apertura de los servicios financieros a un número mayor de clientes, facilitando el acceso a nuevos segmentos de la población, claramente se compila el sentido expreso de la misión del banco: "Trabajamos por un futuro mejor para las personas".

Conscientes precisamente de la responsabilidad de preservar la confianza depositada en BBVA, y teniendo de presente al cliente como centro del negocio, Gestión del Fraude y Seguridad de la Información ha orientado sus esfuerzos hacia el aseguramiento permanente de la transaccionalidad que se genera en los diferentes canales electrónicos disponibles, gestión que extiende su alcance en la revisión de procesos internos propendiendo por la definición de una postura clara frente al riesgo de fraude, entendido este como parte integral de la actividad financiera.

Con el interés expuesto, se precisa la necesidad de conocer diariamente las tendencias del fraude, no solo a escala local, sino también de manera global con el ánimo de ser proactivos frente a un riesgo que traspasa fronteras y no limita su alcance; dicho conocimiento deriva en la generación focalizada de medidas de prevención y mitigación, que contribuyen a contrarrestar los efectos nocivos de una tendencia delincuencia que viene en auge.

Conforme al panorama comentado, en 2011 se implementaron acciones dirigidas hacia la prevención y mitigación del fraude en diferentes frentes, siempre con el objetivo fundamental de proteger a los clientes del banco, minimizar el impacto en el servicio y mantener la confianza en BBVA como un banco seguro:

- El fortalecimiento de un esquema de video-monitoreo sobre la Red de Cajeros Automáticos del banco, en conjunto con la gestión propia del monitoreo transaccional en horario 7x24, permiten brindar a los clientes seguridad y confianza en la ejecución de sus transacciones a través de este canal, al identificar situaciones de riesgo que pueden comprometer sus recursos y ante lo cual se genera reacción de manera oportuna frente a los ataques de la delincuencia; de este modo, se reduce y evita el impacto sobre el servicio al cliente.

- La ampliación de la cobertura del sistema de monitoreo transaccional permite el aseguramiento de nuevas transacciones disponibles en diferentes canales, incluidas operaciones efectuadas en la Red de Oficinas.
- El blindaje de la información de los clientes a través del Plan Director de Seguridad de la Información, iniciativa corporativa compuesta por 44 proyectos, de los cuales se han finalizado 15, para un avance total del 89%.
- La implementación de la tecnología EMV en cajeros automáticos y la masificación de tarjetas con chip, medida de aceptación mundial que viene cobrando mayor vigencia frente al riesgo latente de fraude con tarjetas por el copiado de información de estas.
- Fortalecimiento permanente de la seguridad para transar en el canal de internet, tanto para personas naturales como para empresas, resaltando, entre otras, el refuerzo de las medidas de autenticación obligatoria de los clientes para transar con seguridad mediante el uso de claves dinámicas a través de la tarjeta Net Segura.

El negocio financiero que supone también una participación activa de los clientes, exige alinear las diferentes acciones según la premisa de "bancarizar con responsabilidad", y en tal sentido, conscientes del papel preponderante que tiene el cliente en la materia, se promueve permanentemente la cultura de seguridad tanto en los funcionarios del banco como en los clientes, mediante:

- Formación dirigida a los empleados del banco en materia de Seguridad de la Información, impartiendo los cursos obligatorios sobre Seguridad en Canales, Políticas de Seguridad de la Información y, mediante la divulgación de la campaña Sí Seguro!, a través de la cual se emiten tips de seguridad para la protección de datos y manejo de la información dirigida a los funcionarios por la intranet local.
- Capacitación a clientes empresariales mediante visitas para reforzar las medidas de seguridad que deben observar para transar con mayor seguridad, y envío de SMS y correos electrónicos a los clientes con recomendaciones de seguridad para transar en canales electrónicos.

Mediante un esquema de complementariedad de las funciones desarrolladas por los equipos que forman parte de Gestión del Fraude y Seguridad

de la Información, al igual que la interacción con las demás áreas del banco en un ambiente permanente de trabajo en equipo, se realizó una gestión que permitió al cierre de 2011 presentar un menor volumen de fraude electrónico reclamado del 53,8% frente a 2010 y una reducción en el impacto contable del 62,8% para el mismo período, situación que se traduce en menos clientes afectados por fraudes y en la consolidación de un banco seguro que trabaja permanentemente por la seguridad de sus clientes.



Continuidad del negocio

Durante el año 2011 se siguió avanzando en materia de Continuidad del Negocio con actividades como la actualización del BIA (Business Impact Analysis) del banco y elaboración de los cuatro de las filiales. Se amplió en 60 puestos el COA (Centro de Operación Alterna), realizando 17 pruebas operativas y dos de Localización. Se efectuaron más de veinte capacitaciones presenciales a los miembros de los comités y se lanzó capacitación virtual a toda la plantilla del banco.

Como resultado de la aplicación de las políticas definidas para la gestión de crisis, se logró dar continuidad en la operación de las oficinas Mompox, Magangué, Plato y El Banco, Magdalena, las cuales presentaron riesgo de afectación por la pasada ola invernal. Por lo anterior, mediante la activación del Comité de Continuidad de Negocios Bancarios se tomaron las medidas preventivas con el fin de asegurar la prestación de la totalidad de los servicios a nuestros clientes y usuarios de estas poblaciones, logrando la continuidad de la operación ante situaciones adversas como el desbordamiento de los ríos.

En el año 2011, Continuidad del Negocio apoyó la elaboración del Plan de Continuidad del Sector Bancario y obtuvo el nombramiento como presidente del Comité de Continuidad de Asobancaria.

Accesibilidad a servicios financieros

Los canales electrónicos, además de masificar los servicios financieros, les brindan a los clientes un acceso y una comunicación con el banco mucho más efectiva, amable, rápida y eficiente.

Así, hemos visto que durante el año 2011 cada vez más nuestros clientes tienden a utilizar los canales:

Cajeros automáticos

Durante 2011 BBVA, en su constante preocupación por mejorar la cobertura y servicio al cliente, aumentamos la red de cajeros automáticos en 122 nuevos puntos ubicados estratégicamente. Este crecimiento tuvo un impacto positivo en el servicio al cliente, ya que descongestionó cajeros con alta transaccionalidad y ubicamos cajeros en puntos donde aún el banco no hacía presencia. Además, consolidar una red de 950 cajeros le representó al banco un crecimiento del 14,73% al cierre de año, porcentaje que está muy por encima del crecimiento del sector, que apenas alcanzó un 8,54%.

Adicionalmente, en 2011 BBVA se consolidó como el primer banco en el país que migró el 100% de su red de cajeros al esquema de administración de transacciones con chip, lo que representa un gran avance en seguridad de transacciones, ya que esto elimina la posibilidad de clonar las tarjetas en los cajeros de BBVA y les brinda mayor seguridad y tranquilidad a los clientes en el momento de realizar sus transacciones. El esquema chip le permitirá al banco innovar con otras transacciones a través de este canal.

Finalmente, es importante resaltar el esfuerzo que viene adelantando BBVA en diferentes frentes,

tales como mantenimiento, aprovisionamiento y monitoreo, con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes al momento de utilizar cualquiera de los 950 cajeros de la red.

Depositorios

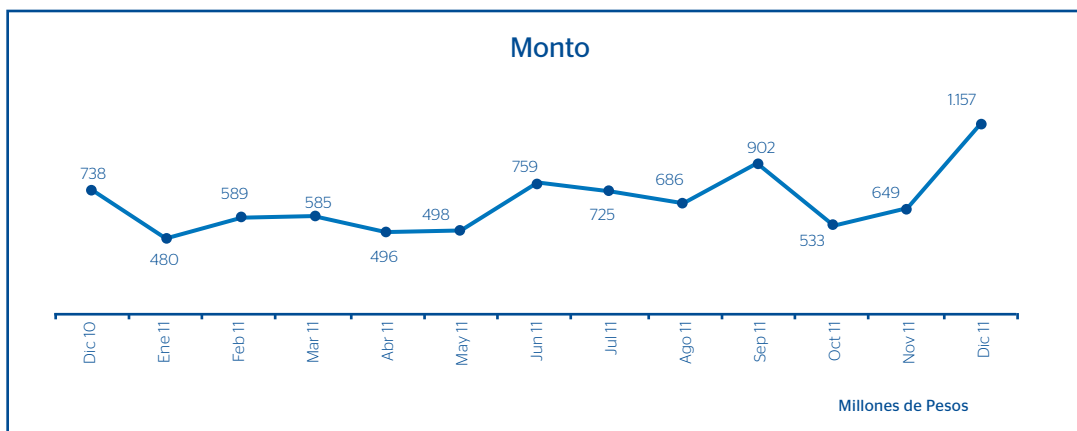
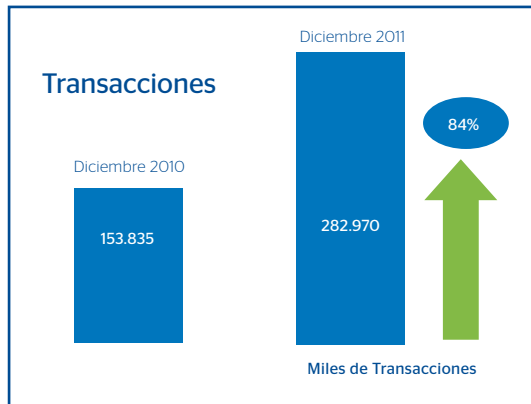
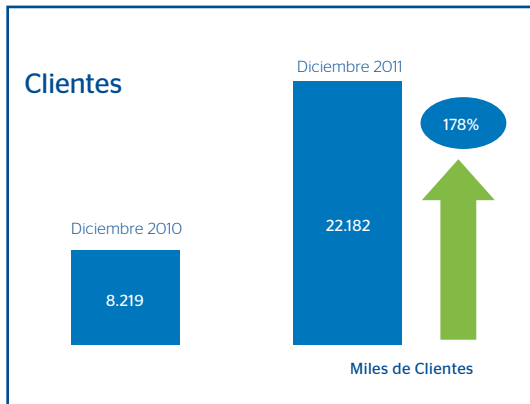
El crecimiento durante 2011 no se dio solamente en cajeros automáticos; durante este año BBVA implementó una red de 53 depositarios a escala nacional, que les brinda la posibilidad a los clientes de realizar consignaciones en cheque y en efectivo las 24 horas del día los siete días de la semana. Esto, además de facilitar las transacciones a los clientes, ayuda a descongestionar las oficinas, migrando estas transacciones a canales mucho más ágiles y económicos, y manteniendo los estándares de seguridad del banco. Para el cierre de año, los primeros depositarios instalados ya lograban migrar el 16% de consignaciones en efectivo desde las oficinas y el 35% de las transacciones en cheque, y debido a que en cada uno el banco cuenta con una promotora que guía y apoya a los clientes en sus operaciones, la migración de transacciones seguirá creciendo.

Banca Móvil

Con Banca Móvil se tiene la facilidad de consultar cuentas de ahorros, cuentas corrientes o tarjetas de crédito, además de realizar y efectuar transferencias desde el celular en cualquier momento.

Hoy los clientes pueden realizar pagos tales como servicios públicos, facturas, pago de tarjetas de crédito propias BBVA y pagos de las cuotas de obligaciones BBVA propias. Adicionalmente, cuentan con recargas de minutos a celulares de cualquier operador y cambio de clave Banca Móvil.

Durante el año 2011, Banca Móvil mostró resultados muy satisfactorios, que incrementaron el uso del canal de diciembre de 2010 a diciembre de 2011. Los clientes registrados aumentaron en un 178%, de tal manera que las transacciones se incrementaron en un 84% respecto al año anterior. Adicionalmente, el monto aumentó en un 57%.



BBVA NET

El proyecto 2011 de BBVA net estuvo enfocado en transformar la página transaccional en una página de fácil uso para nuestros clientes, teniendo como fin principal el crecimiento transaccional y la cantidad de usuarios registrados en la net, buscando la facilidad y seguridad para sus operaciones bancarias.

Teniendo en cuenta lo anterior, el pilar principal de la estrategia desarrollada en 2011 estuvo enfocado en la usabilidad de nuestro canal, que se refleja en varios aspectos:

- Facilidad en la navegación y el ingreso.
- Nuevo menú distribuido por funciones y servicios.

- Navegación por pestaña.
- Espacio para ubicar publicidad.
- Ingreso al canal con usuario creado, número de identificación y contraseña.
- Mayor seguridad implementando la obligatoriedad de la Tarjeta Net Segura para el ingreso.
- Diseño con imagen corporativa.
- Link de actualización de datos notorio para el cliente.

El 13 de julio se implementó el rediseño de la página transaccional y la obligatoriedad de la Tarjeta Net Segura, cumpliendo cada uno de los ítems propuestos.

