



Informe de Responsabilidad Corporativa 2015

Colombia

Índice

Carta del Presidente	3
Perfil BBVA Colombia	5
Propósito y Política	12
Sistemas de gobierno	15
Materialidad y diálogo con Grupos de Interés	25
Impacto en la sociedad	32
Comunicación TCR	36
Educación financiera	37
Productos de alto impacto social	40
Gestión responsable de clientes	46
Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	53
Proveedores	56
Equipo	58
Sociedad	61
Criterios y estándares de la información	69

[Carta del Presidente](#)[Perfil BBVA Colombia](#)[Propósito y Política](#)[Sistemas de gobierno](#)[Materialidad y diálogo con grupos de interés](#)[Impacto en la sociedad](#)[Comunicación TCR](#)[Educación financiera](#)[Productos de alto impacto social](#)[Gestión responsable de clientes](#)[Riesgos sociales, ambientales y reputacionales](#)[Proveedores](#)[Equipo](#)[Sociedad](#)[Criterios y estándares de la información](#)

Carta del Presidente

Para BBVA Colombia llegar a su noveno Informe de Responsabilidad Corporativa, no solo es motivo de orgullo por lo que significa, sino que también es una muestra representativa de lo que hemos venido construyendo en estos años de permanencia en el país.

Este informe que cada año pone sobre la mesa el avance de nuestras iniciativas, con las que nos vinculamos al desarrollo social de Colombia, es una muestra también de nuestro crecimiento y solidez pues en él plasmamos nuestro compromiso público de invertir el 1% de nuestras utilidades anuales, porcentaje que cada año aumentamos con creces.

En BBVA creemos en un modo diferencial de hacer banca. Son muchas las cosas que hay que mejorar, pero tenemos claro que ser rentables no pasa por hacer negocio de cualquier modo. Por eso hablamos de rentabilidad ajustada a principios.

Y en estos tiempos en donde BBVA le apuesta ser cada día un banco más digital, de manera paralela buscamos consolidarnos como el Banco de la educación en Colombia, empeño en el que hemos encontrado aliados fundamentales como el Ministerio de Educación, entidad con la que desarrollamos varios proyectos de manera exitosa por su cobertura, calidad y alcance de futuro que tiene.

En BBVA creemos en un modo
diferencial de hacer banca.

Y así como en el sector público encontramos aliados de quilates, en el sector privado son varias las fundaciones a las que nos hemos unido para llevar educación superior, educación

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información



técnica y emprendimiento, entre otros programas que día a día consolidamos más.

Por eso tenemos una banca en la que nuestra actividad financiera la desarrollamos pensando en las personas, nuestros empleados cada vez están más comprometidos en impulsar una cultura de apoyo social y valores compartidos y aportamos a la sociedad educación y ciencia, como pilares fundamentales del desarrollo involucrando también a nuestros clientes como las pymes, a las que en 2015 les entregamos capacitación presencial y virtual y que además premiamos por su prácticas empresariales y medio ambientales.

Estos resultados claramente tienen que ver con nuestra situación en el mercado financiero colombiano en el que hemos venido consolidándonos y que nos ha permitido en 2015 terminar nuestro plan de expansión con la apertura de 100 oficinas más, la instalación de 290 cajeros automáticos adicionales, cerca de 7.200 corresponsales bancarios.

Por eso el informe que hoy ponemos en sus manos refleja la gran apuesta que hacemos por Colombia, por su desarrollo social y económico; es un reflejo del optimismo que tenemos por esta economía y por este país y sobre todo por sus gentes que nos hacen sentir orgullosos cada día de hacer parte de su futuro.

Adelante

Oscar Cabrera Izquierdo
Presidente BBVA Colombia

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

Perfil BBVA Colombia

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.

De igual forma, existen otras empresas del Grupo BBVA en Colombia: Compañía de Seguros BBVA Seguros Generales S.A. y BBVA Seguros de Vida S.A.

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 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
BBV América SL	19,23 %
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.	76,20 %
Otros	4,57 %
Total	100,00 %

Perfil BBVA Colombia

Principales hitos de BBVA Colombia

- 1** Crecimiento de la actividad en un entorno económico de menor dinamismo, generando \$604 m.M. de Beneficio Neto.
- 2** Crecimiento acompañado de una **calidad crediticia que supera los indicadores del sector.**
- 3** Excelente desempeño para las líneas de consumo, donde **BBVA se ubicó en el primer lugar del sector financiero colombiano** con relación al total consumo.
- 4** Crecimiento de los clientes digitales (+21,8%) y móviles (+82,2%), que refleja el avance hacia **un banco cada vez más digital.**
- 5** Como resultado del **plan de expansión BBVA Colombia** cerró el año con 421 oficinas, 1.300 ATM's, 7.136 CBs y una plantilla de 5.713 empleados.
- 6** Exitosa emisión de bonos en el mercado internacional por USD \$400 millones.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información



Perfil BBVA Colombia

Datos relevantes de BBVA Colombia

	2013	2014	2015	Var.\$
Balance BBVA Colombia (En Miles de Millones de Pesos)				
Activo Total	34.871	41.654	50.184	8.530
Recursos Gestionados	28.561	33.639	39.821	6.182
Inversión Crediticia Neta	25.122	30.040	35.663	5.623
Fondos Propios	3.115	3.458	3.819	361
Cuenta de Resultados BBVA Colombia (En Miles de Millones de Pesos)				
Ingreso Neto por Intereses	1.694	1.926	2.182	255
Ingreso Neto por Comisiones	153	145	136	-9
Otros Ingresos de Operación	381	385	366	-19
Gastos de Personal	434	472	466	-6
Gastos Generales	369	271	298	26
Utilidad Antes de Impuestos	738	866	925	59
Utilidad Después de Impuestos	526	602	604	2

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

	2013	2014	2015	Var.\$
Ratios				
ROE	17,82%	14,89%	16,91% **	202
ROA	1,55%	1,26%	1,34% **	8
Morosidad	1,25%	1,43%	1,58%	15
Cobertura de Mora	264,54%	234,53%	213,33%	-2.119
Cuotas de Mercado				
Depósitos	10,89%	11,33%	11,40% **	7
Colocaciones (Cart. Bruta + Tit.)	9,72%	10,08%	10,18% **	9
Depósitos + Colocaciones	10,30%	10,68%	10,76% **	8
Otros Datos				
Empleados	5.359	5.567	5.713	146
Oficinas Banca Comercial	344	385	390	5
Oficinas Corporate & Investment Banking	3	3	3	-
Oficinas Banca de Empresas	13	13	14	1
Oficinas Banca Institucional	1	1	1	-
Oficinas Banca Personal	7	9	12	3
Oficinas Banca Premium	1	1	1	-
Otros Puntos de Servicio (Agencias, In houses, Kioskos)	99	101	106	5
Corresponsales Bancarios (Puntos)	1.218	11.160	7.136	-4.024
Cajeros Automáticos	1.125	1.210	1.300	90

* Cuenta de Resultados según aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y metodología SFC, no comparable con la información publicada en 2014

** Última información reportada por la SFC a octubre 2015

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

Perfil BBVA Colombia

Indicadores clave de banca responsable

Indicadores	2013	2014	2015
Económicos (millones de pesos)			
Valor económico generado (millones de pesos)	\$ 1.980.732	\$ 2.173.610	\$ 2.683.743
Valor económico distribuido (millones de pesos)	\$ 1.254.416	\$ 1.358.709	\$ 1.827.020
Valor económico retenido (millones de pesos)	\$ 726.316	\$ 814.901	\$ 856.723
Sociales			
Inversión en programas sociales (millones de pesos)	5.967	5.965	6.710*
Beneficio atribuido dedicado a programas sociales (%)	1	1	1
Número personas beneficiadas por programas de educación financiera	12.316	18.719	38.510
Número de estudiantes beneficiados por el programa Escuela para el Emprendimiento BBVA	29.380	40.000	45.000
Número personas beneficiadas por programas "Niños Adelante"	9.380	10.333	18.963
Número de emprendedores apoyados por la fundación Microfinanzas (Bancamía)	604.603	698.642	785.535
Reclamaciones de clientes	47.037	42.659	39.876
Capital Humano			
Empleados	6.019	6.678	7.268
Diversidad de género de los empleados (mujeres/total de la plantilla; %)	57,50%	59%	58,8%
Diversidad de género en la alta dirección (mujeres/total de la alta dirección; %)	NA	24%	22%
Edad media de empleados (años)	36	36,5	36,6
Estabilidad laboral (% empleo fijo)	93,45	93,55	92,5
Absentismo (%)	1,02%	1,47	2,2
Puestos de trabajo netos creados	260	659	37
Antigüedad laboral (años)	9,9	11,4	11,4
Horas de formación por empleado	84	58	66,6
Participantes en iniciativas de voluntariado que son empleados de BBVA	350	297	0
Medioambientales			
Emisiones CO2 alcance 1 (Ton.)	48.157	52.545	22.570
Emisiones CO2 alcance 2 (Ton.)	NA	6.795	5.939

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

Indicadores	2013	2014	2015
Emisiones CO2 alcance 3 (Ton.)	649	799	700
Consumo de papel por persona (Kg)	61	62	41
Consumo total de Gasoleo por persona (Lts)	2	4	4
Consumo de electricidad por persona (MWh)	5.514	4.838	3.885
Consumo de agua por persona (m3)	20,7	23	22
Residuos de papel gestionados (Kg)	43.488	31.582	25.595
Residuos de tóner gestionados (Kg)	2.648	3.214	2.489
Otros residuos gestionados (Kg)	23.384	29.700	39.804
Gobierno Corporativo			
Junta Directiva	5	5	5
Miembros Independientes	2	2	2
Nombramientos	NO	NO	NO
Diversidad de género en el Comité de Dirección (mujeres/total de CD; %)	11,10%	20%	20%
Proveedores			
Número de negociaciones On-Line por Adquira	718	668	524
Número de peticiones registradas en Neon	208	192	380
Numero de Peticiones registradas por GPS	NA	NA	1.060
Proveedores Homologados al cierre del año	648	752	506
Incremento de Proveedores	-0,18	0,16	7,00%

* Inversión en programas sociales + costos de personal

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

Perfil BBVA Colombia

Estructura de negocio

Para BBVA Colombia continúa siendo una prioridad que sus acciones conduzcan, cada día, a que un mayor porcentaje de la población tenga acceso a los servicios financieros. Por ello, y bajo un ambicioso plan de expansión BBVA creció su presencia en 527 oficinas o puntos de atención, 1.300 cajeros automáticos y 7.136 corresponsales bancarios en las principales ciudades del país.