Luego del rediseño de BBVA net tuvimos tres meses para la estabilización, y a partir de septiembre se refleja el crecimiento de nuestros clientes en las siguientes cifras:

Julio	106.899
Agosto	120.852
Septiembre	117.688
Octubre	124.898
Noviembre	126.483
Diciembre	144.381

Línea BBVA

Nuestra Línea BBVA es el canal de comunicación por excelencia de los clientes con el banco. Durante 2011 trabajamos en ofrecer niveles de servicio del más alto estándar a los diferentes segmentos de particulares. Realizamos un esfuerzo muy importante para tener asesores adecuadamente capacitados, que puedan atender de manera correcta a los clientes, y logramos más de 3.058.227 transacciones acumuladas año 2011.

Centros de servicios

La evolución del número de transacciones en estas unidades representó un incremento en el año 2011 del 22% con respecto al año 2010.

Período	Pagos masivos y pensionados	Operación Bancaria	Total operaciones
Año 2011	1.107.060	1.334.323	2.441.383
Año 2010	978.109	1.021.017	1.999.126
Año 2009	814.416	728.776	1.543.192

Teniendo en cuenta que un porcentaje muy importante de los usuarios y clientes atendidos en estos 15 puntos son adultos mayores, y con el objeto de mejorar el servicio y hacer los tiempos de espera más amables, en especial para los pensionados, durante el año 2011 se realizó una inversión cercana a los \$160 millones, orientada a mejorar las instalaciones de los centros, dotándolos de nuevas sillas de espera y televisores para difusión de contenidos generales, lo mismo que de dispensadores de turnos, para que quienes aguardan por servicio esperen sentados y no de pie como se hace en las filas tradicionales.



Segmentadoras de filas

En el marco de la implantación del nuevo modelo de oficina, durante 2011 se instalaron Segmentadoras de Filas en 60 oficinas Comerciales de la Red BBVA, con las que se busca garantizar un modelo de atención de filas específico.

En este modelo, y con el objeto de ofrecer un servicio especial a clientes de la tercera edad, discapacitados y personas con limitaciones de movilidad, este nuevo sistema brinda atención preferencial a tales colectivos, de forma que se garanticen menores tiempos de espera y prioridad sobre los colectivos de clientes y usuarios sin las condiciones personales mencionadas. Así, en una medición a lo largo de los meses de noviembre y diciembre, el tiempo de espera del colectivo preferencial que requería servicio de caja estuvo en torno a 9:21 minutos, significativamente más corto que el tiempo de espera de clientes (14:33 minutos) y usuarios (19:58 minutos).



Productos y Servicios Responsables

Previsión social: planes de pensiones y seguros

La implementación de los cambios que trajo la Reforma Financiera y un nuevo enfoque en las estrategias de los diferentes productos se destacan como los hechos de mayor importancia en BBVA Horizonte y BBVA Seguros durante 2011.

Implementación de Multiportafolios y Multifondos

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

Los Multiportafolios son un esquema de inversión diseñado para que los afiliados de los Fondos Cesantías tengan la posibilidad de escoger una adecuada diversificación de sus ahorros, cumpliendo con las expectativas que tienen los afiliados de rentabilidad en los diferentes niveles de tolerancia al riesgo. Por tanto, las Sociedades Administradoras de Fondos de Cesantía deberán ofrecer dos tipos de portafolios de inversión: corto plazo y largo plazo.

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

La Reforma Financiera nos permitió implementar de manera eficiente los cambios en nuestros sistemas y procesos, y fue percibida rápidamente por nuestros afiliados.

En traslados de régimen se recuperó la senda de crecimiento pasando de 10.447 negocios en 2010 a 12.168 en 2011 con un crecimiento de 16.5% en gran parte por una mayor capacitación de la red, capacitación a empresas, la buena evolución del canal VEX y la mejora en el seguimiento de las operaciones provocando menos rechazos.

La innovación constante, el conocimiento profundo de nuestros mercados y la vocación permanente de servicio son los fundamentos que hacen que cada uno de nuestros productos financieros encuentre en la sociedad en la que actuamos, la recepción necesaria para ser, hoy por hoy, uno de los bancos más grandes del país, con un crecimiento acorde con cada una de las actividades y sectores productivos de la actividad económica nacional.

Los Fondos estabilizaron la cuota por rentabilidad y mejor dinámica en traslados de fondo en donde hubo una mejora sobre el diferencial negativo global en un 24.7% pasando de \$874 MMM a \$658 MMM.

En cuanto a recaudación se obtuvieron buenos crecimientos sobre ajustes salariales e IPC con un crecimiento del recaudo de 7.53%, ajustes de salarios de 4.20% e IPC de 3.17%.

BBVA Seguros

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

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

Durante 2011, La línea de seguros generales generó un crecimiento de 13,2% con la línea de Autos y del 17,9% sin Autos frente a 2010, principalmente por la participación activa de Canal de Telemercadeo, por la consecución de negocios con los principales corredores y a la instalación de los productos generales en Leasing Banco.

En unión con los corredores e intermediarios de las diferentes sucursales, se fortaleció la confianza en la compañía y se destaca el crecimiento de los productos de Pymes con un 29% y de Hogar con un 24% frente a 2010

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

Desarrollo del canal de telemarketing en Seguros

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

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

Comercio Exterior

En 2011, BBVA Colombia obtuvo un récord en comercio exterior, con un saldo de inversión rentable de 679 millones de dólares, que triplicó el saldo obtenido en 2009.

El Departamento de Comercio Exterior se ha enfocado en ayudar a crear escenarios propicios para el comercio exterior, brindando servicios avanzados que faciliten y promuevan el desarrollo de este. Por ello se ha implantado una herramienta tecnológica para sistematizar las operaciones de moneda extranjera, que les permite a los clientes su trámite en línea a través de "Comex net", con el objetivo de brindarles un mejor y oportuno servicio, mejorando los tiempos de respuesta.

Dentro de la cultura de Comex, el servicio posventa es de gran importancia. Por esto, nuestra Gira Nacional de Comercio Exterior es bien reconocida en el sector. Se han detectado las principales necesidades de los clientes, y por ello se realizaron capacitaciones en Régimen Cambiario y productos en las principales ciudades como estrategia de fortalecimiento de nuestros de clientes, llegando a más de 4.500 empresas a lo largo y ancho del país.

Los servicios profesionales especializados, los esfuerzos por capacitar y promover el comercio exterior y brindar servicios de calidad con ideas innovadoras en el mercado competitivo del comercio exterior, hacen de BBVA un referente en el sector.

Tarjeta Mujer BBVA

Esta tarjeta tiene un componente de responsabilidad social. Es así como BBVA dona el 1% de los intereses recibidos por el uso de la Tarjeta Mujer BBVA, a la iniciativa "Ni con el pétalo de una rosa", que vela por la prevención contra la violencia hacia las mujeres liderada por la Fundación Casa Ensamble.

El crecimiento con cierre a diciembre de 2011 vs. diciembre de 2010 fue de 82%. Para 2012 esperamos cerrar con más de 35.000 tarjetas, lo que significa un crecimiento superior al 47%.

La tarjeta de crédito Mujer BBVA cuenta con los siguientes beneficios:

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

La Tarjeta Mujer BBVA se posiciona como un producto socialmente responsable, y de esta manera ya son más de 23.000 las mujeres que forman parte del grupo de titulares al cierre de diciembre de 2011, a las que se les premia y protege, al tiempo que ellas contribuyen con programas en pro de otras mujeres del país.

Tarjeta de marca compartida Visión Mundial

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

BBVA Colombia y Visión Mundial han desarrollado una alianza para brindar un mejor futuro a la niñez colombiana a través de una tarjeta de crédito, que cuenta con beneficios especiales:

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

En la actualidad contamos con más de 47.000 tarjetas activas con corte a diciembre de 2011.

En BBVA las pymes desempeñaron un papel importante

Apoyados en líneas de crédito, el banco puso a disposición de las pequeñas y medianas empresas, vehículos de financiación para la adquisición de activos productivos que incorporaron mayor eficacia y efectividad en su productividad y les permitieron atender las necesidades de su mercado.

Así, para 2011 la facturación cerró en dos billones de pesos, con un incremento del 33% frente al año anterior, donde Leasing tuvo un papel protagónico dentro de este resultado, llegando a facturar \$227.000 millones, mostrando que fuentes de financiación que solo eran reconocidas para las grandes empresas, ahora son más accesibles al sector de las pymes gracias al trabajo desarrollado por BBVA dentro de este segmento.

Así mismo, nuestro programa "Pyme Sostenible BBVA-El Espectador", que nació como un incentivo para destacar la labor en pro del medio ambiente de la pequeña y mediana empresa en Colombia, en su segunda edición logró 1.200 inscritos y reconoció el trabajo regional a las pymes de Cali, Bogotá, Barranquilla, Medellín y Bucaramanga, que se destacaron por su innovación, buenos resultados financieros y acertadas prácticas de sostenibilidad para mejorar su competitividad en materia ambiental y social. Como resultado final, la ganadora se hizo acreedora a \$100 millones, entre otros premios.

Instituciones públicas

En 2011, BBVA Colombia, consciente de las necesidades del país a causa de los desastres ocurridos por el fenómeno de la ola invernal, diseñó un portafolio de productos y servicios para los departamentos, municipios, entes públicos y privados, con líneas de crédito

especial encaminados a la financiación de los proyectos de infraestructura en transporte, servicios públicos, vivienda, salud y educación, con tarifas y plazos preferenciales.

Así mismo, BBVA Colombia facilitó de manera importante el manejo de los recursos girados por el Fondo Nacional de Calamidades hacia entes territoriales afectados por los desastres causados por eventos naturales, mediante la creación de una cuenta corriente con beneficios y exoneraciones que optimizaban el flujo oportuno de los fondos para cumplir los cronogramas de los proyectos de reconstrucción.



Damnificados de la ola invernal

Durante 2011 implementamos el Programa de Normalización de Operaciones de Crédito para Clientes Damnificados por la Ola Invernal. El objetivo de estas líneas es facilitar a los productores rurales con predios afectados por la emergencia invernal, la normalización de sus créditos, mediante la ampliación de plazos y períodos de gracia que permitan su reactivación.

Los beneficiarios de este programa son todos los productores, transformadores y comercializadores con créditos vigentes o vencidos, cuyos ingresos se deriven del desarrollo de proyectos productivos rurales en predios afectados por la emergencia invernal, y que por tanto sean calificados como damnificados, que

según la Circular 051 del 30 de diciembre de 2010, de SIFC, son aquellos que se encuentren incluidos en los censos de afectados elaborados por el DANE en coordinación con entidades y organismos que determine el Gobierno Nacional.

En el caso de las líneas para el sector agropecuario, los beneficiarios serán únicamente los productores con créditos vigentes al 1 de junio de 2010 u otorgados con posterioridad a dicha fecha. Los transformadores, servicios de apoyo y comercializadores deberán tener el tratamiento de una consolidación o reestructuración con diferente línea.

En 2011, para créditos dirigidos al sector agropecuario, se aprobaron 235 normalizaciones de cartera (reestructuraciones y consolidaciones de pasivos) por la emergencia invernal por un valor de COP 31.000 M, de los cuales se formalizaron COP 28.682 M. De estas aprobaciones, nueve han sido para actividades agrícolas (cultivos), tres para actividades mixtas (agrícola y pecuaria), una de algodón, diez de arroz, dos de avicultura, cinco de caña de azúcar, una para floricultura, 173 para ganadería de cría y doble propósito o de ceba, veinte para ganadería de leche, una para maíz, una para mango, una para palma, tres para papa, una para pastos, una para piscicultura, una para plátano, una para tomate de árbol y una para jatrofa.

Productos y servicios de carácter ambiental

Crédito ecológico

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

En 2011 fueron consideradas como posibles créditos ecológicos 14 solicitudes de crédito de la banca comercial y pymes, siendo aprobadas cinco en condiciones normales, es decir, en líneas para sector agropecuario, lo que equivale a \$730 millones, que se hubieran podido incluir por la línea de crédito ecológico, pero por sus condiciones de tasa no se tomaron por esta línea.

De acuerdo con el valor desembolsado por actividad, se destinaron dos créditos para la financiación de ganadería de cría y doble propósito; dos créditos para ganadería de leche y un crédito para porcicultura.

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

Recursos Humanos

Una estrategia diferenciadora

La consolidación de una estrategia con foco en la eficiencia y la diferenciación nos permitió, por una parte, con la sinergia, una transformación operativa que asegura la reducción de procesos, la especialización de funciones y la optimización de recursos, para generar mayor eficiencia en nuestros procesos internos, y por la otra, con la gestión diferenciada, tener un conocimiento más claro de nuestros colaboradores, para trabajar en su desarrollo profesional y personal.

En el año 2011 el Área de Recursos Humanos gestionó de forma integral y uniforme a los aproximadamente 6.000 colaboradores que conforman las unidades de banco, Pensiones, Seguros Fiduciaria y Valores de BBVA en Colombia, logrando cercanía a las personas y fácil acceso a los servicios y beneficios brindados a nuestro recurso más valioso, la gente BBVA:

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



Empleados por categorías profesionales			
Categoría	F	M	Total general
Directores Corporativos	0,16%	0,19%	0,14%
Directivos	0,80%	0,89%	0,83%
Mandos Medios	1,22%	0,72%	0,20%
Especialistas	68,96%	69,05%	71,32%
Fuerza de Ventas	25,13%	28,01%	27,38%
Puestos Base	3,72%	1,14%	0,13%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

Distribución de empleados por región	
Departamento	%
BOGOTA	54,74%
ANTIOQUIA	12,00%
NORTE	10,94%
OCCIDENTE	8,74%
CENTRO	6,84%
ORIENTE	6,74%
Total general	100,00%

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

Plantilla por grupos de edad	
Rango de Edad	Total
Menor de 25	1,1%
Entre 25 y 45	58,8%
Mayor de 45	40,1%
Total general	100,00%

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

Plantilla por rangos de antigüedad	
Rangos	Antigüedad
Menor 1	16,34%
Entre 1 y 5	26,27%
Entre 5 y 10	13,85%
Entre 10 y 20	31,69%
Mayor de 20	11,85%
Total general	100,00%

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

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

Valores Expresados en pesos Colombianos • Alcance: Empresas de BBVA en Colombia



BBVA, un lugar donde la gente quiere trabajar (Empleo y oportunidades de desarrollo)

En BBVA trabajamos por un futuro mejor para las personas, por ello estamos comprometidos con el desarrollo de nuestros empleados. De este modo, nuestro proceso de selección se basa en la ética, la transparencia y la concesión de valor a las capacidades de las personas.

Nuestro modelo de gestión integral es la forma como desde BBVA concebimos y trabajamos para que nuestros empleados desarrollen sus competencias, se sientan motivados y tengan un crecimiento personal y profesional, a través de un proceso de selección que garantiza la igualdad de oportunidades, reforzado con herramientas que facilitan la democratización y transparencia del proceso.

1.Herramientas corporativas

- **Apúntate a la vacante:**

Lo mejor está en el interior

Esta herramienta permite la publicación de la ofertas de vacantes que surjan al interior del banco. En 2011:

APÚNTATE COLOMBIA	PROMOCIONES
397 publicaciones	257

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

Adicionalmente, ampliamos las posibilidades de desarrollo a otros escenarios de naturaleza internacional:

APÚNTATE GLOBAL
43 convocatorias

- **E-Value**

Herramienta en línea que permite medir competencias de forma objetiva, con base en las respuestas del evaluado y no de terceros. Contenidos de valoración desarrollados en línea con el diccionario de competencias. Se emplea en los procesos de evaluación de los candidatos internos y externos que se postulan a una oferta laboral.

Arroja informes de competencia completos, que señalan el nivel de la competencia y formula acciones de mejora que permiten al empleado acceder a tips y acciones de mejoramiento en las diferentes competencias valoradas para el cargo.

VALORACIÓN EMPLEADOS	VALORACIÓN A CANDIDATOS
1.235 EE	2.023 EXTERNOS

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

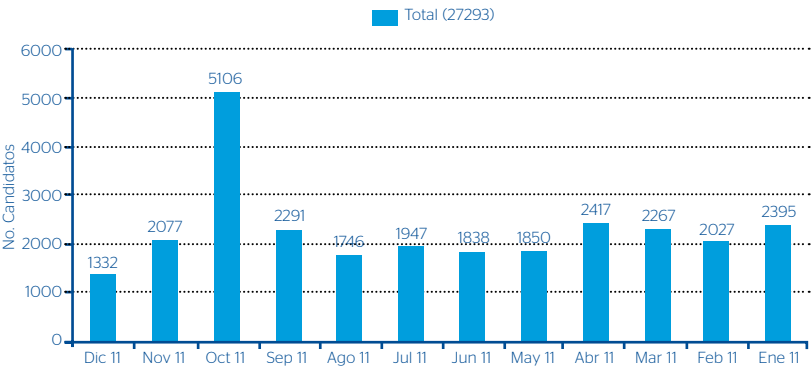
• Feria Virtual de Empleo

Oportunidades los 365 del año

Herramienta que permite reclutar hojas de vida de personas interesadas en trabajar con nosotros. Permite la publicación de ofertas, fundamentalmente centradas en los perfiles de acceso como auxiliares, practicantes universitarios, aprendices Sena.

En 2011 se reclutaron 27.293 currículos, 7.567 por encima de los reclutados en 2010.

No. y % de cv al Mes



Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

2. Programas

• Employer Branding

Nuestro propósito consiste en atraer talento humano, caracterizado por su sentido de liderazgo y trabajo en equipo, con orgullo y sentido de pertenencia, que permita trabajar en línea con la estrategia de las empresas BBVA en Colombia, construir una marca, una reputación de buen empleador, tanto para los empleados actuales como para los futuros.

Para este efecto hemos participado en 13 ferias laborales y universitarias, con un número aproximado de 5.258 visitantes a nuestro stand, en donde presentamos al BBVA como una de las mejores opciones y lugares para trabajar.



• Empleador 2.0

Consecuentes con nuestro programa de marca, hemos realizado publicaciones de nuestra imagen y ofertas laborales en Facebook, Twitter y Linkendin, de acuerdo con las tendencias actuales de medios de comunicación y divulgación.

• Cuenta conmigo

Esta herramienta permite que los empleados de las diferentes empresas de BBVA en Colombia conozcan las ofertas que publicamos y nos refieran sus candidatos.

Hemos publicado 47 ofertas y recibido 354 currículos referidos.

• Curso aprendices Sena

En 2011 desarrollamos en convenio con el Sena tres cursos con exclusividad de formación para el banco.

Ochenta y cinco jóvenes bachilleres, patrocinados en su etapa lectiva y productiva por el banco, obtuvieron o están en curso de obtener su titulación como técnicos en Asesoría Comercial y Operaciones de Entidades Financieras.

En la etapa práctica estos jóvenes van a la red de oficinas y áreas centrales del banco, donde apoyan procesos propios del negocio.

- Dos cursos en Cali, con 57 bachilleres.
- Un curso en Bogotá, con 28 bachilleres.

Por otra parte, vinculamos a escala nacional 150 aprendices Sena que desempeñaron su etapa práctica en las diferentes oficinas a escala nacional.

• Practicantes universitarios

En 2011 vinculamos en el banco a 83 practicantes universitarios de disciplinas económicas y administrativas de diferentes universidades. Nueve de ellos hoy son candidatos al programa Banquillo, de la Red Territorial Bogotá. Adicionalmente, diez de estos practicantes han sido vinculados directamente debido a su excelente desempeño, conocimiento y experiencia adquirida durante su pasantía en nuestra entidad.

El resultado de la gestión de selección se puede observar en los siguientes indicadores:

En 2011 se realizaron en el banco 548 incorporaciones para cargos de planta. De ellos, 302 correspondieron a auxiliares de Atención al Cliente Ventanilla y Front en la red comercial. Y 246 a incorporaciones correspondientes a otros cargos.

En cuanto a promociones, se realizaron 302, correspondientes a un 55,11% del total de las coberturas de vacantes en 2011, sin incluir auxiliares.

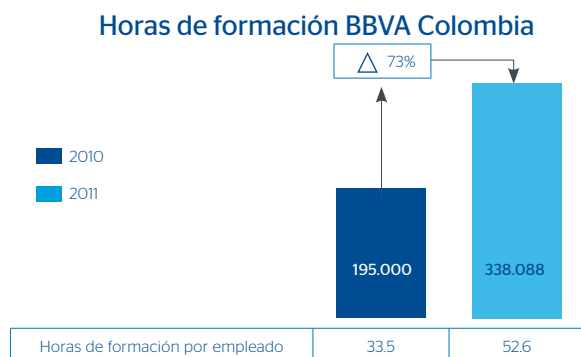
La red del banco posee un 71,6% de promociones sobre el total de vacantes cubiertas en 2011.

La Dirección General de banco tiene un 25,9% de promociones sobre el total de los ingresos.

El desarrollo como ventaja competitiva sostenible en BBVA

Entendiendo que una de las funciones fundamentales de Recursos Humanos es la formación y desarrollo de las personas de la organización, en 2011 nuestro enfoque de trabajo se centró en la alineación con la estrategia de negocio para el cumplimiento de resultados y la orientación a las necesidades de las personas en cuanto a su empleabilidad y elegibilidad en BBVA.

Así mismo, iniciamos el proceso de sinergia en cuanto al modelo de formación en todas las empresas BBVA en Colombia, reconociendo las necesidades de cada negocio y compañía bajo un esquema de cooperación y colaboración mutua. Esta sinergia nos permitió hacer más eficientes y efectivos nuestros procesos, logrando el aumento del 73% en horas de formación Vs. lo ejecutado en 2010.



A continuación destacamos las acciones realizadas en cada una de las escuelas de conocimiento que integran el modelo de formación implantado en las empresas BBVA en Colombia:



Escuela Management

Con el fin de generar un estilo de liderazgo global, que fomente la innovación y la generación de iniciativas, conceptos y productos que permitan posicionar a BBVA ante los nuevos retos y necesidades del negocio, se desarrollaron programas dirigidos a directivos, predirectivos y profesionales con proyección a corto y mediano plazos.

Escuela Comercial

Esta escuela ha sido fundamental para la profesionalización de la Red Comercial y sus esfuerzos estuvieron orientados a las necesidades y estrategia del negocio. Se destacan en 2011 las siguientes acciones:

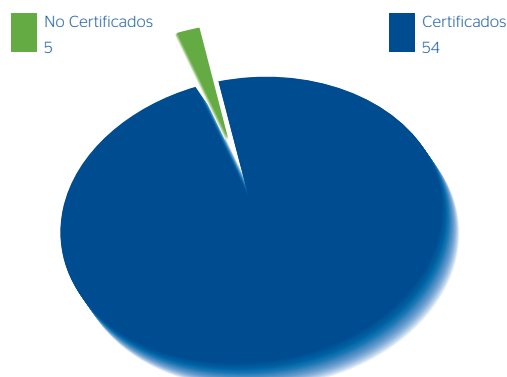
• Certificación comercial

Dirigida a la Banca Comercial (gerentes y gestores de particulares) y de empresas (gerentes y ejecutivos de cuentas) cuyo foco principal fue crear un estilo homogéneo de actuación comercial que potenció los resultados de negocio, ajustando las brechas detectadas en el diagnóstico, en técnicas de venta y conocimiento de producto. En su desarrollo presencial abarcó 802 participantes.

• Programa Pysam

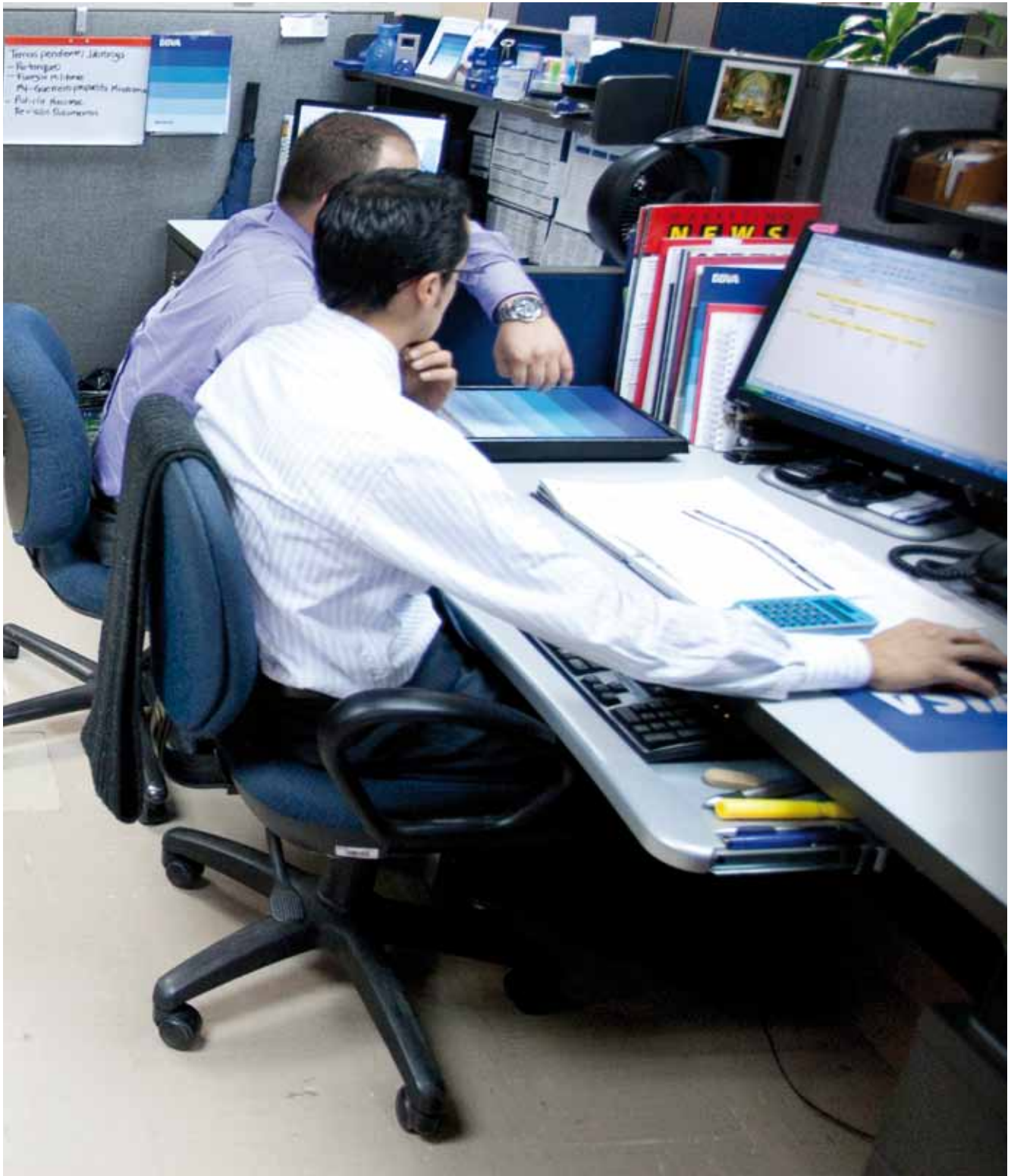
Programa de certificación para Latam en asesoría pensional y financiera, que en su nivel básico realizado en 2011, contó con 59 participantes de los canales de venta de BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías.