La red de oficinas de BBVA Colombia se encuentra en 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 Colombia 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.



Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

Perfil BBVA Colombia

Organigrama del banco



Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Propósito y Política

Propósito y Política

Propósito

El proceso de transformación digital de BBVA ha experimentado un importante avance en 2015, año en el que se ha definido, entre otras cosas, la nueva estrategia y estructura organizativa.

Nuestro modelo de negocio está orientado al cliente, ofreciéndole un servicio diferencial con un objetivo muy ambicioso: ser líderes en satisfacción de la clientela en todas las geografías en las que operamos.

Estamos asistiendo a un nuevo entorno para la industria financiera que supone un gran desafío para los integrantes de este sector. Transformation journey: La transformación desde y para el cliente es la manera que BBVA tiene de afrontar este nuevo entorno.

En 2015, se ha definido un nuevo Propósito: poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era. Antepone el verbo “poner al alcance” para reflejar nuestro papel facilitador.

Estamos aquí para proporcionar acceso al dinero, las herramientas, los productos y el asesoramiento. Queremos ayudar a las personas a que gestionen mejor su dinero, a que estén mejor informados. Estamos aquí para facilitarles esa oportunidad.

Incorporamos el universo “todos” porque queremos un propósito inclusivo, que las oportunidades sean accesibles a las personas, a las familias, a los emprendedores, a los propietarios de empresas, a las startups y a las corporaciones públicas y privadas, así como a nuestros empleados.

“Las oportunidades de esta nueva era”, enmarca este momento en el tiempo; no por la tecnología en sí, sino por el gran beneficio que la tecnología aporta a la sociedad ya las personas en todos los rincones del mundo.

En definitiva, nuestro Propósito es nuestra razón de ser, que sirve para inspirar y motivar a toda la Organización, y debe guiar nuestra estrategia y toma de decisiones.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Propósito y Política

Política de Responsabilidad Corporativa

A través de su política de Responsabilidad Social Corporativa, BBVA asume principalmente los siguientes compromisos:

- 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 esté presente mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente relacionadas con la educación.

La política establece las directrices que deben regir las actuaciones del Grupo en materia de RSC, y que son:

- 1 Realizar nuestra actividad financiera pensando en las personas.
- 2 Establecer relaciones equilibradas con nuestros clientes y con orientación a largo plazo.
- 3 Ayudar a que nuestros clientes tomen siempre decisiones informadas a través de una comunicación transparente, clara y responsable y de Educación Financiera.
- 4 Ofrecer productos y servicios de alto impacto social adaptados a las necesidades de nuestros clientes y al contexto en el que viven.
- 5 Promover la inclusión financiera y la universalización del acceso responsable a los servicios financieros.
- 6 Impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre los empleados del Grupo.
- 7 Apoyar al desarrollo de las sociedades donde estamos presentes a través de la actividad financiera, así como mediante los programas sociales con foco en la educación y el conocimiento.

La política de RSC ha sido actualizada en 2014 y aprobada por el Consejo de Administración, quien tiene atribuida esta función, de acuerdo con su Reglamento. Además, el Consejo de Administración recibe el reporte de la implantación y concreción de la política anualmente.

La Política de RSC se desarrolla y complementa a través de una serie de políticas específicas, normas y compromisos que garantizan el adecuado cumplimiento de esta Política global en sus correspondientes ámbitos de aplicación.

Plan de Negocio Responsable

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

El entorno actual representa sin duda un reto para el sector financiero. La actividad financiera sufre una pérdida de su legitimidad social. Una pérdida de alcance global, con carácter permanente y unido a una creciente exigencia de responsabilidades. Además, la presión en la regulación del sector, especialmente en materia de protección del cliente, es creciente.

Bajo este contexto, en BBVA creemos en un modo diferencial de hacer banca. Somos conscientes de que hay muchas cosas que mejorar, pero tenemos claro que ser rentables no pasa por hacer negocio de cualquier modo. Por eso hablamos de rentabilidad ajustada a principios.

Esta ha sido la gran motivación que nos ha impulsado a trabajar en la estrategia de Negocio Responsable, aprobada en 2014, que nace con el reto de diferenciarnos y reconquistar la confianza de la sociedad.

La estrategia de Negocio Responsable gira en torno a tres grandes ejes interdependientes que definen su marco estratégico:

- **Clientes:** banca para personas. Consiste en realizar nuestra actividad financiera pensando en las personas.
- **Empleados comprometidos:** Consiste en impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre los empleados del Banco.
- **Sociedad:** educación y cultura. Consiste en desarrollar actuaciones fundamentalmente en educación, pero también en cultura.

Una vez definido este marco estratégico, se realizó con la participación de más de 400 directivos de todo el Grupo BBVA, la definición de las tres prioridades estratégicas:

Comunicación Transparente, Clara y Responsable: La transparencia y la claridad son fundamentales para ayudar a que las personas entiendan siempre los productos que contratan. Toda comunicación con el cliente, cualquier documento o contrato debe ser claro y transparente. Para lograrlo, el banco está desarrollando fichas para facilitar la toma de decisiones en la contratación de productos, así como nuevos contratos que estarán redactados pensando en el cliente, con un lenguaje sencillo, riguroso y preciso.

Educación Financiera: Es la prioridad estratégica de los programas sociales, a través de:

- Cultura financiera para preparar a niños y jóvenes para su futuro.
- Educación Financiera para adultos, que junto a la Comunicación TCR, es la otra pieza para que el cliente tome decisiones informadas.
- Formación en finanzas y habilidades para los negocios para pymes, las cuales juegan un rol importante en el desarrollo del tejido económico-empresarial del país.

Productos de alto impacto social: Supone el desarrollo de productos financieros de alto impacto social, esto es, productos en los que se integran atributos sociales diferenciales. Productos que impulsen el crecimiento, la inclusión financiera y den respuesta a personas con necesidades especiales.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Sistemas de gobierno

Sistemas de gobierno

Gobierno Corporativo

El Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA Colombia se encuentra en línea con las recomendaciones y tendencias internacionales, corporativas y locales; sus principios y elementos se recogen en el Código de Gobierno Corporativo, el Reglamento de la Asamblea General de Accionistas en el que se regula su funcionamiento, facultades y los derechos de los accionistas; el Reglamento de la Junta Directiva y en los reglamentos de los Comités de apoyo a la Junta. Lo anterior, complementado 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 los directivos, administradores y empleados.

El Sistema de Gobierno Corporativo descansa fundamentalmente en la distribución de funciones entre la Junta Directiva y sus diferentes comités de apoyo, cada uno con funciones específicas: Comité de Auditoría, de Responsabilidad Corporativa, de Gobierno Corporativo y de Nominaciones y Retribuciones, y en un adecuado proceso de toma de decisiones.

De conformidad con los Estatutos Sociales del Banco, la Junta Directiva constituye el órgano natural de administración, gestión y vigilancia de la Sociedad y se encuentra conformada por cinco Directores Principales, dos de los cuales son independientes, quienes se encuentran al tanto de la responsabilidad que implica el manejo de los diferentes riesgos y conocen de los procesos y la

estructura de negocios del Banco, permitiéndoles brindar el apoyo y seguimiento debidos.

En materia de riesgos, corresponde a la Junta Directiva del Banco aprobar la política de control y gestión de riesgos, definir el perfil de riesgo deseado para la entidad, así como el seguimiento periódico de los sistemas internos de información y control. Para el mejor ejercicio de esta función la Junta cuenta con sus Comités de apoyo, los Comités de Riesgos (Comité Central de Riesgos - CCR y el Comité Técnico de Operaciones - CTO) y otros actores principales en la gestión de riesgos, como las Unidades de Riesgos de las áreas de negocio, cada una de ellas con roles y responsabilidades bien definidas.

En cada sesión ordinaria de Junta Directiva se reportan las posiciones de riesgos de la entidad de forma clara, concisa, ágil y precisa, indicando las exposiciones por tipo de riesgo, por área de negocio y por portafolio y las operaciones con empresas o personas vinculadas con el Banco.

La función de riesgos en la entidad es única e independiente, cuyos principios son: los riesgos asumidos deben ser compatibles con el nivel de solvencia objetivo, tienen que estar identificados, medidos y valorados y deben existir procedimientos para su seguimiento y gestión, además de sólidos mecanismos de control y mitigación; todos los riesgos deben ser gestionados de forma integrada durante su ciclo de vida, dándoles un tratamiento diferenciado en función de su tipología; el modelo de integración

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobiernoMaterialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

de riesgos reconoce la diversificación entre los distintos tipos de riesgos, crédito, mercado, liquidez, operacional, etc.; las áreas de negocio son responsables por proponer y mantener el perfil de riesgo dentro de su autonomía y del marco de actuación (definido como el conjunto de políticas y procedimientos de riesgos). La infraestructura de riesgos es adecuada en términos de Recurso Humano, herramientas y tecnología, sistemas de información, metodologías para la medición de los diferentes tipos de riesgos y procedimientos, lo que facilita la definición clara de roles y responsabilidades, asegurando la independencia entre las áreas de negociación, control de riesgos y contabilización, así como la asignación eficiente de recursos.

El Sistema de gestión integral de los riesgos se estructura sobre tres ejes: I) un conjunto de herramientas, circuitos y procedimientos que configuran los esquemas de gestión diferenciados; II) un sistema de controles internos y, III) un esquema corporativo de gobierno de riesgo, con separación de funciones y responsabilidades.

La gestión del riesgo evoluciona hacia un nuevo modelo establecido corporativamente, con la implantación los especialistas en el modelo de riesgo operacional, la consolidación de la aplicación corporativa STORM (Support Tool for Operational Risk Management) y el cálculo del Indicador de Riesgo Operacional – IRO, que evalúa la tolerancia a este riesgo, destacando que tanto las áreas de negocio o de soporte tienen, a su vez, gestores de riesgo operacional, que son los encargados de implantar el modelo en el día a día de las áreas. De esta forma se dispone de una visión junto al proceso, que es donde se identifican y priorizan los riesgos y se toman las decisiones de mitigación oportuna.

El Comité de Auditoría y Cumplimiento de BBVA Colombia se encuentra integrado por tres miembros de la Junta Directiva, dos de los cuales tienen la calidad de independientes. Durante el año 2015, el Comité apoyó la gestión de la Junta Directiva a través de diferentes reuniones en las cuales también participaron la Revisoría Fiscal, el Oficial de Cumplimiento y el Auditor Interno entre otros, asegurando y manteniendo una línea de comunicación permanente de esta instancia con la Junta Directiva y la Administración del Banco.

El Comité realizó todas las actividades necesarias para dar cumplimiento a las funciones asignadas por la regulación local vigente, los Estatutos y su Reglamento. Las principales actividades que desarrolló durante el año 2015 fueron las siguientes:

- Realizó cuatro sesiones de conformidad con su Reglamento.
- Aprobó el Plan de Auditoría interna 2015, el cual se encuentra orientado a la identificación y gestión de riesgos en los principales procesos del Banco.
- Aprobó la actualización del Estatuto de Auditoría Interna, el cual se adaptó a la nueva estructura y funciones de acuerdo con los nuevos modelos de supervisión.
- Analizó el funcionamiento de los sistemas de información, su confiabilidad e integridad para la toma de decisiones y estuvo atento de la preparación, presentación y revelación de la información financiera, para que esta se ajustara a la regulación vigente, verificando que existieran los controles necesarios.
- Estudió los Estados Financieros junto con sus notas, dictámenes, observaciones de las entidades de control y demás documentos relacionados.
- Efectuó seguimiento a los niveles de exposición de riesgo, las medidas adoptadas para su control o mitigación y presentó a la Junta Directiva un informe sobre los aspectos más relevantes de esta gestión.
- Analizó los informes sobre la efectividad del Sistema de Control Interno realizados por los entes de control.
- Analizó el monitoreo al SARLAFT (Sistema de Administración de Riesgo de Lavado de Activos y Financiación al Terrorismo) y recomendó el seguimiento a las acciones de mejora en la infraestructura tecnológica y los procesos de gestión.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

- Analizó los informes preparados por la firma Deloitte & Touche Ltda. - Revisor Fiscal -, respecto del plan de trabajo presentado a desarrollar en el año 2015.
- Realizó seguimiento respecto de la implantación de las recomendaciones efectuadas por la Revisoría Fiscal y la Auditoría Interna.

Finalmente, el Comité también verificó que tanto la Auditoría Interna, como la Revisoría Fiscal monitorearan que: I) las operaciones con terceros y con vinculadas del Banco se realizaron dentro de los límites en condiciones de mercado; II) que el Sistema de Control Interno implementado por el Banco cumplió razonablemente con los criterios establecidos por la Superintendencia Financiera de Colombia en la Circular Externa 038 de 2009 y, III) que no se presentaran deficiencias materiales que afectaran los Estados Financieros ni el Informe de Gestión.

Sistemas de gobierno

Sistema de cumplimiento

La Función de Cumplimiento se incorpora en la cultura de BBVA Colombia y debe verse como parte integral de las actividades de negocio y apoyo establecidas para el desarrollo y logro del objeto social.

El riesgo de cumplimiento se define como la posibilidad de que el Banco sea objeto de sanciones legales o normativas, pérdidas financieras materiales o pérdida de reputación, como consecuencia de incumplir con las leyes, regulaciones, normas, estándares de auto-regulación de la organización y códigos de conducta aplicables a sus actividades. En BBVA, este riesgo se ha acotado en cuatro cuestiones fundamentales:

Reconocimiento IR (Investor Relations)

El pasado 23 de septiembre de 2015 le fue otorgado a BBVA Colombia S.A., por tercera vez consecutiva, el Reconocimiento IR (Investor Relations), iniciativa impulsada por la Bolsa de Valores de Colombia (BVC) con el fin de promover entre los emisores del mercado de valores colombiano la adopción voluntaria de prácticas que optimicen la relación con sus inversionistas.

Como consecuencia de las medidas adoptadas, BBVA Colombia cuenta al día de hoy con un canal de comunicación directa con los inversores como grupo de interés, el cual le permite posicionarse como el principal banco extranjero en el país y reiterar su compromiso con la implementación de buenas prácticas en materia de revelación de información y gobierno corporativo, fortaleciendo la seguridad, confianza y credibilidad entre la comunidad inversionista nacional e internacional.

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

Durante el año 2015 se cumplieron a cabalidad los objetivos del Área, que se enfocaron en aspectos como: gestionar y mitigar adecuadamente los riesgos del ámbito de Cumplimiento, activa participación en el Comité de Nuevos Productos, brindar apoyo

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

y acompañamiento a la gestión comercial del Banco y demás empresas de BBVA en Colombia, estricto cumplimiento en el envío de reportes internos y externos, atención oportuna de los requerimientos de las entidades de control y vigilancia del Estado y formación a todos los empleados en los temas relacionados con la función de cumplimiento.

Para lo anterior, BBVA Colombia cuenta con un Área de Cumplimiento, conformada por un grupo interdisciplinario de profesionales que se encargan de liderar la gestión de las cuestiones de cumplimiento mencionadas, en coordinación con las responsabilidades que en estas materias asumen el resto de empleados y áreas del Banco.

Sistemas de gobierno

Prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo

Teniendo en cuenta nuestra responsabilidad de contribuir con actuaciones al progreso y desarrollo sostenible de la sociedad, BBVA Colombia ejecutó importantes actividades enfocadas a evitar que fondos de origen ilícito accedan y utilicen el Sistema Financiero, para ello continuó con el fortalecimiento de sus políticas para el Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Financiación del Terrorismo.

Se destacan las siguientes actividades:

- Se fortaleció al interior del Banco la plantilla del Área de Cumplimiento, con la aprobación de la contratación de dos nuevos recursos, a efectos de atender de manera inicial las nuevas exigencias del dimensionamiento de la función en el ámbito de PLD.
- Se emitió la nueva política de vinculación de campañas políticas y de actividades de alto riesgo, con el propósito de actualizar sus requisitos de vinculación, especialmente en lo referente a los requerimientos que dichas actividades deben cumplir para ejercer su objeto social de manera lícita.
- La metodología de segmentación de los factores de riesgo clientes y productos se robusteció con la inclusión de nuevas variables y la asignación de nuevos pesos.
- Se realizaron ajustes tendientes a mejorar el ambiente de control basado en la unificación de criterios tales como homogenización de riesgos y controles en las entidades de BBVA en Colombia.
- Se estableció la metodología para integrar el perfil de riesgo consolidado de LAFT con los resultados de la segmentación de riesgos.
- Se desarrolló e implantó en producción la tabla única de Personas Públicamente Expuestas - PEP's - , optimizando el control de vinculación por parte de las oficinas y el monitoreo especial por parte del Área de Cumplimiento sobre este colectivo de clientes.
- Se implantó en producción la nueva herramienta corporativa Risk Based Approach.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

- Se atendieron oportunamente los requerimientos de la Superintendencia Financiera de Colombia, así como los requerimientos de información de los organismos de investigación.
- Se ejecutó el plan de formación, aplicando estrategias virtuales y presenciales, con un cubrimiento superior al 90% de los empleados del Banco. Tanto en la programación de participantes como en los contenidos de los cursos, se prestó especial atención a las necesidades de aquellos empleados que se desempeñan en las áreas de mayor riesgo.
- Se atendieron los planes acción de los entes de control dentro de los plazos establecidos.
- Se llevó a cabo en Compliance Testing del adecuado funcionamiento del SARLAFT, realizando visitas tanto en Bogotá como a nivel nacional.

Sistemas de gobierno

Auditoría Interna

El BBVA Colombia ha definido su estructura de control interno según el "Modelo de las tres líneas de defensa". En este modelo, Auditoría Interna se configura como la tercera línea de defensa y, consecuentemente, evaluará la actividad desarrollada por la primera y segunda línea de defensa. Las pruebas y verificaciones realizadas por Auditoría Interna no sustituyen los controles que en el cumplimiento de sus responsabilidades, deben ser definidos y realizados por las otras dos líneas de defensa. Auditoría Interna cuenta con una metodología definida y propia, desarrollada de acuerdo a las "Normas para el ejercicio profesional" del Instituto de Auditores Internos (IAI), y a las mejores prácticas del sector.

La función de Auditoría Interna depende directamente de la Presidencia del Grupo, cuenta con total independencia de las funciones auditadas y no se integrará con ninguna otra actividad que sea objeto de auditoría.

Son funciones de Auditoría Interna:

- | | |
|--|--|
| a) Evaluar la eficiencia y la efectividad de las políticas y sistemas de control interno, de gestión de riesgos y los procesos y políticas de gobierno establecidos por BBVA Colombia. | c) Evaluar los procesos de medición de capital y liquidez. |
| b) Evaluar la fiabilidad e integridad de los procesos de elaboración de la información financiera y de gestión puesta a disposición de los órganos ejecutivos y de administración, así como de la información remitida a los supervisores. | d) Evaluar la consistencia de los sistemas de seguridad de la información para verificar su confidencialidad e inmunidad, así como de los sistemas de protección y salvaguarda de activos. |
| | e) Evaluar la efectividad de los procesos establecidos para el cumplimiento de la normativa interna, la regulación bancaria específica y cualquier otra legislación aplicable. |

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información



- f) Investigar los comportamientos irregulares o que puedan no ser conformes con la normativa aplicable o con los Códigos de Conducta de BBVA. Esta actuación se realizará tanto por propia iniciativa, como consecuencia de los trabajos de auditoría realizados, cuanto a solicitud de otras áreas como Cumplimiento, Servicios Jurídicos, Riesgos, etc.