Resultado Certificación PYASM 2011



• Mundial del Saber

Maratón de conocimientos que de manera lúdica involucró al 100% de los colaboradores de BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías, BBVA Seguros Colombia y BBVA Seguros de Vida Colombia, que refuerza los conocimientos de la organización, productos y servicio al cliente, necesarios para el correcto desempeño de las funciones de los colaboradores, contribuyendo de manera concreta al logro de los objetivos corporativos, fortaleciendo el trabajo en equipo y la interacción entre las áreas.



• Formación especializada por canal

Este programa brindó los insumos necesarios para desempeñar el cargo a los colaboradores de reciente ingreso, en cada uno de los canales, con un programa blended, contemplando los productos y el modelo de gestión comercial.

Escuela de formación legal

El propósito de la escuela es minimizar la exposición al riesgo por incumplimiento de las regulaciones y, o, normas vigentes, a través de cursos virtuales que toman como fuente la normativa de BBVA a nivel corporativo y la que rige al interior de cada país donde se tiene presencia, haciendo más fácil su comprensión y asimilación.

En 2011 nuestra meta fue muy ambiciosa y con la participación activa de todos los colaboradores y líderes de equipo, logramos incrementar el conocimiento en normatividad a toda nuestra plantilla, hecho que mereció un reconocimiento global por el número de horas y la participación registrada en los 10 cursos que conformaron el cronograma de formación legal de ese período.

Escuela de finanzas

Dentro de la Escuela de Finanzas en BBVA Colombia se dio continuidad al Programa de Certificación de Gestión del Riesgo que inició en el año 2010, dirigido a los empleados de las bancas Comercial y de Empresas.

El programa tiene como objetivo mejorar la calidad del riesgo de crédito en el banco, con una mayor agilidad, en un esquema de delegación confiable que haga posible descentralizar la toma de decisiones y de esta forma dar una respuesta oportuna y óptima a nuestros clientes.

Se desarrolló según la modalidad blended, que incluye un itinerario de cursos virtuales y un taller presencial, para una intensidad horaria aproximada de 55 horas, con un componente virtual de 80% y 20% presencial.

La formación en 2011 estuvo dirigida a 809 participantes, entre los que se encontraban gerentes, gestores, subgerentes, ejecutivos, responsables de negocio y analistas. Se llevaron a cabo 37 sesiones formativas, con una calificación global del programa de 4,21 sobre 5,0.

Al cierre de año se certificaron 503 participantes y de los 298 gerentes de Banca Comercial, 267 recibieron atribuciones de delegación de particulares.

Escuela de innovación y tecnología

Esta escuela impulsa el desarrollo profesional de los técnicos y directivos de medios y DC&T, mediante la adaptación de los programas a los perfiles profesionales con una estructura común en cuanto a contenidos y alineada con la estrategia del grupo en relación con la visión de la innovación y la tecnología como palancas de crecimiento.

En 2011 fuimos pioneros en el desarrollo de la formación en Lean, un programa que busca mejorar los procesos con una metodología corporativa unificada y que se enmarca dentro de los objetivos del Plan BBVAX3. Contamos con la participación de profesionales de proyectos de Venezuela, Panamá y Colombia de las áreas de Medios, DC&T, Riesgos y Negocios Bancarios, seleccionados para esta formación por el aporte que representa el conocimiento de las herramientas de Lean en el desarrollo de sus funciones. Tres de estos participantes finalizaron su proceso de formación en Lean DMAS Avanzado, en Madrid, entre el 6 y el 10 de junio de 2011.

Escuela de idiomas

Uno de los objetivos planteados en 2011 para esta escuela fue propender por una cultura del dominio del idioma inglés en línea con el plan de carrera en BBVA Colombia, desarrollando las habilidades de comunicación requeridas en nuestra actual economía globalizada.

Adicionalmente, se atendieron las peticiones y necesidades derivadas de los perfiles funcionales requeridos para cada puesto a partir de la VBA. Con el propósito de incentivar el desarrollo del idioma inglés, lanzamos el programa para equipo directivo, de esta forma triplicamos el número de participantes dentro de la escuela.



Formación externa

Con el propósito de fortalecer y profundizar la formación especializada al interior de la organización, hicimos parte de 125 acciones formativas externas, con la participación total de 212 colaboradores que mejoraron significativamente su desempeño, alineados en el Plan BBVAX3.

Cultura de liderazgo: factor diferenciador

Durante 2010 y 2011 se desarrollaron etapas muy importantes del proyecto de Cultura y Liderazgo, en la búsqueda constante de nuestra visión "Trabajamos por un futuro mejor para las personas"; es así como hemos desarrollado las siguientes fases:

1. Etapa de entendimiento organizacional. Generamos una mirada autorreflexiva acerca de nuestras fortalezas y puntos de mejora, con el fin de construir una nueva forma de hacer las cosas en BBVA, una nueva cultura. En esta etapa realizamos las siguientes actividades:

ACTIVIDADES	INDICADORES
Relevamiento de Información	15 Entrevistas encuesta de capacidades
Diagnóstico de Cultura y Liderazgo	5 Focus Group 1.158 Encuestas
Definición de Cultura y Marca de Liderazgo	4 Capacidades Organizacionales 8 Atributos

2. Alineación a la nueva cultura. Utilizamos la aplicación de herramientas de medición y establecimos planes de desarrollo a la primera línea de ejecutivos de BBVA, así:

OBJETIVO	HERRAMIENTAS
Identificación de los principales GAP's en los atributos de Liderazgo	Evaluación 306°
Medición de la Relación con el entorno	DISC
Orientación para definición de Planes de Desarrollo	Coaching Individual
Disminución de GAP's	Plan de Desarrollo
Mejora de las habilidades de Liderazgo	Informe de Estilos Directivos

Así mismo, como resultado del análisis de la encuesta de Clima Organizacional, se resuelve trabajar en cinco iniciativas:

- Apúntate a la vacante para promover el desarrollo profesional.

- Cultura y liderazgo, que persigue el bienestar y crecimiento de la organización.
 - Plan de comunicaciones, para el mejoramiento y la integración de la comunicación en BBVA Colombia.
 - Valoración de cargas de trabajo, en busca del mejoramiento del entorno de trabajo/calidad de vida.
 - Procesos Lean, en pro de que la organización tenga procesos, macroprocesos y procedimientos ágiles en su interior.
- 3. Etapa de intervención.** Desarrollo de iniciativas y acompañamiento al equipo directivo y líderes de las líneas siguientes para la interiorización de nuestra nueva cultura.
- Continuidad del Plan de Desarrollo de Liderazgo.
 - Definición de un nuevo modelo de atención de RR.HH.: implantación del modelo de gestión personalizada.
 - Prueba piloto intervención Área de Recursos Humanos, que ayudó a probar un modelo de intervención.

Acompañamiento a líderes:

COACHING INDIVIDUAL	COACHING SOMBRA	TALLERES DE EQUIPO
82 sesiones	13 sesiones	2 talleres

4. Etapa de consolidación. Etapa de continuidad en línea con la visión "Trabajamos por un futuro mejor para las personas".

- Modelo de RR.HH. Atención del pool personalizado a través de entrevistas de desarrollo y adecuación al cargo.
- Seminarios BBVA y Escuela de Management. Formación corporativa en línea con tener empleados competentes y bien capacitados.
- Certificación coaches internos. Certificación de 13 coaches internos, que serán el soporte primordial en la sostenibilidad del Proyecto de Transformación Cultural.

Esta nueva cultura refleja nuestro compromiso permanente con la construcción del mejor lugar para trabajar para nuestra gente.

	Nº. horas	% del total de hora	Nº. participantes
Horas formación impartidas	338.088	100%	82.860
Formación presencial	131.674	38,9%	20.139
Formación e-learning	206.414	61,1%	62.721
Empleados formados en 2011	6.432	Número de personas que han recibido formación	

Alcance: BBVA en Colombia

Horas formación por empleado	52,6
Formación presencial	20,47
Formación e-learning	32,09
Evaluación satisfacción formación (sobre 10)	8,89

Alcance: BBVA en Colombia

Formación por categoría de Cargo						
	Seminarios / Talleres		Cursos / Diplomados		Posgrados	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Comité Dirección y Direc. Corporativos	1	3				
Directivos	12	21	26	52	-	2
Especialistas	147	187	3.558	3.144	63	59
Fuerza de Ventas	14	13	1.464	713	18	16
Mandos Medios	3	16	26	46	-	2
Puestos Base	4	2	112	77	-	-
Total general	181	242	5.185	4.032	81	79

Alcance: BBVA en Colombia



Por una mejor calidad de vida para nuestra gente

“En busca de una mejor calidad de vida para los colaboradores de BBVA” fue la premisa con la cual el Área de Bienestar y Salud Ocupacional desarrolló los programas con contenido social durante el año 2011.

Uno de los principales focos que se tuvo en cuenta fue la integración de la plantilla a diferentes actividades deportivas y recreativas, que permitieron el sano esparcimiento y el equilibrio entre la vida laboral y personal.

En este sentido, las principales actividades de bienestar que se desarrollaron fueron:

1. IV Juegos Deportivos Nacionales BBVA

Actividad que con el paso de los años se ha convertido en uno de los grandes hitos para los empleados de las empresas BBVA en Colombia. Participaron 2.564 deportistas, que desde mayo hasta octubre compitieron en eliminatorias nacionales en 13 deportes. Al evento de clausura, que se llevó a cabo en noviembre, en Melgar, Tolima, asistieron 2.143 personas entre finalistas, deportistas y acompañantes.

La versión 2011 de estos juegos se convirtió en el evento más grande realizado hasta el momento en BBVA Colombia para sus funcionarios, por participación, integración, cobertura y alegría demostrada.

Los más de 2.000 asistentes a la clausura de los Juegos Deportivos Nacionales BBVA 2011 se dieron cita el sábado 12 de

noviembre a las 3:00 p.m. en la I Carrera Solidaria BBVA, que permitió apoyar a 450 niños de estratos 1 y 2 de la Institución Educativa Técnica Sumapaz, Sede Rafael Pombo, de Melgar, Tolima, con la donación de 450 kits escolares y 160 pupitres, para un costo de 20 millones de pesos; esto fue posible gracias al aporte que BBVA hizo por cada uno de los participantes que, bajo el lema "Nuestra meta es su futuro", corrieron en una de las cuatro modalidades y firmaron el Mural Solidario.



2. Escuelas y hobbies

Durante 2011 se contó con la participación de 275 personas de las diferentes empresas de BBVA en Colombia, entre funcionarios e hijos, que a través de estos programas practicaron algún deporte o hobby, con el acompañamiento de instructores especializados de las cajas de compensación.

3. Celebración de fechas especiales

Los colaboradores de las empresas BBVA en Colombia participaron de celebraciones especiales, como los cumpleaños de los funcionarios, a quienes se les envió un ponqué especial; en el Día de la Secretaría se reconoció su labor con un obsequio, y la Navidad se celebró, tanto para los funcionarios con las tradicionales fiestas y entrega de un obsequio, como para los hijos hasta los 12 años, con una fiesta infantil y la entrega de un regalo.