El año 2015 supuso una modificación en el modelo general de supervisión bancaria, tanto a escala mundial como local. La implementación del Mecanismo Único de Supervisión por parte del Banco Central Europeo - BCE, y localmente del Marco Integral de Supervisión - MIS - por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia - SFC-, ha requerido que la unidad de Auditoría Interna adapte su estructura, metodología y recursos para dar cumplimiento a los estándares y mejores prácticas de la función internacionales establecidos por el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, la Autoridad Bancaria Europea y en Colombia, por la Superintendencia Financiera.

Los nuevos modelos regulatorios potencian el enfoque basado

en riesgos y establecen una estrecha interlocución entre los supervisores y los departamentos de Auditoría Interna, a tal punto, que resultado de esta relación el supervisor no solo se forma una opinión del entorno de control de la entidad sino que evalúa el nivel de riesgo de la misma. Alineados con lo anterior, Auditoría Interna llevó a cabo cambios relevantes en la metodología de evaluación y valoración de riesgos, incluyendo criterios objetivos (cuantitativos y cualitativos), para la medición de los impactos de las debilidades. Así mismo, desarrolló trabajos para evaluar los principales riesgos incorporados en el nuevo modelo de supervisión.

Para la evaluación de los riesgos operativos en los procesos de negocio, se analizaron los circuitos de seguimiento y recuperación de la cartera comercial, el cumplimiento de las condiciones de manejo de las cuentas con recursos del sector público, el modelo de inteligencia de precios, el proceso de gestión de outsourcing, el modelo de riesgo operacional para Banco de España, así como el análisis de los procesos tercerizados de cobranzas y corresponsales bancarios. Teniendo en cuenta la importancia que tanto la estrategia como la regulación brindan a la materia

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

de protección de los clientes, auditoría integró la evaluación del cumplimiento de la normativa local de atención al consumidor, con la evaluación de los procesos para mejorar la experiencia del cliente como objetivo estratégico del Banco.

En materia de riesgos de tecnología, se evaluaron los procesos de respaldos de la información y el perfilado de las transacciones, contribuyendo a mejorar la integridad, resguardo y protección de la información. Paralelamente, se valoró la eficiencia en la gestión de proyectos de tecnología, para impulsar la optimización operativa y de los recursos económicos. En el mundo digital, también en línea con el plan estratégico del Banco, se evaluó el entorno de control de la seguridad de la Banca Móvil, su disponibilidad y usabilidad, de cara a mejorar la experiencia de cliente.

En el ámbito regulatorio, se efectuaron revisiones integrales a las etapas y elementos de los modelos de SARLAFT, SCI, SARL, SARO, y el testing de los controles que hacen parte del modelo SOX. Adicionalmente, se evaluó el proceso de aseguramiento normativo, desde el análisis de los impactos generados por los cambios en la regulación hasta su implantación dentro de los procesos

y aplicativos afectados. También se evaluaron los procesos de generación y validación de reportes que se consolidan y que son enviados a la European Banking Authority.

En el contexto del plan estratégico "másBBVA", la Auditoría Interna optimizó el uso de sus recursos para lograr la cobertura necesaria en el análisis de los riesgos asociados en la red de oficinas, desarrollando trabajos transversales que permiten identificar problemas centrales y que a la vez aseguran la correcta ejecución de los controles. Con este enfoque se desarrollaron actividades para evaluar el riesgo operacional, el riesgo de lavado de activos y el riesgo operacional asociado a crédito, logrando una cobertura del 25% del total de la Red Comercial. Así mismo, en la Banca de Empresas se evaluaron integralmente sus procesos operativos y la calidad de la cartera colocada por esta Banca.

Por último, con el apoyo de la Administración, auditoría interna adelantó un plan de implementación de recomendaciones para impulsar el cierre de las acciones que se encontraban fuera de plazo, logrando al cierre del año la implantación del 98% de las mismas.

Actividades de Auditoría Interna	2013	2014	2015
Auditoría Sucursales			
Red in Situ (dy f)	115	138	138
Antifraude	17	17	17
Auditoría a Distancia (c)	3	1	1
Auditoría de Riesgo de Crédito (d)	10	4	4
Auditoría Continua y Procesos (a) y (f)	10	9	9
Regulatorios	7	7	7
Auditoría de Sistemas	4	6	6
Antifraude(b)	4	1	1

(a) Red in Situ incluye trabajos transversales y visitas a oficinas.
• Revisiones in-situ incluye los informes individuales de 16 Oficinas.
• Transversal Integral Banca de empresas incluye los informes individuales de 22 Oficinas.
• Transversal PLD incluye los informes individuales de 50 Oficinas
• Tranversal ROAC incluye los informes individuales de 50 Oficinas

(b) Investigación antifraude diferentes a red de Oficinas.

(c) Informes consolidado de alertas.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobiernoMaterialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Sistemas de gobierno

Integridad en los negocios

BBVA Colombia cuenta con un Código de Conducta, aprobado por el Consejo de Administración, que plasma sus compromisos concretos en desarrollo de uno de los principios de su Cultura Corporativa: “La Integridad como forma de entender y desarrollar sus negocios”. Dicho Código establece así mismo el correspondiente canal de denuncias de eventuales violaciones éste, y es objeto de continuos programas de capacitación y actualización para el personal clave en la función financiera.

El Código de Conducta resulta de aplicación a todas las entidades que configuran el Grupo BBVA, así como a todos sus empleados y directivos, por lo que se ha distribuido y publicado en la página web del Banco y en la página web de los empleados (intranet), para que el conocimiento de su contenido.

Adicionalmente, las nuevas incorporaciones al Grupo se comprometen a observar sus principios y normas a través de una declaración expresa de conocimiento y adhesión. En cuanto a su contenido, el Código de Conducta está estructurado en torno a los siguientes bloques de principios y normas: valores éticos, integridad relacional, integridad en los mercados, integridad personal e integridad organizativa.

La difusión de su contenido se complementa con acciones formativas de bienvenida para los nuevos colaboradores, que se sustentan en un curso de formación online obligatorio para todos los empleados una vez se entra a formar parte de BBVA Colombia y acciones presenciales de refuerzo, si así se estima necesario. Esta

formación tiene como objeto tanto el Código de Conducta General, como la Política Corporativa de conducta en los mercados y sus desarrollos locales a través del Reglamento Interno de Conducta en el ámbito de los mercados de valores.

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



Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

Una de las principales herramientas que apoya 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 como éticamente cuestionables son conocidas por el Comité de Integridad Corporativa, que está 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:



Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Sistemas de gobierno

Compromisos 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).

BBVA está trabajando para en 2016 conectar los Objetivos del Desarrollo Sostenible aprobados en septiembre de 2015 por la ONU, con las iniciativas y su materialidad.

Nuestra contribución a la consecución de los ODM se refleja en la siguiente tabla:

Objetivo del Milenio	Iniciativa de BBVA
Erradicar la pobreza extrema y el hambre	• Fundación Microfinanzas BBVA • Programa becas de integración «Niños Adelante»
Lograr la enseñanza primaria universal	• Proyecto «Primera Infancia» de la OEI
Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer	• Plan Global de Diversidad de Género • Fundación Microfinanzas BBVA
Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años	• No existen iniciativas específicas
Mejorar la salud materna	• No existen iniciativas específicas
Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades	• Iniciativas de investigación para el cuidado de la salud de la Fundación BBVA • Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento - Cambio Climático y Ecología y Biología de la Conservación
Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	• Plan Global de Ecoeficiencia • Aplicación de los Principios de Ecuador • Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento - Cambio Climático y Ecología y Biología de la Conservación • Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad
Fomentar una alianza mundial para el desarrollo	• Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento - Cooperación al desarrollo

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Herramientas de escucha y diálogo

En BBVA disponemos, en cada país en el que estamos presentes y en cada área de negocio, de un amplio repertorio de herramientas para la consulta y el diálogo con todos los Grupos de interés.

Estas herramientas garantizan dos cosas: I) que los Grupos de interés disponen de los canales adecuados para ser atendidos, y II) que BBVA cuenta con suficientes fuentes de información para conocer sus prioridades y expectativas en su relación con el Banco y así dar respuesta.

Herramientas de escucha y diálogo	Alcance
Cientes y Sociedad	
Encuesta de satisfacción y recomendación de los clientes y otras investigaciones cuantitativas y cualitativas de calidad/ satisfacción gestionadas por las áreas de Customer Experience	Grupo BBVA
Servicio de atención al cliente y comités de análisis de quejas y reclamaciones	Grupo BBVA
Defensor del cliente	Grupo BBVA
Encuesta de reputación externa a clientes y sociedad en general (RepTrak)	Grupo BBVA
Tracking continuo o seguimiento de publicidad y marca	Grupo BBVA
Focus groups y jornadas de trabajo con clientes para conocer su opinión sobre temas concretos (adicionales a la calidad del servicio)	Grupo BBVA
Análisis de presencia en Redes Sociales (Facebook, Twitter, etc.) y medios online: • HootSuite • Blog bbvasocialmedia.com • Epsilon Dashboard • Alto Analytics	Grupo BBVA
Análisis de presencia en medios de comunicación	Grupo BBVA

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Herramientas de escucha y diálogo	Alcance
Diálogo directo con ONG´s, medios, expertos, centros académicos y de investigación	Grupo BBVA
Fuentes secundarias sobre tendencias y expectativas de la opinión pública y organizaciones de la sociedad civil	Grupo BBVA
Participación en actos y foros de Responsabilidad y Reputación Corporativa	Grupo BBVA
Servicios de estudios BBVA Research	Grupo BBVA
Departamento de Comunicación y Responsable Business / Responsabilidad y Reputación Corporativas. Utiliza la mayor parte de estas herramientas/fuentes y cumple con la función de "radar"	Grupo BBVA
Servicio de atención al cliente y comités de análisis de quejas y reclamaciones	Grupo BBVA
Defensor del cliente	Grupo BBVA
Encuesta de reputación externa a clientes y sociedad en general (RepTrak)	Grupo BBVA
Empleados	
Servicio de Atención al empleado	Grupo BBVA
Encuestas de satisfacción de empleados	
Encuesta de reputación interna, RepTrak	Grupo BBVA
Revista Tu&BBVA - Pasión por las Personas	Grupo BBVA
Portal del Empleado: Tu&BBVA	Grupo BBVA
Entrevistas de fijación de objetivos, competencias y retroalimentación	
Gestores de RRHH	Grupo BBVA
Comunidades de Google+	Grupo BBVA (excepto USA)
Apúntate	Grupo BBVA
Reunión de presentación de resultados	Grupo BBVA
Accionistas e Inversores	
Junta General de Accionistas	Grupo BBVA
Página web (accionistaseinversores.bbva.com)	Grupo BBVA
Informe anual, informes trimestrales y hechos relevantes	Grupo BBVA
Contacto constante con accionistas e inversores (buzón electrónico, teléfonos de atención, eventos en sucursales bancarias, etc.)	Grupo BBVA
Roadshows y reuniones con inversores y accionistas	Grupo BBVA
Asistencia a conferencias para inversores y accionistas	Grupo BBVA
Relación con analistas y agencias de rating	Grupo BBVA
Servicios de alerta y envíos de información relevante	Grupo BBVA

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Herramientas de escucha y diálogo	Alcance
Análisis de las expectativas y prioridades de los analistas de sostenibilidad (MSCI, RobeSAM, Sustainalytics, Vigeo, CDP, GS Sustain, Oeken, EIRIS) e inversores con inquietudes en esta materia	Grupo BBVA
Reguladores	
Relaciones Institucionales: Coordinación la participación del banco en distintas agrupaciones formales e informales para mejorar el entendimiento de las preocupaciones de los reguladores	Grupo BBVA
Departamentos que gestionan la relación con los reguladores: Secretaria General, Servicios Jurídicos, Relaciones Institucionales, Control Interno, Riesgos, Relaciones Institucionales, Gabinete de Presidencia	Grupo BBVA
Informes de tendencias regulatorias: • KPMG – Evolving Banking Regulation • Deloitte – Top 10 or 2015: Our Outlook for financial markets, regulation and supervision • Sustainability Accounting Standards Board (SASB)	Grupo BBVA
Proveedores	
Buzón de proveedores BBVA	Grupo BBVA
Encuesta de satisfacción de proveedores	Grupo BBVA
La mesa de ayuda global a proveedores	Grupo BBVA

Materialidad y Diálogo con Grupos de interés

Análisis de materialidad

Este año, a diferencia de los anteriores, el proceso de definición de los asuntos materiales, ha sido bottom-up, es decir, cada uno de los países realizó su ejercicio de materialidad teniendo en cuenta la realidad local y, a posteriori, se han consolidado todos los ejercicios para tener la visión global de Grupo. Esta metodología ha sido elaborada siguiendo las recomendaciones de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI G4.

El resultado final del proceso es una matriz de materialidad en la que cada uno de los issues relevantes identificados se clasifica con base a dos variables: importancia para los stakeholders e importancia para el negocio de BBVA.

Proceso de definición de asuntos materiales

a) Identificación de asuntos materiales: Para elaborar el listado final de asuntos materiales, nos hemos basado en aquellos asuntos que han sido definidos como riesgos reputacionales para BBVA, y en la identificación de otros asuntos materiales, que no representan un riesgo.

En ambos casos, las fuentes consultadas han sido las siguientes:

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Informe de Revisión Independiente

Tabla de Indicadores GRI

1. Investigaciones y contactos que proporcionan información sobre las percepciones de los grupos de interés, a través de las herramientas de consulta descritas en el apartado anterior.
2. Análisis de información procedente de observadores expertos (ONG's, analistas de sostenibilidad, sindicatos y otras asociaciones civiles) que evalúan los comportamientos de las compañías.
3. Tendencias regulatorias del sector.
4. Análisis de competidores, cuáles son los asuntos más relevantes o temas conflictivos que les afectan y que nos podrían afectar también a nosotros.
5. Análisis de medios y redes sociales: noticias negativas, temas candentes, preocupaciones sociales, etc.

b) Priorización de asuntos materiales: Para priorizar los asuntos materiales, hemos analizado dos aspectos: la relevancia para los grupos de interés y la relevancia para el negocio de BBVA.

- Relevancia para los grupos de interés: para medir la relevancia de estos asuntos para los grupos de interés, hemos tenido en cuenta lo importante que son los asuntos para estos grupos, así como si hay requerimientos legales o compromisos relacionados suscritos por BBVA. De esta forma, un asunto es más relevante cuando:
 - Mayor número de grupos de interés estén afectados y mayor sea la importancia de estos grupos de interés para BBVA.
 - Mayor sea el impacto de los asuntos para los grupos de interés afectados.
 - Existan requerimientos legales o compromisos por parte de BBVA relacionados con ese asunto.
- Relevancia para el negocio: La relevancia para el negocio consiste en determinar el impacto que tiene el asunto en el negocio actual y futuro de BBVA. El departamento de Responsible Business global identificó quiénes son los responsables de la gestión de cada asunto a nivel global y ellos identificaron a sus contrapartes locales. Estas contrapartes son quienes han valorado el impacto en el negocio de los asuntos en su ámbito de gestión.

Matriz de materialidad

De acuerdo a este proceso, hemos construido una matriz de materialidad para Colombia, a partir de las cuales se ha obtenido una matriz de materialidad global para todo el Grupo.

El proceso de consolidación se ha llevado a cabo haciendo una media ponderada de la relevancia para los grupos de interés y de la relevancia para el negocio de todos los países. El ponderador utilizado ha sido el margen bruto en cada país.

La matriz de materialidad resultante es la siguiente:

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Informe de Revisión Independiente

Tabla de Indicadores GRI

No.	Asunto Grupo BBVA	Relevancia en grupos de interés						Impacto actual o potencial para BBVA	Conexión Materialidad BBVA Colombia
		Sociedad	Clientes	Accionistas	Regulador	Empleados	Proveedores		
1	Productos con buena relación calidad/ precio (sin cláusulas abusivas,...)	X	X	X	X	X	-	ALTA	Comunicación TCR, Conocimiento del cliente, Gestión de quejas y reclamaciones, omnicanalidad, Protección del cliente, Modelo de riesgo reputacional, Proceso responsable del crédito
2	Prácticas de comunicación y comercialización	X	X	X	X	X	-	ALTA	Comunicación TCR - Conocimiento del Cliente -Gestion de quejas y reclamaciones, omnicanalidad
3	Calidad de atención/ servicio al cliente	X	X	X	-	X	-	ALTA	Comunicación TCR Educación Financiera Conocimiento del cliente
4	Respuesta a la demanda de crédito de la sociedad	X	X	-	X	X	-	MEDIA	Integridad en los negocios ,Modelo de gestión de riesgo reputacional, Proceso responsable de crédito, Principios de Ecuador
5	Seguridad , privacidad y protección del cliente (incluyendo big data)	X	X	X	X	X	-	ALTA	Gobierno Corporativo - Sistema de Cumplimiento -Proteccion del cliente
6	Atención a clientes en situación de dificultad	X	X	-	X	X	-	MEDIA	Conocimiento del cliente, Gestion de quejas y reclamaciones, Omnicanalidad, Protección del cliente
7	Calidad del empleo (temporalidad, externalizaciones, reubicaciones...)	X	-	-	X	X	-	MEDIA	Selección, formación, Condiciones laborales
8	Respeto a los derechos de los empleados	X	-	X	X	X	-	MEDIA	Gestionando el talento humano, Condiciones laborales, Compromisos internacionales suscritos
9	Formación y desarrollo del talento	X	X	X	-	X	-	MEDIA	Gestionando el talento humano.
10	Política de remuneración de altos directivos y consejo de administración	X	-	X	X	X	-	MEDIA	Equipo
11	Financiación social y medioambientalmente responsable	X	-	X	X	X	-	ALTA	Integridad en los negocios - Concesión responsable del crédito, Microfinanzas, Lineas de credito de apoyo agroindustrial, Financiación de proyectos de desarrollo sostenible y eficiencia energetica