En materia de Salud Ocupacional, las acciones tuvieron como foco la prevención y promoción de la salud:

PROGRAMA	DESCRIPCION	COBERTURA
MEDICINA PREVENTIVA Y DEL TRABAJO	Exámenes Ocupacionales de ingreso	468 exámenes en diferentes ciudades del territorio Nacional
	Visitas Técnicas Nacionales:	197 Sucursales visitadas
	Haciendo re inducción en el Sistema General de Riesgos Profesionales, capacitación en higiene postural, evaluación ergonómica de puesto de trabajo, orden y aseo, repaso del Plan de Emergencia	1597 funcionarios evaluados y capacitados
	Chequeos Médicos Ejecutivos	Realizados al 63% de los programados
	Campaña de Inmunización contra la Influenza	Vacunados el 91% de los funcionarios inscritos
	Seguimiento a casos especiales de Salud	En total 110 casos
HIGIENE OCUPACIONAL Y ERGONOMIA	Inspecciones y análisis de puestos de trabajo	78 inspecciones y análisis realizados en diferentes ciudades y sucursales del país
SEGURIDAD INDUSTRIAL	Capacitación a la brigada: levantamiento de información para Planes de Emergencia, participación en Simulacros de Evacuación	18 capacitaciones a nivel nacional
COPASO	Reuniones mensuales del COPASO y participación en capacitaciones	

Accidentes laborales y enfermedad profesional 2011 BBVA Colombia	
Accidentes de Trabajo	
Total de accidentes	99
Total días causados	755
Indice de Frecuencia Acumulado	0,36
Indice de Severidad Acumulado	2,72
Enfermedad Profesional	
Total de Enfermedades reportadas	36
Total de Enfermedades Calificadas/Aprobadas	17
Total de Enfermedades en Proceso	10
Total de Enfermedades Objetadas	9
Total de días causados	

Fuente: ARP Liberty

Absentismo BBVA Colombia	
Tasa de absentismo por incapacidad	0,70%
Días perdidos por incapacidad	13.009
No. de víctimas mortales relacionadas con el trabajo	0,00%

Responsabilidad social con nuestra gente



enseres o materiales que solicitaron para reparar los daños sufridos.

En 2011 ampliamos y optimizamos la infraestructura del SAE para prestar un mejor servicio, a través de la creación de cinco nuevos autoservicios:

- Generación del Certificado de Ingresos y Retenciones.
- Generación de la Autoliquidación de Aportes a la Seguridad Social.
- Actualización del grupo familiar.
- Simulador de cuotas de créditos a empleados.
- Generación de formatos de uso más frecuente.

Lo anterior nos permitió ser más eficientes en la solución a las necesidades de nuestros colaboradores.

Durante el año 2011 se recibieron 67.124 solicitudes a través de la línea SAE, 14.721 por medio del buzón SAE, y 5.272 por medio de atención personalizada, lo cual nos da un total parcial de 87.102 solicitudes en 2011, un 7% más de lo recibido en 2010.

Extendimos el SAE a la Unidad Previsional, acogiendo aproximadamente a 1.230 colaboradores y gestionando para este colectivo 3.372 solicitudes.

Adicionalmente, a partir de julio de 2011 y para hacer realidad el modelo de Gestión Diferenciada, se integró a la línea SAE

una nueva opción que les permite a nuestros colaboradores comunicarse con el pool de gestores de Recursos Humanos, para atender inquietudes sobre su desarrollo profesional, plan de carrera, retribución o incentivación. Por medio de dicha opción, a partir de julio se recibieron 2.922 llamadas.

La libertad de asociación

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

En el banco existen dos convenios colectivos laborales, en los cuales se reconocen beneficios de carácter extralegal para los trabajadores beneficiarios de los mismos, los cuales tienen vigencia de tres años: 2010-2012.

El Pacto Colectivo beneficia a aproximadamente el 80% de los trabajadores y la Convención Colectiva de Trabajo aplica para los demás colaboradores. El primero de ellos se celebró directamente con los representantes de los trabajadores y el segundo con tres de las organizaciones sindicales existentes en el banco. Estos convenios colectivos contemplan beneficios importantes, tales como incrementos salariales anuales, auxilios, préstamos de vivienda y de estudio, gratificación por antigüedad, entre otros.

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

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

En seguridad, todos marcamos la diferencia

Con el propósito de minimizar el riesgo propio de las diferentes operaciones de las empresas de BBVA en Colombia y reducir la afectación generada por el accionar delictivo, se adelantó el Plan de Gestión para el año 2011, basado en la siniestralidad histórica y las causas generadoras de riesgo, definiendo para ello actividades de seguridad, desde el punto de vista administrativo, físico y electrónico, investigativo y de protección corporativa, en concordancia de los lineamientos definidos por el BBVA.

Las principales actividades desarrolladas fueron:

1. Visitas de análisis de riesgo

Verificación en sitio de las seguridades físicas y electrónicas de las diferentes sucursales (toma de medidas correctivas). Acorde con el objetivo de desarrollar, coordinar y controlar las actividades orientadas hacia la prevención, se adelantaron 163 visitas a oficinas (BBVA y UP), para verificar sus seguridades, tomar los correctivos necesarios y actualizar el mapa de riesgos.

2. Sistemas de seguridad oficinas. Plan de expansión

Se participó activamente para lograr en los tiempos previstos, la apertura de las nuevas oficinas comerciales, VIP e In-House, y que estas contaran con el estándar de seguridad definido, el cual entre otros incluye sistema de alarma y video monitoreados por el CGA, suministro de cofres de seguridad, minibóvedas y cuarto de recuento en las oficinas donde aplica. La misma gestión se realizó en las oficinas objeto de remodelación.

3. Nuevo modelo corporativo seguridad

Se trabajó continuamente en la homologación de la función del área hacia un estándar corporativo que contempla la estructura organizativa, la implantación de políticas y estrategias, la asignación correcta de funciones y procesos, entre otros aspectos. Para ello fueron documentados diferentes procesos, como elaboración y seguimiento de presupuestos, gestión de inversión, gasto y facturación, investigación fraude documental (modalidades delictivas), vigilancia oficinas y edificios, petición de imágenes, atención de atracos, obras de remodelación y expansión, gestión de averías y mantenimientos, entrega, retirada y custodia de efectivo, entre otros, identificando mejoras e implementado los correctivos.

4. Generando cultura de seguridad

Con el fin de crear cultura de seguridad al interior de las empresas de BBVA en Colombia, se diseñaron y desarrollaron las siguientes acciones:

• Capacitación presencial

Teniendo en cuenta que uno de los pilares fundamentales de la prevención es la capacitación en temas de seguridad, se realizaron acciones de formación en el banco para nuevos funcionarios, promovidos o ascendidos y temporales, para instruirlos sobre diversos aspectos y procedimientos de seguridad física, documental e identificación de titulares:

SESIONES	PARTICIPANTES
29	709 Personas

Por otra parte, registramos conversatorios de seguridad con los funcionarios de las diferentes oficinas que fueron visitadas en desarrollo de las evaluaciones de riesgos:

CONVERSATORIOS	PARTICIPANTES
100 Charlas	861 Personas

Adicionalmente, el área de Investigación Fraude Documental adelantó una jornada de sensibilización a oficinas, en la que se instruyó a los funcionarios sobre aspectos relevantes en el análisis de documentación crediticia y verificación de cédulas:

JORNADAS DE SENSIBILIZACIÓN	PARTICIPANTES
41372	861 Personas

• Capacitación virtual

Como complemento de nuestra labor, y como un medio generador de cultura de seguridad, se mantuvo el Curso de Seguridad Bancaria a través de E-Campus, el cual versa sobre diferentes aspectos de seguridad, como toma de huella, verificación de documentos de identidad (cédula de ciudadanía, cédula de extranjería, pasaporte), seguridad

documental (verificación de cheques), grafología, dactiloscopia y riesgo crediticio. El curso fue tomado durante el año 2011 por 1.053 funcionarios de la red de oficinas y algunas áreas centrales.

En síntesis, durante el año 2011, en materia de seguridad se capacitaron:

TIPO DE CAPACITACIÓN	PARTICIPANTES
Presencial	1.942 Personas
Virtual	1.053 Personas
TOTAL	2.995 Personas

• Afiches de seguridad

Dado el considerable aumento de la siniestralidad en el sector financiero, especialmente hurtos en el interior de las sucursales y cajeros automáticos del banco, se rediseñó el afiche "Adelante es velar por tu seguridad", que sirve como guía en la utilización de los canales ofrecidos por el banco, el cual contiene medidas preventivas de seguridad a tener en cuenta por los clientes en el momento de realizar transacciones por oficina y a través de cajeros automáticos, call centers e internet.

Con el propósito minimizar el nivel de ocurrencia de los casos de "fleteo", se rediseñaron y remitieron a las oficinas afiches y volantes para ser fijados en los módulos de caja y entregados a los clientes, en los cuales se hace alusión a las prevenciones para los usuarios al momento de efectuar sus transacciones en efectivo y sobre el servicio de acompañamiento que brinda la Policía Nacional de cada ciudad.

Adicionalmente, en el mes de noviembre fueron suministrados a la Asobancaria 10.000 afiches alusivos al tema de "fleteo" y seguridad en temporada decembrina, con el propósito de que fueran distribuidos en el ámbito nacional junto con los aportados por las demás entidades financieras.

• Tips de prevención y alerta

Se generaron a lo largo del año 29 Tips de Seguridad, en los cuales, acorde con la evolución de la siniestralidad, se recordó a todos los funcionarios, especialmente a los integrantes de la red, los diferentes aspectos establecidos para minimizar la ocurrencia de ilícitos en las diferentes modalidades delictivas detectadas, entre ellas, hurto calificado, fraudes con cheques, suplantación pagos masivos, manejo de efectivo, prevención de atentados terroristas, suplantación de clientes ya vinculados, "fleteo", identificación de titulares y prácticas inseguras empleadas en las oficinas, y otros de interés general, como situación de orden público, prevención extorsión, inundaciones, seguridad en elecciones, porte del carné y medidas de autoprotección.

Adicionalmente fueron generadas 444 prevenciones en las que se advierte de manera prioritaria a la Red de Oficinas sobre modalidades delictivas o fraudes en curso, para neutralizar el accionar delictivo y minimizar las pérdidas.

Compras Responsables

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

Política y modelo corporativo de compras

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

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

En el año 2011, el Área de Compras de BBVA Colombia ha gestionado todas aquellas negociaciones que por su monto excedan los 10 mil dólares, por medio de la plataforma de internet Adquira, para generar transparencia, igualdad de condiciones, agilidad y claridad en los procesos de negociación del banco.

INDICADORES EN COMPRAS	2010	2011
NÚMERO DE NEGOCIACIONES ON-LINE POR ADQUIRA	859	894
NÚMERO DE PETICIONES REGISTRADAS EN NEON	2.750	2.511

Para 2011 se generaron ahorros superiores a 37 mil millones de pesos, cifra equivalente a 14.624 euros, en negociaciones de compras gestionadas con los proveedores.

Homologación de proveedores

BBVA ha establecido como política corporativa, que las compras del Grupo en Homologación de proveedores

BBVA ha establecido, como política corporativa, que las compras del grupo en todos los países en los que opera, sean realizadas a proveedores previamente homologados. Dicho proceso tiene como único objeto mejorar la gestión interna de proveedores, mediante la evaluación de los mismos, a fin de comprobar que se ajusten a los estándares de calidad requeridos y para garantizar que cuenten con la capacidad productiva, técnica, financiera y de calidad comercial requerida por el banco.



Durante el año 2011, por recomendación del Área de Riesgos y con visto bueno de los usuarios y del Área Jurídica del banco, se clasificaron los proveedores por monto de contratación y por el impacto que puedan representar al banco, así:

—De menor cuantía, hasta 300 SMLV.

—De mayor cuantía, de 300 SMLV en adelante.

—Críticos: independiente de la cuantía, son aquellos que tienen a su cargo servicios o la provisión de un bien, donde su desempeño pueda afectar la continuidad de la operación del negocio.

HOMOLOGACION DE PROVEEDORES

	2010	2011
PROVEEDORES HOMOLOGADOS	679	721
INCREMENTO PROVEEDORES HOMOLOGADOS	42	6,2%

NUMERO DE PROVEEDORES POR COMPRAS 2011

	300,000,000-600,000,000 Pesos	600,000,000-1,000,000,000 Pesos	Mas de 1,000,000,000
BBVA COLOMBIA	585	73	48
TOTAL PROVEEDORES COMPRAS >300.000.000	706		

La renovación de registros de proveedores no críticos pasó de ser anual a bianual y su gestión de renovación se efectuará cuatro meses antes de la fecha de su vencimiento del registro.



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

Medio Ambiente

Política ambiental y sistema de gestión ambiental

Para compatibilizar las dimensiones económica, social y ambiental, con un modelo de desarrollo sostenible, BBVA cuenta desde 2003 con una política medioambiental que abarca todas sus entidades y actividades. Esta política busca impulsar la integración efectiva de los criterios ambientales en el conjunto de actividades que desarrolla BBVA Colombia, haciendo de estos criterios un elemento diferencial y de ventaja competitiva.