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

**Materialidad y diálogo con
grupos de interés**

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

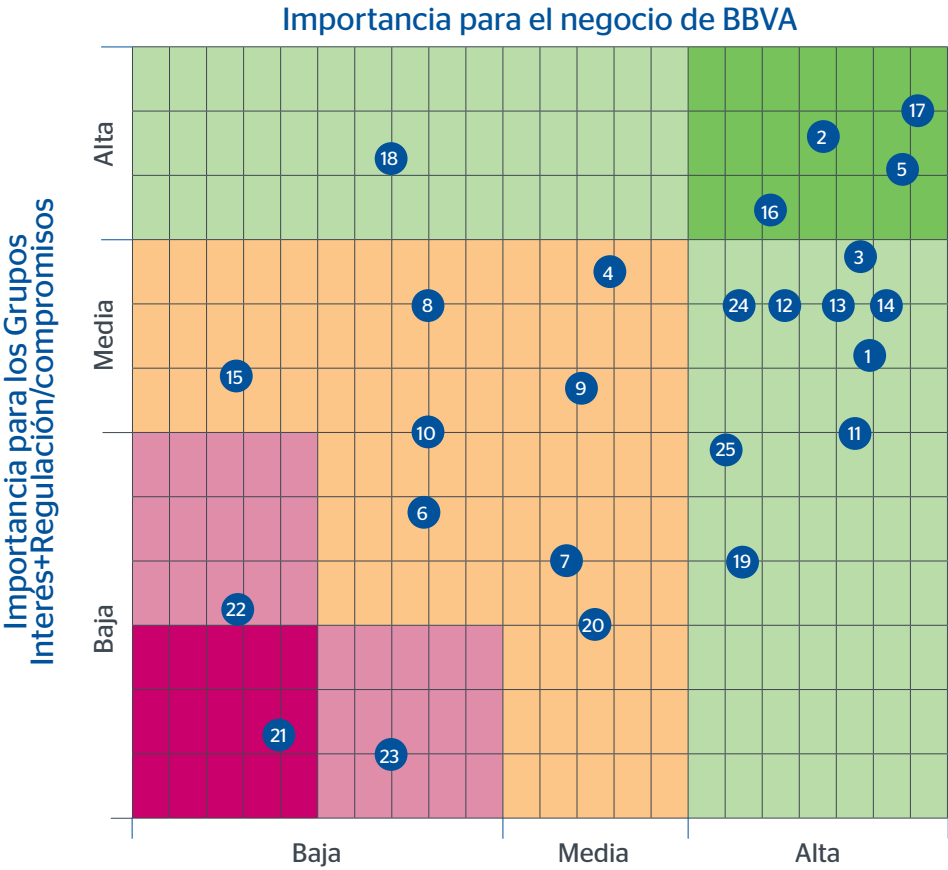
Informe de Revisión Independiente

Tabla de Indicadores GRI

No.	Asunto Grupo BBVA	Relevancia en grupos de interés						Impacto actual o potencial para BBVA	Conexión Materialidad BBVA Colombia
		Sociedad	Clientes	Accionistas	Regulador	Empleados	Proveedores		
12	Prevención de Blanqueo de capitales / financiación de actividades terroristas	X	-	X	X	X	-	ALTA	Prevención de Lavado de activos y financiación del terrorismo
13	Cumplimiento de la normativa fiscal	X	-	X	X	X	-	ALTA	Sistema de Cumplimiento - Auditoría Interna- Proceso responsable del crédito - Prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo, Modelo de gestión de riesgo reputacional
14	Comportamiento ético	X	-	X	X	X	-	ALTA	Integridad en los negocios - Sistema de Cumplimiento, Impacto en la sociedad
15	Compras /outsourcing responsable	X	-	X	X	X	X	MEDIA	Proveedores
16	Buen Gobierno Corporativo	X	-	X	X	X	-	ALTA	Gobierno Corporativo - Sistema de Cumplimiento, Impacto en la sociedad
17	Solvencia y gestión financiera	X	X	X	X	X	X	ALTA	Gobierno Corporativo - Sistema de Cumplimiento -Prevención de Lavado de activos y financiación del terrorismo . Valor económico y contribución fiscal, Impacto en la sociedad
18	Respeto a los derechos humanos	X	X	X	X	X	X	ALTA	Compromisos internacionales suscritos, impacto en la sociedad
19	Contribución al desarrollo de las sociedades locales (creación de empleo, apoyo a la pyme...)	X	-	-	X	X	X	ALTA	Educación financiera, Inclusión financiera, Microfinanzas, Apoyo a pymes, Apoyo a particulares con necesidades especiales
20	Inclusión Financiera	X	-	-	-	-	-	MEDIA	Educación financiera, Apoyo a particulares con necesidades especiales, Microfinanza productivas
21	Acción Social	X	-	-	-	-	-	BAJA	Impacto en la sociedad
22	Diversidad y conciliación	X	-	-	X	X	-	BAJA	Equipo
23	Ecoeficiencia y medioambiente	X	-	X	X	-	-	BAJA	Medio ambiente
24	Digitalización	X	X	X	X	X	X	ALTA	Omnicanalidad - Inclusión financiera
25	Educación financiera	X	X	-	X	-	-	ALTA	Educación financiera, Microfinanzas productivas

- Carta del Presidente
- Perfil BBVA Colombia
- Propósito y Política
- Sistemas de gobierno
- Materialidad y diálogo con grupos de interés
- Impacto en la sociedad
- Comunicación TCR
- Educación financiera
- Productos de alto impacto social
- Gestión responsable de clientes
- Riesgos sociales, ambientales y reputacionales
- Equipo
- Sociedad
- Criterios y estándares de la información
- Informe de Revisión Independiente
- Tabla de Indicadores GRI

Así los clasificamos teniendo en cuenta la importancia de sus impactos y la influencia en los grupos de interés, se obtiene la siguiente matriz:



En definitiva, podemos decir que nuestro modelo de negocio es prácticamente un espejo de lo que nos están pidiendo los grupos de interés, y que responder a sus expectativas es una de nuestras prioridades al más alto nivel; es por eso que en BBVA Colombia hacemos énfasis en la gestión y la comunicación de aquellos asuntos en los cuadrantes de color verde, los cuales destacan la importancia tanto para los grupos de interés como para el negocio.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Impacto en la sociedad

Impacto en la sociedad

Indicadores de impacto en la sociedad

La política de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA, actualizada en 2014, asume como dos de sus principales compromisos maximizar la creación de valor sostenible y compartido para el conjunto de las sociedades en las que opera e identificar, prevenir y mitigar los posibles impactos negativos.

El papel del Banco en la sociedad es sencillo: captar ahorro de familias, empresas y otros agentes, con el objetivo de preservarlo y hacerlo crecer, y en prestarlo, con rigor y prudencia, a terceros. La diferencia entre lo que el Banco paga por los depósitos y el interés que cobra por los préstamos, el margen de intermediación, es su fuente de ingresos principal. Este margen le permite hacer frente a los costes de su actividad - como los salarios o el pago a proveedores - y obtener un beneficio. Es, por tanto, un papel con un impacto positivo en la sociedad.

En el balance social de BBVA, los principales impactos positivos de su negocio financiero en la sociedad son:

- La contribución al desarrollo de las sociedades en las que estamos presentes a través de la financiación y apoyo al tejido productivo, y de la inclusión financiera.
- La mejora del bienestar social de las personas que reciben financiación para adquisición de vivienda o bienes de consumo duradero.
- La generación de riqueza de los grupos de interés derivada de la distribución de dividendos a los accionistas, el pago a proveedores, los salarios percibidos por empleados, los impuestos pagados y devengados, etc.
- La creación de empleo, tanto directamente vía nuevas contrataciones en el grupo como a través de iniciativas de apoyo a la creación de empleo.



- La aportación a la sociedad en programas sociales con inversión directa que benefician a diferentes colectivos, con el foco puesto en la educación.

A su vez, BBVA intenta minimizar los costos sociales en materia medioambiental y los efectos negativos derivados de la morosidad y las pérdidas de vivienda, con refinanciaciones o ayudas a familias.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Impacto en la sociedad

Inversión en programas sociales

En 2015, destinamos 5.708 millones de pesos a iniciativas sociales. Esta cifra corresponde al 1% de las utilidades de las empresas de BBVA en Colombia.

Prioridades estratégicas	Inversión	%
Educación		
Educación financiera "Adelante con tu futuro"	593	58
Educación financiera "Escuela para el emprendimiento BBVA"	700	
Educación y formación para los negocios	320	
Educación para la sociedad	1.696	
Productos alto impacto social		
Apoyo a Pymes para el crecimiento	489	9
Otras líneas estratégicas		
Cultura	240	33
Apoyo a entidades sociales	471	
Otros	1.199	

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Impacto en la sociedad

Valor económico y contribución fiscal

BBVA asume el compromiso de maximizar la creación de valor sostenible y compartido para sus accionistas y para los demás Grupos de interés y el conjunto de la sociedad en las que opera en su política de Responsabilidad Social Corporativa.

Un valor sostenible y compartido que, en conjunto y de acuerdo a la metodología que establece GRI para el indicador EC1, podemos medir y detallar como Valor económico generado, distribuido y retenido por el Grupo.

Valor Económico Generado y Distribuido (Millones de Pesos)

Indicador de Valor	2013	2014	2015	Var.\$	Var. %
Valor Económico Generado (VEG)	2.227.466	2.456.653	2.683.743	227.090	9
Ingreso Neto por intereses	1.693.694	1.926.237	2.181.541	255.304	13
Ingreso Neto por comisiones	153.004	144.958	135.963	-8.995	-6
Resultado Valoración Portafolio de Inversión	284.294	318.760	256.433	-62.327	-20
Otros ingresos de operación ¹	96.474	66.698	109.807	43.109	65
Valor Económico Distribuido (VED)	1.505.817	1.617.540	1.827.020	209.480	13
Indicador enviado a Dividendos	250.988	231.766	288.184	56.418	24
Resultados Atribuidos a la Minoría	12.018	11.098	13.799	2.702	24
Proveedores y otros Gastos Administración (Excluidos Sueldos y Salarios)	490.975	562.460	606.751	44.291	8
Impuestos ²	318.064	340.174	452.548	112.374	33
Gastos de Personal	433.772	472.042	465.737	-6.305	-1
Valor Económico Retenido (VER=VEG-VED)	721.649	839.113	856.723	17.610	2
Reservas	262.831	242.951	301.983	59.032	24
Dotación Neta de Activos y Amortizaciones	458.818	479.688	554.740	75.052	16
Contribuciones, Impuestos Sobre Beneficios y otros Impuestos	318.064	340.174	452.548	112.374	33

¹ Incluye Enajenaciones, Arrendamientos, Dividendos sociedades y Riesgo Operativo

² Incluye Impuesto de Renta y Otros impuestos

Nota: Datos del Estado de Resultados Banco según NIIF y metodología SFC

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Valor Económico Generado y Distribuido (Millones de Pesos) Homogéneo