El comportamiento responsable con el entorno de todas las unidades y personas que forman parte del banco es la mejor muestra de este compromiso con el medio ambiente.

Los objetivos generales de esta política son:

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

Impacto ambiental directo

Ecoeficiencia

BBVA continúa avanzando en la ejecución de su Plan Global de Ecoeficiencia para el período 2008-2012, como parte del Sistema de Gestión Ambiental. Su objetivo es minimizar los impactos ambientales directos, y se espera genere un ahorro anual estimado para el Grupo de 1,5 millones de euros a partir del presente año.

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

En el marco de esta política corporativa medioambiental, durante el año 2011 BBVA promovió diversas acciones orientadas a la gestión de los indicadores que tienen incidencia directa e indirecta sobre el tema medioambiental, como una contribución a la búsqueda de una mejor calidad de vida y de mayor eficiencia.

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

consumo de agua, de electricidad y de papel, que apuntan a una mayor eficiencia en el uso de estos recursos.

Consumo de papel			
KG	2011	2010	2009
Consumo total de papel	344.467,7	321.137	330.163
Consumo de papel por empleado	62	74	77

Alcance: Banco BBVA Colombia

Residuos gestionados			
Kg	2011	2010	2009
Residuos de Papel	42.655	26.200	25.918
Residuos de Toners	1.849	1.062	1.931
Otros residuos	42.127	27.894	21.820

Alcance: Banco BBVA Colombia

Emisiones CO2 directas			
(TONELADAS)	2011	2010	2009
Emisiones de Co2 - directas (Vehículos del Banco)	62	76	70.8

Alcance: Banco BBVA Colombia

Emisiones CO2 - indirectas			
Toneladas	2011	2010	2009
Emisiones de Co2 (vuelos de Avión)	575	704	1.176,97

Alcance: Banco BBVA Colombia

Consumo de Energía			
Kwh	2011	2010	2009
Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	26.288.765,	30.151,384	28.627,123
Consumo por empleado	5.758	6.950	6.682

Alcance: Banco BBVA Colombia

Consumo de Agua M3			
M3	2011	2010	2009
Consumo de agua por fuentes	126.435	133.249	102.780
Consumo por empleado	28	30,7	24

Alcance: Banco BBVA Colombia

Iniciativas medioambientales

Extractos vía correo electrónico

Tecnología BBVA Colombia trabaja en el diseño y adquisición de soluciones de infraestructura de hardware ecoeficientes, teniendo como objetivo producir más con menos. Toda nueva tecnología es adquirida con el lema de productos verdes que reduzcan notablemente el consumo de energía y la emisión de elementos tóxicos.

Así, en el año 2011 se realizó la contratación para el suministro de equipos de aire acondicionado que funcionan con refrigerante R-410, que presenta las ventajas de no contener cloro, brindar más eficiencia en la transferencia de calor, mayor densidad de vapor y ser ambientalmente seguro.

El SUVA -410 A es un sustituto del R-22 en aplicaciones de aire acondicionado residencial y en pequeñas instalaciones comerciales. Tiene un mejor rendimiento, lo que permite diseñar equipos de aire acondicionado más pequeños y compactos. La presión del Forane-410 A es superior a la del R-22, lo que obliga a utilizar compresores específicos para este producto, siendo un excelente sustituto para nuevos chillers de desplazamiento positivo y nuevos equipos de refrigeración comercial de media temperatura. Su potencial de afectación a la capa de ozono (ODP) es 0, por ser un refrigerante libre de cloro. De acuerdo con el Standard 34 de Ashrae, el Forane-410 A está provisionalmente clasificado en el grupo de seguridad A1/A1, es decir, no inflamable aun con fugas en fase gaseosa.

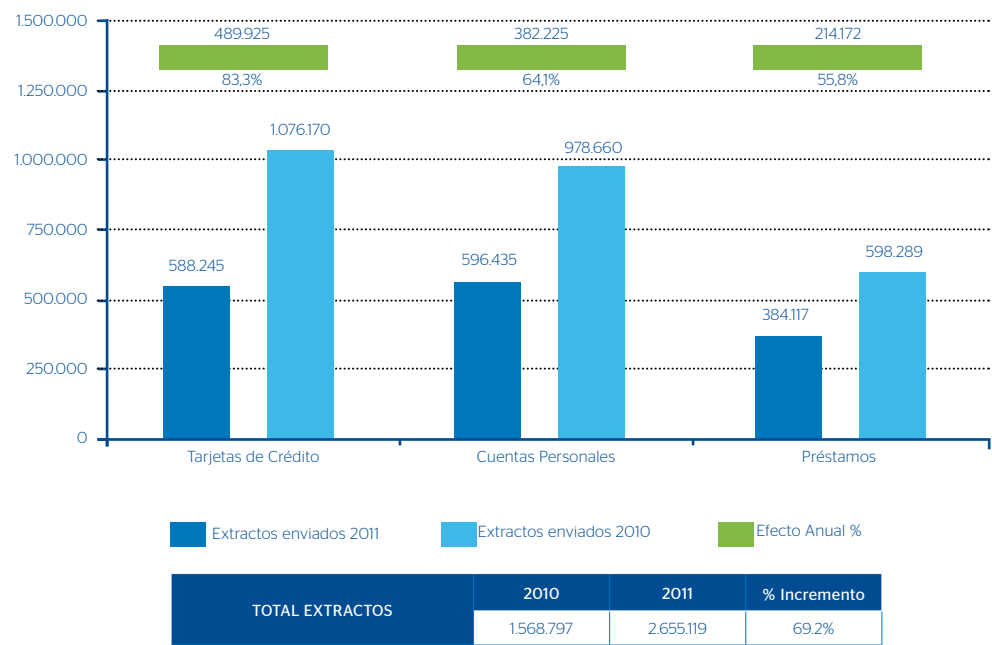
Durante 2011 se eliminó el envío en papel de las notas contables con sus respectivos soportes. A la fecha se remiten los soportes escaneados a través de correo electrónico, que genera un ahorro en papel del 50% con respecto al año anterior.

Adicionalmente, la eliminación de los stickers físicos en impuestos ha producido un ahorro en cantidad de 50%, y en costos de \$160.327.000. Además, se ha suprimido la copia banco de impuestos, con lo cual ahorramos en costos de archivo.

El envío de extractos y publicidad por medio electrónico nos ha permitido continuar con la disminución de los costos generados en papelería (papel y sobres), impresión, ensobrado y distribución, con un ahorro de 91% por extracto, dado que imprimir y distribuir el mismo en medio físico nos cuesta \$900 y en medio electrónico refleja un costo de \$79,31. Así mismo, el envío por e-mail nos ha permitido disminuir el uso de papel asociado a las hojas utilizadas para la impresión de extractos, los sobres para enviar los mismos y los insertos publicitarios que se remiten con el documento, reflejado en un solo costo en todo el proceso.

En el año 2011, BBVA Colombia continuó impulsando el envío de extractos a través de correo electrónico y logró incrementar esta operación en un 69,2%, pasando de remitir 1.568.797 extractos en el año 2010, a 2.655.119 en 2011.

Extractos remitidos en medio electrónico correspondencia y extractos operaciones



Teniendo en cuenta que para cada extracto en promedio se utilizan tres hojas, incluida la información del extracto, el inserto publicitario y el sobre utilizado para enviar los mismos, la cantidad de hojas ahorradas en 2011 corresponde a 7.965.357 unidades.

Con esta iniciativa formamos parte de la campaña en favor del futuro y bienestar de nuestro planeta, disminuyendo la tala de árboles, el consumo de agua, de energía y de todos los procesos que se requieren para fabricar el papel. Sigdoc implementó el modelo de carpeta única, con el objetivo de que los documentos comerciales que el cliente ha entregado por primera vez para su crédito, sean utilizados

por la web para aprobar nuevos créditos, siempre y cuando estén vigentes. Así mismo, no se solicitarán nuevamente al cliente ni serán impresos para su aprobación, teniendo como resultado oportunidad de negocio y sencillez para el cliente. De igual forma, se diseñó para persona jurídica la opción de "Pagaré único", donde al cliente le es aprobado un monto determinado y a medida que él lo requiera se le dará de alta la cantidad de contratos que solicite sin superar la cifra aprobada; de esta manera, el cliente firmará un único pagaré y este se asociará por sistema a los demás contratos aprobados, sin requerir impresión ni firma del cliente cada vez que se le aprueba un contrato; se contribuye, de esta forma, con la disminución en el uso de papel.

En el año 2012 iniciaremos proyectos que ayudarán a encaminar a BBVA Colombia como una empresa realmente comprometida con el medio ambiente, mediante proyectos como el de escritorios remotos, cuyo objetivo es utilizar equipos que reduzcan significativamente el consumo de energía y que por sus características de Thinkclient y sistema centralizado crearán cultura de ahorro energético entre los funcionarios de BBVA. De igual manera adquiriremos equipos servidores y de almacenamiento centralizado, con las certificaciones internacionales que acrediten ser productos verdes con esquemas de bajo consumo de energía y niveles de toxicidad relativamente bajos.

Actualmente tenemos procesos de reutilización del equipamiento obsoleto, que colaboran de gran manera con la educación de muchos niños en el país, por medio de la donación de equipos de cómputo a entidades gubernamentales como Computadores para Educar, que garantizan el buen y correcto uso de estos elementos con una finalidad social y humanitaria.

GreenPyme

Se caracteriza por

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

que opera la iniciativa a bancos locales dispuestos a apoyar a sus clientes con financiación.

En 2011 se continuó con el programa Green Pyme en Colombia, liderado por la Corporación Interamericana de Inversiones (CII) y patrocinado por BBVA Colombia, el cual tiene por objetivo mejorar la competitividad de pequeñas y medianas empresas, promoviendo la adopción de la eficiencia energética y el uso de tecnologías limpias.

Con este propósito, durante los últimos meses, la principal actividad que se ha desarrollado en el marco del programa es la realización de auditorías energéticas para las 40 empresas preseleccionadas, de los sectores de servicios e industrial, con apoyo de diferentes firmas consultoras.

Dichas empresas fueron visitadas tanto por la CII como por BBVA, con el fin de presentar los resultados de la auditoría e identificar las necesidades de financiación.

Líneas ambientales

Durante 2011, en BBVA Colombia lideramos nuevas propuestas de financiación enfocadas a las pymes y empresas en general, con el ánimo de ofrecer recursos nuevos pero promoviendo el interés en fomentar prácticas de cuidado del medioambiente y de eficiencia energética. Es así como hemos lanzado dos líneas de crédito, que brindan grandes facilidades de acceso a todas las empresas: una con recursos propios y otra en líneas de redescuento con diferentes entidades estatales.

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

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

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

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

Formación y sensibilización ambiental

En BBVA Colombia, conscientes de la importancia que el medio ambiente y su cuidado tiene dentro de la sostenibilidad, no solo de nuestro negocio sino de toda la sociedad, hemos adelantado diferentes campañas en las que a través de nuestros empleados y sus familias, proveedores y clientes tomen conciencia sobre la importancia de las buenas prácticas en el cuidado del medio ambiente, en la búsqueda de frenar el impacto del cambio climático.

Mediante la alianza con la Fundación Koala, entidad que realiza todo el acompañamiento, asesoría y actividades necesarias para la implementación exitosa de las campañas y encargada de recoger el material reciclable, no solo gana el medio ambiente, al recuperarse todos los materiales potencialmente susceptibles de ser reciclados, sin importar su valor comercial, sino que también gana la sociedad en general.

En 2011, además de continuar con los programas que veníamos aplicando, como el de la utilización del pocillo de cerámica para eliminar el uso de vasos de icopor, se continuó el programa de reciclaje, a partir de la puesta en marcha del concurso Semáforo Ecológico en los edificios de Dirección General, Horizonte y Teusaquillo.

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

El programa arroja resultados satisfactorios al lograr que la mayoría de pisos estén en color verde, facilitando las labores de reciclaje y optimización en la separación de los diferentes materiales, que se traduce en un mejor desempeño por parte de la empresa encargada de recoger y reciclar nuestros materiales y que deja como resultado:

CANT.	UNIDAD	DESCRIPCION	DISPOSICION
42655,5	Kg	Papel Archivo	Fabricación Papel higiénico
2886,5	Kg	Periódico	Recuperación de fibra para fabricación de empaques plegadizos
9873	Kg	Cartón	Fabricación cartón - Plegadiza
10823	Kg	Vidrio	Fundición y fabricación de botellas y envases de vidrio
3849	Kg	Plástico	Fabricación de bolsas, grifería, cinturones, baldes, mangueras y otros
3959	Kg	Plegadiza	Recuperación de fibra para fabricación de empaques plegadizos
396,1	Kg	Aluminio	Fundición y recuperación
939,1	Kg	Cobre encauchetado	Fundición y recuperación
9401	Kg	Chatarra	Fundición y recuperación

AHORRO DE RECURSOS POR RECICLAJE EN EL AÑO 2011				
Material	Agua (M3)	Energía (kWh)	CO2 (Kg)	Árboles (Und)
Papel	26124,6	451242,4	100935,8	1009,4
Plástico	7698	22224,1	1193,2	-
Vidrio	10,8	454,6	2381,1	-
Metal	1073,6	21472,4	15576,7	-
Total	34907	495393,5	120086,8	1009,4



Compromiso con la sociedad

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

Durante 2011, el año número seis dentro del Plan de Responsabilidad Corporativa de BBVA Colombia, adelantamos importantes iniciativas que tuvieron como destino comunidades de bajos recursos en zonas vulnerables de diferentes ciudades y municipios, como parte del compromiso que como empresa financiera socialmente responsable, tenemos con la sociedad en la que desarrollamos nuestro negocio.

Es así como con una inversión de \$5.090 millones, llegamos a 11.056 niñas y niños a través de nuestro programa Becas de Integración; a más de 35.000 con nuestros kits de útiles escolares y, en general, a más de 100.000 personas en 35 ciudades y municipios del país con nuestro apoyo en educación, cultura y deporte.

Como hechos específicos, hay que destacar nuestra participación en el programa presidencial Colombia Humanitaria, para ayudar a los damnificados por el invierno en todo el país, en cuyo marco entregamos 15.000 morrales con útiles escolares a igual número de niñas y niños de 32 instituciones educativas de 16 municipios de Norte de Santander, como una contribución para aliviar la emergencia educativa de esta parte del país. Así mismo, entregamos 500 morrales al municipio de Juan de Acosta en el departamento de Atlántico, cuya escuela y la mayoría de sus viviendas fueron inundadas por las crecientes que provocó la rotura del canal del Dique.

Pero además de nuestra participación concreta en este llamado del gobierno, durante 2011 continuamos llevando nuestro programa Becas de Integración y de entrega de kits educativos a diferentes zonas de Colombia, especialmente en la costa atlántica, Antioquia, Eje Cafetero, Valle, Bogotá y Cundinamarca.

Este aporte directo a las políticas públicas de cobertura y calidad educativa, además de la labor que adelantamos de la mano del Ministerio de Educación y de Unicef, en una alianza que cada día contribuye más a la educación de niñas y niños de escasos recursos en todo el país, ha sido elogiado en diferentes ocasiones por la ministra María Fernanda Campo y el viceministro Daniel Perfetti, quienes han calificado a BBVA como “el

mejor aliado de la educación en Colombia”.

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

Como ha sido tradicional desde hace varios años, la figura del exarquero de la Selección Colombia de Fútbol y de otros equipos nacionales e internacionales, Óscar Córdoba, se convirtió en el símbolo del trabajo en equipo, la disciplina y la dedicación al ser embajador del programa Becas de Integración y acompañar las entregas de las ayudas en municipios como Sabaneta, Antioquia; Pereira, Risaralda; Cali y Candelaria en el Valle, entre otras, además de apadrinar las entregas de kits educativos a más de 1.600 niñas y niños de Bogotá y Cundinamarca en el marco de la Copa BBVA Colsanitas celebrada a comienzos de año.

En este mismo marco, en el período señalado y como parte de nuestro apoyo integral al desarrollo de las comunidades en donde actuamos, BBVA Colombia realizó una serie de patrocinios a actividades deportivas en donde el tenis, el fútbol y el atletismo tuvieron especial relevancia; de la misma forma, nuestro interés en la cultura permitió en 2011 llevar por todo el país el Salón de Arte BBVA “Ensayos para un mundo perfecto”, visitado por más de 42.000 personas en Bogotá, Medellín, Cali y Cartagena, y apoyar al Hay Festival Cartagena, trayendo a Juan José Millás, escritor español que fue una de las estrellas del encuentro literario de ‘La Heroica’.

A continuación presentamos un corto resumen de las principales actividades desarrolladas en el marco de nuestro programa de acción social del Plan de Responsabilidad Corporativa 2011:



Educación

Programa Becas de Integración y morrales con útiles escolares

- En el marco de la Copa BBVA-ColSANITAS invitamos a un grupo de 1.700 niñas y niños de diferentes instituciones educativas de Bogotá y Cundinamarca, que pudieron ver por primera vez un partido de tenis profesional y recibir un morral con útiles escolares de manos de nuestro embajador social Óscar Córdoba.

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

- BBVA Colombia se vinculó nuevamente a la campaña de la Alcaldía de Bogotá, Solidaridad por la permanencia, con 5.000 kits educativos a igual número de niñas y niños de instituciones distritales, que por varios años ha facilitado el acceso a la educación en sectores marginales de la capital del país.
- En Sabaneta, Antioquia, entregamos al colegio José Miguel de la Calle, y a los alcaldes de Itagüí, Turbo, Rionegro, La Ceja, Bello y Envigado, una donación por \$315 millones, consistente en becas educativas y morrales con útiles escolares que beneficiaron a más de 2.700 niñas y niños de Antioquia y Medellín.



- En ese mismo acto, continuamos apoyando al colegio Didascalio Madre Josefina Serrano, y como lo hemos hecho desde hace cinco años, entregamos 150 becas educativas con complemento alimentario y 150 morrales con material educativo.
- En Valledupar, BBVA se vinculó a la Fundación Niños del Vallenato e hicimos entrega de aportes para becas educativas por valor de \$50 millones.
- Cúcuta, en Norte de Santander, también recibió la visita de BBVA y a través del embajador del Programa de Becas de Integración Óscar Córdoba, el Hogar de la Joven recibió un paquete integrado por becas y kits educativos por un monto de \$25 millones.

Educación financiera

Una de las acciones más importantes de BBVA presentada el año anterior fue el programa de educación financiera "Adelante con tu futuro", que a través de un aula móvil y de un programa de talleres y módulos, permitirá a más de 12.000 personas durante 2012 adquirir conocimientos básicos en temas financieros, que facilitará organizar sus ingresos y gastos de una manera más eficiente en procura de alcanzar de una mejor forma, sus metas y proyectos.

El proyecto de educación financiera de BBVA tiene origen corporativo y se viene implementando en Colombia, Chile, Perú, Paraguay y Uruguay, con el propósito de vincular al público en general con los conceptos básicos financieros que ayuden a darles un adecuado manejo a las finanzas personales.

Durante 2011 en BBVA Colombia nos preocupamos por este tema y desde comienzos del año empezamos la implementación de un grupo de módulos y sus respectivos desarrollos; estructuramos un programa con diversas etapas, que va desde temas básicos hasta otros más profundos, en donde los conceptos de ahorro, cuenta corriente, tarjetas de crédito, etc., se presentan de manera clara y pedagógica.

En noviembre hicimos la presentación del aula móvil, un bus adecuado con los últimos adelantos tecnológicos de sistemas y de comunicaciones, que permite de manera simultánea a 25 personas recibir los diferentes talleres que conforman la capacitación.

Los talleres, adaptados en cuatro módulos, ofrecen capacitación en temas como ahorro, salud crediticia, seguridad bancaria, canales transaccionales y ahorro para la vejez, que permite a todas las personas, usuarios o no usuarios, tener claro los diversos manejos que se pueden dar de cada una de las líneas que brinda el sistema y que facilita de manera concreta su manejo, programación, utilización y especialmente aporta herramientas para hacer de este, un recurso importante en el desarrollo de las personas y las empresas.

Alianza BBVA-Unicef

Durante 2011 BBVA y Unicef continuaron desarrollando la alianza firmada en 2008 a favor de la educación de la niñez en Colombia, y en unión con el Ministerio de Educación adelantó una serie de iniciativas en varias partes del país; en dicha alianza hay que destacar el papel fundamental de los clientes y usuarios de la red de cajeros automáticos, que han sido fundamentales en la consolidación de los diferentes proyectos que se vienen desarrollando, aportando a Unicef y a esta alianza más de \$3.800 millones.

Dichas ayudas contribuyeron de manera fundamental al proyecto Escuela Busca al Niño, la Niña y al Adolescente, firmado por los miembros de la alianza, además de la Universidad de Cartagena y la alcaldía y que se desarrolló a lo largo del año, permitiendo la búsqueda de más de 1.000 niñas y niños de las zonas marginadas de Cartagena, que pudieron ser reintegrados a las aulas.

Cultura

Salón de Arte BBVA Nuevos Nombres

Banco de la República

Durante 2011, el Salón de Arte BBVA recorrió cuatro ciudades del país, para permitir que sus habitantes conozcan de cerca las más recientes creaciones de los jóvenes artistas que cada día, en diferentes regiones del país, emprenden nuevas formas de asumir el arte y de ver el mundo.

El Salón de Arte BBVA Nuevos nombres Banco de la República, "Ensayos para un mundo perfecto", después de realizar una gira por Bogotá, Medellín, Cali y Cartagena, fue visitado por más de 42.000 personas como parte de su proceso de desarrollo y búsqueda de nuevos talentos.

Es así como "Ensayos para un mundo perfecto", título de esta exposición integrada por 43 artistas de todo el país, está articulado por unas líneas temáticas definidas por la curaduría, a cargo de Carlos Betancourt, quien comenta lo siguiente: "Ensayos para un mundo perfecto" es un proyecto articulado sobre siete líneas fundamentales y que tiene que ver con todo el proceso de aprendizaje; esas líneas son: Repeticiones; Extinción/Ilusión; Paradojas: el eterno retorno; Prueba y error; El arte del fracaso; Nostalgia y accidente, y Tragedia".

La participación de más de 8.000 artistas de todo el territorio colombiano en sus diferentes convocatorias, más de 460 que han expuesto y han aparecido en sus 16 catálogos y exposiciones, y cerca de \$380 millones entregados como incentivo, muestran que el Salón de Arte BBVA se ha consolidado como el programa de estímulos en artes plásticas más antiguo del país patrocinado por la empresa privada.

Hay Festival Cartagena 2011

Por tercera ocasión BBVA Colombia se vinculó a este festival literario trayendo al escritor español Juan José Millás, quien ofreció un conversatorio en Bogotá y otro en Cartagena; así el público colombiano pudo conocer a este escritor, ganador de premios como Planeta, Nadal y Sésamo de Novela, entre otros, y autor de obras como Lo que sé de los hombrecillos, Entre sombras, El mundo y Los objetos nos llaman.



Deporte

Apoyo a deportistas colombianos

Andrés Felipe Muñoz, patinador

En Cali, en septiembre pasado anunciamos nuestra vinculación a la carrera deportiva del patinador vallecaucano Andrés Felipe Muñoz, múltiple campeón de patinaje en la categoría de mayores y plusmarquista en diferentes eventos a escala orbital, especialmente durante los últimos mundiales de Corea, en los cuales se alcanzó a colgar cinco medallas de oro, en diferentes distancias.

Maira Alejandra Vargas, triatleta

En Manizales anunciamos nuestro patrocinio a la triatleta de esa ciudad Maira Alejandra Vargas, reconocida como la Deportista Acord 2010, y dueña de un amplio palmarés internacional y nacional en esta exigente disciplina.

Escuela de formadores BBVA

La Escuela de formadores BBVA es un programa que se desarrolla en Cartagena de Indias en asocio con la Fundación World Coach Colombia, que busca que más niños logren, por medio del deporte, crear un estilo de vida de la mano de sus entrenadores deportivos, a quienes el programa



brindará las capacitaciones y donaciones necesarias para el funcionamiento de las escuelas de formación.

Este programa, que ya involucra a más de 1.800 niños de las zonas de Nelson Mandela, El Pozón, La Boquilla, Tierrabomba, entre otras, caracterizadas por su vulnerabilidad y problemáticas sociales, y a más de 70 profesores de fútbol de las mismas zonas, adelanta una gran labor en procura de minimizar el conflicto entre pandillas existente en dichos barrios y ha logrado, entre otros, permitir que un grupo de esos jóvenes se integre a estudios técnicos en universidades de formación intermedia y en el Sena.

En esta iniciativa nos acompaña nuestro embajador Óscar Córdoba, recordado por su gran pasión futbolera y su responsabilidad de convivencia en los equipos en los que militó.

Carrera Unicef 10K “Corre por la niñez”

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

I Carrera Solidaria BBVA Colombia

Por primera vez en Colombia se cumplió la Carrera Solidaria BBVA, certamen tradicional en España, en donde miles de empleados de esta entidad financiera corren varios kilómetros, con el fin de hacer aportes a diferentes proyectos educativos a escala mundial. La carrera, llevada a cabo en el marco de los IV juegos Deportivos BBVA, se cumplió en Melgar, Tolima, y en ella participaron más de 1.800 empleados de BBVA Colombia, que con su esfuerzo apoyaron a 450 niñas y niños del Instituto Técnico Sumapaz, sede “Rafael Pombo”, de este turístico municipio.