Indicador de Valor	2013	2014	2015	Var.\$	Var. %
Valor Económico Generado (VEG) ¹	1.728.742	1.985.175	2.173.611	188.436	9
Margen de Intereses	1.487.703	1.748.796	1.940.950	192.154	11
Comisiones Netas	266.902	272.268	287.415	15.147	6
ROF	155.007	131.168	144.205	13.036	10
Otras ganancias o pérdidas netas ¹	-180.869	-167.058	-198.959	-31.900	19
Valor Económico Distribuido (VED)	1.505.730	1.675.821	1.827.020	151.199	9
Dividendos	250.904	287.383	288.184	801	0
Resultados Atribuidos a la Minoría	12.014	13.761	13.799	38	0
Proveedores y otros Gastos Administración (Excluidos Sueldos y Salarios)	490.975	562.460	606.751	44.291	8
Impuestos	318.064	340.174	452.548	112.374	33
Gastos de Personal	433.772	472.042	465.737	-6.305	-1
Valor Económico Retenido (VER=VEG-VED)	223.013	309.354	346.591	37.237	12
Reservas	263.006	242.864	301.983	59.119	24
Provisiones y Amortizaciones ²	332.022	390.678	494.935	104.257	27

¹ Incluye Resto de Ingresos Netos Ordinarios y No Ordinarios

² Incluye Amortizaciones + Pérdida por deterioro de Activos + Dotaciones a Provisiones

Nota: Datos PyG Banco según metodología BBVA

Creación de Valor Directo Tangible: Detalle por Grupos de Interés (Millones de Pesos)

Grupo	Indicador de Valor	2013	2014	2015	Var.\$	Var. %
Accionistas	Dividendos 1	263.006	242.864	301.983	59.119	24
Empleados	Gastos de Personal	433.772	472.042	465.737	-6.305	-1
Clientes	Intereses y Cargas Asimiladas	919.752	1.050.630	1.285.650	235.020	22
Proveedores	Otros Gastos de Administración ²	490.975	562.460	606.751	44.291	8
Sociedades	Contribuciones, Impuestos Sobre Beneficios y otros Impuestos	318.064	340.174	452.548	112.374	33

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Comunicación TCR

La Comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR) es una de las prioridades estratégicas del Plan de Negocio Responsable, por ser uno de los temas más relevantes para los clientes y los reguladores.

Comunicar en lenguaje TCR ayuda al cliente a tomar una decisión financiera informada, le evita sorpresas inesperadas y es un elemento clave para generar confianza.

Además, ser un banco que comunica de forma TCR aumenta la consideración (que un no cliente nos considere como un posible proveedor de servicios financieros) y la recomendación (que un ya cliente, nos recomiende).

Seguir este camino significa ir a favor de la de la legislación que está incrementándose en lo relativo a transparencia y claridad para favorecer y proteger a los clientes.



Un contenido TCR:

- Cuenta toda la información relevante para el cliente, manteniendo un equilibrio entre ventajas y costos (transparente).
- Se entiende fácilmente (claro).
- Cuida de los intereses del cliente en el corto, medio y largo plazo (responsable).

BBVA ha continuado con esta iniciativa puesta en marcha en 2014

- Fichas de producto TCR. Describen los productos de manera resumida, proporcionando las ventajas, pero también los costos y riesgos asociados. Proporcionan a los clientes la información necesaria para tomar una decisión informada y sin sorpresas posteriores, con un lenguaje sencillo y un glosario de términos. Se entregan antes de la contratación, cuando los clientes muestran interés por un producto. Antes de la implantación, se testa con población bancarizada una ficha de cada familia de productos.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Durante 2015 se realizaron 36 ofertas comerciales que representan las diferentes categorías de producto del Segmento de Particulares, las cuales se encuentran en el Portal de Negocios Bancarios, herramienta web que incluye la información relevante de los productos bajo el principio de la transparencia y claridad.

Continuando con esto, se busca crear una experiencia de cliente exitosa al permitir a los clientes tomar decisiones informadas a lo largo de sus relaciones con el Banco en Oficinas, Fuvex y Call, estos dos últimos entrarán en el modelo TCR a partir del primer semestre de 2016 como un piloto, donde se modificarán los script de venta de Seguros y Tarjetas de Crédito y los formatos de venta en las fuerzas de ventas externas iniciando con las ofertas de hipotecario.

- **Contratos TCR.** El proyecto consiste en replantear los contratos actuales con los clientes y estructurarlos de una forma más intuitiva y con un lenguaje fácil de entender. En 2015 se han redactado y testado los primeros contratos con criterios TCR. En 2016 se entregarán contratos TCR a los clientes cuando contraten uno de los cinco productos más solicitados.
- **TCR Digital.** Se trata de ampliar la iniciativa de comunicación TCR al ámbito digital, dentro del marco de la estrategia de digitalización de BBVA. Así, en 2016 se identificarán y priorizarán buenas prácticas TCR en entornos digitales antes, durante y después de la contratación.
- **Código de Comunicación Comercial TCR.** Es un documento con los principios que debe seguir la comunicación comercial y la publicidad en el Grupo para garantizar que sea TCR. Este Código tiene principios generales y por tipo de producto. Ha sido desarrollado en 2015 con fecha de implantación en 2016.

Para facilitar la implantación del proyecto, en 2015 se han realizado talleres de formación tanto de fichas como de contratos. En los talleres han participado entre 25 y 50 personas de diferentes áreas, como Desarrollo de Negocio (Producto, Segmento, Marketing), Servicios Jurídicos, Cumplimiento Normativo, etc. En 2016, el objetivo es ser percibido como uno de los dos bancos más claros y transparentes en Colombia.

Educación financiera

La Educación Financiera es otra iniciativa de BBVA que, en línea con la Comunicación TCR, tiene como objetivo ayudar a los clientes a tomar decisiones financieras informadas. Es por ello que, tanto la Comunicación TCR como la Educación Financiera, son prioridades estratégicas en el Plan de Negocio Responsable.

En el marco de un programa global de Educación Financiera nacido en 2011, contamos con iniciativas que promueven:

- La cultura financiera y de emprendimiento para preparar a niños y jóvenes para su futuro. "Escuela para el emprendimiento BBVA"

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

- La Educación Financiera para adultos buscando que tomen decisiones informadas y que conviertan en ahorradores constantes deudores responsables. "Adelante con tu Futuro"
- La formación en finanzas y habilidades para los negocios; estos negocios, en su mayoría pymes, juegan un rol importante en el desarrollo del tejido socioeconómico y empresarial del país. "Camino al Éxito"

Avances en 2015:

- 38.510 personas beneficiadas por programas de Educación Financiera.
- 170 pymes apoyadas por programas de educación.
- 45.000 jóvenes beneficiados con Escuela para el Emprendimiento BBVA

Educación financiera

Escuela para el emprendimiento BBVA

Además de los talleres de Educación Financiera, hacemos una intensa difusión de contenidos formativos cercanos y en lenguaje claro por medio de canales masivos especialmente en redes sociales y radio y a través de nuestra web local.

BBVA Colombia, dentro de sus políticas de Responsabilidad Corporativa adelanta el programa Escuela para el Emprendimiento BBVA en el que durante 2015 benefició a 45.000 jóvenes de departamentos como Santander, Cundinamarca, Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío y Atlántico en cuyo marco se desarrollan más de 4.000 proyectos enfocados en temas sociales, ambientales y tecnológicos.

Escuela para el emprendimiento BBVA, es un centro de entrenamiento en finanzas personales y emprendimiento para jóvenes que se encuentran en edad escolar y para sus maestros que tienen la oportunidad de recibir un diplomado en Finanzas; y que tiene como propósito fundamental, formarlos



en el manejo adecuado del dinero, impactando su proyecto de vida e incentivándolos a la creación de negocios productivos en su colegio, generando ideas innovadoras y permitiendo que al finalizar su educación secundaria tengan la opción de encontrar un proyecto que les permita continuar con sus estudios y apoyar a su familia.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Educación financiera

“Adelante con tu futuro”

Las iniciativas de Educación Financiera para adultos tienen la finalidad de mejorar o incrementar su formación financiera y que así puedan tomar al respecto decisiones informadas. Lamás importante es la que se realiza a través de los talleres de Educación Financiera dirigidos tanto a clientes como a no clientes y que se desarrolla en un aula móvil que incorpora tecnología de punta, con capacidad para 25 personas y un capacitador, y que recorre las diferentes ciudades y municipios del país. Estos talleres engloban temáticas muy variadas siguiendo el ciclo de vida financiero de una persona y se adaptan a las realidades y necesidades locales.

El programa está integrado por cinco talleres, que permiten una visión global de la Educación Financiera.

Ahorro: Desarrolla contenidos que permiten entender que el ahorro forma parte de un proceso de planeación y organización, facilitando el diseño de estrategias que permiten la elaboración de un plan de ahorro y el reconocimiento de los principales instrumentos bancarios para hacerlo que permiten descubrir al inversionista que llevamos dentro.

Tarjeta de Crédito: Este taller permite entender que el crédito no es malo para las finanzas personales y que puede ayudar a llevar una vida más placentera y segura; en este taller, además de aprender a hacerlo, se enseña a identificar, entre otras, las partes y elementos de una tarjeta de crédito, a interpretar adecuadamente un estado de cuenta, a ser eficientes en el manejo de nuestras obligaciones económicas y a planear para nuestro futuro.

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 financieros mediante la adecuada interpretación de un historial de crédito y la identificación de sus elementos más importantes. Enseña cuáles son los hábitos

crediticios y aporta 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: En este taller, las personas aprenden acerca del manejo y de las normas básicas de seguridad que deben tener en cuenta al hacer uso de los medios a través de los cuales acceden a sus cuentas y productos financieros, que pueden ser presenciales o no presenciales.

Crédito Hipotecario: El sector inmobiliario en Colombia ha mostrado un gran crecimiento en los últimos años. Es por esto que desde nuestro compromiso con la cultura financiera, abrimos un espacio para que cada vez más colombianos accedan a la información necesaria que les permita obtener un crédito y puedan ser propietarios de vivienda. El taller hace un recorrido por los distintos tipos de crédito hipotecario, las variables a tener en cuenta para obtener un crédito y hace recomendaciones basadas en casos y experiencias de la vida real.