La carrera, que fue liderada por el Presidente de BBVA Colombia, Óscar Cabrera Izquierdo; el exarquero y actual embajador del programa Becas de Integración, Óscar Córdoba; el patinador caleño y plusmarquista Andrés Felipe Muñoz, y gran parte de los integrantes de la junta directiva de la entidad, se desarrolló en varias modalidades que facilitaron la participación de hombres y mujeres, atletas y no atletas, que con los ánimos de los niños beneficiados, recorrieron distancias entre 1,5 y 3,0 kilómetros.





Voluntariado BBVA Colombia

El programa Voluntarios de BBVA Colombia, iniciativa que nace en el marco del Plan de Responsabilidad Corporativa, permite que desde el interior de la empresa se complementen las acciones que desarrollamos a favor de la sociedad, para que empleados y directivos se vinculen de manera directa, con sus capacidades y conocimientos, a la construcción de un futuro mejor para todos.

En este sentido, el programa Voluntarios de BBVA Colombia, durante 2011, se estructuró como área operativa con un equipo de cinco personas, dedicadas a la planeación y desarrollo de proyectos que el presente año se llevarán a cabo; este proceso también participó activamente en el desarrollo de la I Carrera Soliaria BBVA, que se llevó a cabo en Melgar, Tolima. Además, en diciembre pasado, Voluntarios BBVA apoyó a un grupo de nuestros funcionarios del Área de Tesorería y sus familias en la organización de la fiesta de Navidad para un grupo de niños de un hogar del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar del barrio San Antonio Granados, en la Localidad de Suba, celebración que contó con la presencia del embajador del programa Becas de Integración de BBVA, Óscar Córdoba, y de un grupo de animadores que con disfraces, comparsas y mucha música alegraron esta época del año de este grupo de niños.

Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio

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

Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-moon

El Pacto Mundial es un acuerdo nacido en el seno de la ONU, que busca aprovechar la fuerza de la acción colectiva para fomentar la responsabilidad cívica de las empresas, de modo que 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 injectar 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 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 a partir su constitución en 2004.

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

www.pactomundial.org, que recoge información detallada sobre políticas y acciones específicas implantadas para su cumplimiento.

En 2008, con motivo del aniversario 60 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 empleados del grupo con una carta personalizada para cada empleado por parte del presidente del Grupo, animando a su realización.

Mediante esta adhesión, firmada por el presidente del Grupo, BBVA aparece en la lista de las cerca de 250 entidades comprometidas con los Derechos Humanos que se publica en la web de 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.2015unmundomejorparafoana.com).



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

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC) del año 2011 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3) y el Suplemento para el Sector Financiero, así como los indicadores centrales propuestos en dicha guía. Por lo anterior, nuestra revisión no incluyó ninguna verificación de los datos de ejercicios anteriores que se haya incluido para efectos comparativos.

Estándares y procesos de verificación

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

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

- Reuniones con el personal del BBVA Colombia para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IARC 2011.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en la Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales y los indicadores del Suplemento para el Sector Financiero incluidos en el IARC corresponden a los recomendados por dicho estándar.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra de información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IARC 2011 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 2011 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3) y el Suplemento para el Sector Financiero del GRI.

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

Recomendaciones

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

- Continuar trabajando para fortalecer la presentación de información ambiental consolidada de todas sus operaciones en Colombia.
- Continuar avanzando en fortalecer el proceso de reporte de los Indicadores del Suplemento del Sector Financiero del GRI, los cuales reflejan las mejores prácticas del sector en términos de sostenibilidad.

Responsabilidades de la Dirección de BBVA y de Deloitte

- La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2011, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Dirección de Comunicación e Imagen de BBVA, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de BBVA de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de BBVA.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.

Jorge Enrique Múnera D
Socio

Bogotá, marzo de 2012

Una firma miembro de
Deloitte Touche Tohmatsu

Criterios del Informe

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

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

Desde 2007, BBVA elabora anualmente el Informe de Responsabilidad Corporativa. La presente información corresponde al Banco BBVA, tal y como se define en el Informe Anual para 2011, que incluye datos comparativos referentes a 2010 y 2011, 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 por 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 2011 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), con el reporte tanto de los indicadores centrales como los del sector financiero.

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

Rigor y verificación

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

Indicadores GRI

PERFIL PAGINA			
1. Estrategia y Análisis			
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	4	
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	22,32-33	
2. Perfil de la organización			
2.1	Nombre de la organización	2	
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	6,7	
2.3	Estructura operativa de la organización.	10	
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	CCP	
2.5	Número de países en los que opera la organización		BBVA opera actualmente en 32 países
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	6,7	
2.7	Mercados servidos.	6,7	
2.8	Dimensiones de la organización informante.	6,7	

2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	6,7	
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.		"Mejor entidad del país en la provisión de servicios de Cash Management que hacen uso de este tipo de servicios por la Revista Euromoney
3. Parámetros de la memoria			
PERFIL DE LA MEMORIA			
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	2	Cubre el periodo Enero 2011 a Diciembre 2011
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	103,104	
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	103,104	
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	CCP	
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA			
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	29,30,31,32,33	
3.6	Cobertura de la memoria.	6,7	El informe que se presenta corresponde a las empresas de BBVA en Colombia. En los indicadores se indica el alcance de la información
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	103,104	El informe que se presenta corresponde a las empresas de BBVA en Colombia. En los indicadores se indica el alcance de la información
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	6,7	Para el informe se siguieron los lineamientos definidos por el Banco BBVA en España.
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	103,104	
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.	103,104	
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	103,104	

ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI			
3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	104-110	
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.	102	
4	Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés		
GOBIERNO			
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	19,20, IA	
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	IGC	El presidente del Banco BBVA en Colombia es no es el presidente de la Junta Directiva.
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	IGC	
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	IGC	
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	IGC	
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	IGC	
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	IGC	
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	12,23-27,85	

4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	IGC	
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	15-22	
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS			
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	22	
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	91-99	
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	25-27	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	29-30	
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	30-33	
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.	30	
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.	31	
Dimensión Económica			
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN			
Desempeño económico			
EC1.	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	28	
EC2.	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	62-65,85-90	

EC3.	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.		En Colombia el BBVA no ofrece un plan de jubilación a sus empleados. Cumple con los aportes legales destinados para las pensiones de sus empleados.
EC4.	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.		No se identificaron ayudas financieras significativas recibidas del Gobierno
PRESENCIA EN EL MERCADO			
EC6.	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas .	82-83	
EC7.	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas .		"92% miembros Equipo Directivo con nacionalidad colombiana 54% miembros del Comité de Dirección con nacionalidad colombiana"
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.	85-90	
Dimensión Ambiental (a) Páginas Alcance de verificación			
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN			
Materiales			
EN1.	Materiales utilizados en peso o en volumen.	86-87	
EN2.	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.		El 100% de papel que utiliza las empresas de BBVA en Colombia es respetuoso con el medio ambiente
Energía			
EN3.	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	87	
Biodiversidad			
EN11.	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.		No material: Oficinas en zonas urbanas
EN12.	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.		No material: Oficinas en zonas urbanas

Emisiones, vertidos y residuos			
EN16.	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	86	
EN17.	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	86	
EN19.	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.		Cambio de aires acondicionados: Compra de aires acondicionados que funcionan con refrigerante R-410 que no afecta la capa de ozono.
EN20.	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.		No material: NOx y SOx solo se genera cuando el personal del BBVA viaja.
EN21.	Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino		No material: Oficinas en zonas urbanas
EN22.	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	86	
EN23.	EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos		No material: Oficinas en zonas urbanas
Productos y servicios			
EN26.	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	87-90	
EN27.	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.		No material: El BBVA no es responsable del empaque de los productos.
Cumplimiento normativo			
EN28.	Costes de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		No existen sanciones significativas por parte de las autoridades competentes.
Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo			
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN			
Empleo			
LA1.	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	67	
LA2.	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.		709 Número de retiros de empleados de BBVA en Colombia durante 2011
Relaciones Empresa/Trabajadores			
LA4.	Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	79	

LA5.	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.		No se tiene definido un periodo mínimo de preaviso relativo a cambios en la organización. Ante cambios relevantes de la organización se cuenta con mecanismos para comunicar dichos cambios a los empleados.
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.	78-79	
	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.	78	
Formación y Educación			
LA10.	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	66-70	
Diversidad e igualdad de oportunidades			
LA13.	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	67	
LA14.	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	67	
Dimensión Social: Derechos Humanos			
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN			
Prácticas de inversión y aprovisionamientos			
HR1.	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	40-43	
HR2.	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	82-83	
No discriminación			
HR4.	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.		No hay sanciones relacionadas con incidentes de discriminación Se valida con los mecanismos de canales de denuncia (Actitud Responsable)

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.		BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas , la normativa básica de la Organización Internacional del Trabajo y las líneas directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales. La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, por ello es improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o grandes riesgos sobre la libertad de asociación.
Explotación Infantil			
HR6.	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.		BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas , la normativa básica de la Organización Internacional del Trabajo y las líneas directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales. La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, por ello es improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o grandes riesgos sobre la libertad de asociación.
Trabajos Forzados			
HR7.	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.		BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas , la normativa básica de la Organización Internacional del Trabajo y las líneas directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales. La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, por ello es improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o grandes riesgos sobre la libertad de asociación.

Dimensión Social: Sociedad (d) Páginas Alcance de verificación			
Comunidad			
SO1.	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa .	91-99	
Corrupción			
SO2.	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.		132 sucursales de Banco y Unidad Previsional fueron visitadas con el propósito de verificar variables de seguridad física y electrónica, tomar los correctivos necesarios y actualizar el Mapa de Riesgos.
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN			
SO3.	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	44	
SO4.	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.		Se cuenta con un Comité disciplinario que toma las decisiones de sanciones en caso de presentarse incidentes de corrupción
Política Pública			
SO5.	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".		De acuerdo a la ley 1328 de 2009 se esta implementando el manual de procedimiento del SAC (Sistema de atención del consumidor financiero), el Banco se encuentra implementandolo y se consideran temas como: Educación financiera y Language claro. El BBVA se ajusta a las nuevas disposiciones legales y las adapta a su negocio.
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.		No hay sanciones significativas en 2011
Dimensión Social: Responsabilidad de producto (e) Páginas Alcance de verificación			
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN			
Salud y Seguridad Del Cliente			
PR1.	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	55	

De Productos Y Servicios			
PR3.	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.		"El Banco en su pagina Web actualiza mensualmente los costos de sus productos financieros, para claridad de sus clientes al momento de tomar la decisión de tener un producto del Banco.
PR5.	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	46	
Comunicaciones De Marketing			
PR6.	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.		Hay dos lineamientos: 1) El área jurídica verifica que las comunicaciones se ajusten a la Ley 2) Para el caso de publicidad para temas hipotecarios, existe una supervisión previa de la Superintendencia Financiera
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.		No hay sanciones significativas en 2011
INDICADORES DEL SECTOR FINANCIERO			
Impacto de productos y servicios			
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN			
FS1.	Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	42-44	"En BBVA existe una Política específica para la financiación del sector defensa En BBVA existe una Política específica para la Prevención del Blanqueo de Capitales / SARLAFT Política para la evaluación de nuevos proyectos utilizando el manual de riesgo medioambiental y social. "
FS2.	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	40-42	
FS3.	Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	40-42	
FS4.	Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio.		Se realizó curso corporativo sobre Responsabilidad Corporativa por parte de 7 empleados en 2011.
FS5.	Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.	29-33	

Cartera del Producto			
FS6.	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, pyme, microempresa) y sector.	9	
FS7.	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	34-37	
FS8.	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	62-65, 87-90	
Auditoría			
FS9.	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.		La organización evaluará implementar sistemas de auditoría para la evaluación de sus políticas de gestión de riesgos sociales y ambientales una vez su Manual de Riesgo medioambiental y social se consolide en la organización.
Gestión Activa De La Propiedad			
FS10.	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	42-44	
FS11.	FS11 Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	40-42	
FS12.	Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.		Por el momento BBVA Colombia no tiene políticas formales de voto relativas a asuntos sociales o ambientales, más allá de tener presentes los principios corporativos y compromisos asumidos de actuación en esta materia.
Comunidad			
FS13.	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	6,7	
FS14.	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	34	
Salud Y Seguridad Del Cliente			
FS15.	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	12,15,16,44	
Comunicaciones De Marketing			
FS16.	Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario.	16-18	

Leyenda

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



Coordinación General:

Área de Comunicación e Imagen
josealberto.rodriguez@bbva.com.co • mauricio.floresmarin@bbva.com.co • liliana.corrales@bbva.com.co

Diseño:

BBVA
www.bbva.com.co

Diagramación y Armada Electrónica
Marketing Group D+C Ltda. / Alvaro Molina P.

Fotografía

Banco de Imágenes BBVA

Impresión

Editora Géminis Ltda.

BBVA

adelante.