El módulo es interactivo; permite realizar ejercicios aritméticos, hacer un cálculo real de su estado financiero y prever la trayectoria del proceso de un crédito hipotecario. Sabemos lo que significa para cada persona formar su patrimonio, es por eso que este taller facilita la recolección de información y la toma de decisiones conscientes y responsables. El objetivo principal del módulo es que los interesados estén seguros que pueden acceder a una vivienda propia a partir de una reflexión personal, el análisis de sus Estados Financieros y la definición de metas claras y objetivas reales.

Con la incorporación de este nuevo taller a nuestro programa de Educación Financiera, Adelante con tu Futuro, BBVA espera cubrir la demanda creciente que existe en el mercado de herramientas que faciliten a los usuarios de crédito hipotecario, tener claridad sobre cómo, qué y cuándo acceder a su vivienda propia.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Educación financiera

Educación y formación para los negocios

El programa Camino al éxito BBVA, es una iniciativa diseñada y estructurada en conjunto con la Universidad de los Andes y ofrecido de manera gratuita por el Banco a un grupo de 170 empresarios de Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga pertenecientes a distintos sectores de la economía nacional y propietarios de Pymes, quienes regresaron a la universidad después de haber terminado sus estudios y estar trabajando en sus propios negocios.

Igualmente, más de 456 pymes de todo el país accedieron de manera virtual a los distintos cursos de capacitación y recibieron talleres sobre contabilidad, mercadeo, ideas de valor y de negocios, entre otros.

Desde hace tres años, esta iniciativa se ha extendido también a un grupo de mujeres que hacen parte de la Fundación MET (Mujeres, emprendimiento y tecnología) desarrollando varios foros en

Bogotá y Medellín, además ha brindado programas de formación en contabilidad, mercadeo y formación de redes y ha realizado una Feria de Emprendimiento Femenino, para ayudarles a consolidar sus empresas y adelantar sus procesos de emprendimiento de una manera más sencilla.

Una de las prioridades estratégicas del Negocio Responsable es el crecimiento inclusivo, con tres objetivos sociales:

- Impulsar una banca para todos, a través de soluciones para el segmento de inclusión financiera y de la actividad de la Fundación Microfinanzas BBVA.
- Apoyar el crecimiento de las pymes y su impacto social.
- Apoyar a públicos con necesidades especiales.

Productos de alto impacto social

Como tercera prioridad estratégica del Plan de Negocio Responsable, los productos de alto impacto social se desarrollan como productos financieros y servicios en los que se integran atributos sociales diferenciales.

Con la actividad diaria ya se genera un gran impacto social. Son muchas las personas que viven financiadas con hipotecas del Banco o las empresas que generan crecimiento y empleo con ayuda de la financiación de BBVA. Por tanto, se tiene una gran oportunidad para diseñar productos y servicios con un impacto social superior teniendo en siempre en mente las necesidades de los clientes y el contexto en el que viven.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Productos de alto impacto social

Inclusión financiera

Los corresponsales bancarios surgen con el objetivo de ampliar el número de puntos de atención a clientes, especialmente en lugares donde no llegan las sucursales bancarias, prestando servicios financieros básicos a través de establecimiento de comercio como: tiendas, supermercados y droguerías entre otros, incluyendo en algunos países operadores de telefonía móvil.

La corresponsalía bancaria se ha convertido en una canal de gran relevancia para el desarrollo de estrategias comerciales tales como la atención de pago de nóminas en municipios donde no se tiene presencia con la red de oficinas o de cajeros automáticos, permitiendo así la atención de clientes empresariales con ubicación de funcionarios en lugares remotos.

BBVA cierra 2015 con un total de 7.136 puntos de corresponsalía bancaria, teniendo en cuenta que para este año se gestionó la depuración de la red, con el propósito de ofrecer una mayor estabilidad y mejor calidad en el servicio a nuestros clientes. Como indicador, debemos mencionar que durante este periodo el canal atendió un total de 978 mil transacciones por un valor de \$261.984 Millones de pesos.

Adicionalmente se fortaleció la oferta comercial del canal, desarrollando transacciones como el retiro desde cuentas y depósitos electrónicos a través de OTP, la cual permite a los clientes retirar dinero en efectivo desde un punto de corresponsalía, sin necesidad de tener medio de manejo físico, sino a través del uso de la aplicación Banca Móvil. Lo anterior como parte de la estrategia hacia la utilización de medios digitales a través de canales no convencionales.

Corresponsales Bancarios	2013	2014	2015
Numero de CB	1.218	11.160	7.136
Numero total de transacciones	2.009.787	1.629.457	978.000

Productos de alto impacto social

Banca digital

BBVA continuó consolidándose como un Banco Digital; buscando entregar nuevas estrategias y canales que den acceso universal a sus clientes desde cualquier tipo de celular y operador; permitiéndoles realizar sus principales transacciones monetarias y no monetarias desde cualquier lugar sólo con su celular, sin tener que pagar nada por este nuevo servicio. Esto se traduce en sencillez, comodidad, facilidad y mejor calidad de vida para los clientes

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Canales Digitales

La estrategia estuvo enfocada al aumento de clientes digitales a través del fortalecimiento de los canales digitales, complementada con campañas de comunicación, a través de las cuales se informó a los clientes sobre las funcionalidades disponibles para realizar operaciones financieras en cualquier momento y lugar. Adicionalmente, desde septiembre 2015 se lanzó la campaña “BBVA Móvil y BBVA Net, literalmente te llevan a cine”, que entregó boletas a los clientes que se registraron en BBVA Net o en BBVA Móvil y en noviembre 2015 se lanzó la campaña “Volverte a ver” para reactivar clientes. Producto de lo anterior, es importante mencionar que en 2015 más de 500.000 clientes utilizaron BBVA Net o BBVA móvil continuamente.

Venta Digital

Apoyando la estrategia de digitalización del Banco y con los clientes como centro del negocio, se dispusieron productos en canales digitales para facilitar la gestión del cliente, tales como: Tarjetas de Crédito vía web y Dinero al Instante móvil.

Se incentivó la constitución de inversiones digitales a plazo, la

activación de Créditos Rotativos, Créditos de Consumo, Tarjetas de Crédito y Pólizas de Seguros de Asistencia.

Como apoyo y soporte a la puesta en producción de estos productos, el Banco cuenta con una sólida estrategia de digitalización, al tiempo que fortalece las prácticas de Search Engine Optimization (SEO) y Search Engine Marketing (SEM), Content e Email Marketing, como principales motivadores y estimuladores de venta, además de la optimización del funcionamiento de los productos, para construir una experiencia de usuario adecuada a las expectativas y necesidades de los clientes y hacer eficiente el esfuerzo e inversión de recursos. De esta manera, BBVA Colombia empieza a ejecutar su estrategia digital pensada en ofrecer sencillez y practicidad a sus clientes.

Fábrica Digital

Se conformó la Fábrica Digital con el fin de realizar desarrollos de software bajo metodología Agile, generando entregas tempranas y continuas de software de calidad, incorporando durante el proceso los cambios según la dinámica del negocio, con el apoyo de equipos auto-organizados, mejorando de esta manera la comunicación y eficiencia.

Productos de alto impacto social

Microfinanzas productivas - Fundación Microfinanzas BBVA

En el marco de nuestro compromiso con la inclusión financiera, en el 2007 se creó la Fundación Microfinanzas BBVA¹, con el objetivo de promover el desarrollo económico y social sostenible e inclusivo de las personas desfavorecidas de la sociedad, a través de las Finanzas Productivas Responsables. Para ello la Fundación facilita productos y servicios financieros, asesoría, capacitación y acompañamiento, que generan impactos positivos en las actividades económicas de los emprendedores y favorecen, adicionalmente, la permanencia de sus hijos dentro del sistema educativo, así como mejoras en los indicadores de salud y en la infraestructura de sus viviendas.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Durante 2015, la Fundación continuó trabajando para profundizar en las áreas más necesitadas, contando con 7.910 empleados y 509 oficinas en los siete países en los que está presente a través de sus ocho entidades de microfinanzas: el Banco de las Microfinanzas-Bancamía en Colombia; Financiera Confianza, en Perú; Banco de Ahorro y Crédito Adopem, en República Dominicana, Emprende Microfinanzas y Fondo Esperanza en Chile; Contigo Microfinanzas en Argentina; Microserfin en Panamá y la Corporación para las Microfinanzas en Puerto Rico.

Desde su constitución, la Fundación ha entregado créditos por valor de 7.176 millones de dólares, en términos acumulados, a más de 5 millones de emprendedores de bajos recursos, para el desarrollo de sus actividades productivas (2007-2015), a los que también les presta asesoría y capacitación, impactando actualmente en la vida de 6,9 millones de personas y siendo uno de los principales operadores por número de clientes, con metodología individual, en América Latina.

Al final de 2015, la Fundación Microfinanzas BBVA atiende a 1.712.801 emprendedores, de los que el 83% se encuentra en situación de vulnerabilidad, a los que tiene concedidos 998 millones de dólares en créditos productivos. Cerca del 60% de los emprendedores que accede al sistema financiero gracias a la labor de la Fundación Microfinanzas BBVA son mujeres, lo que contribuye de manera directa a reducir la desigualdad de género.

En Colombia, donde la Fundación Microfinanzas BBVA está presente a través del Banco de las Microfinanzas - Bancamía -, a cierre 2015 ha apoyado a 785.535 emprendedores con bajos ingresos, el 56% de los cuales son mujeres, con una oferta de productos y servicios financieros personalizada. Además, durante el año, 164.334 clientes han recibido Educación Financiera.

Bancamía actualmente cuenta con 3.583 empleados, con presencia en todo el territorio colombiano a través de 200 oficinas y más de 3.500 puntos de corresponsales bancarios, entre propios y a través de Movilred.

Bancamía alcanzó en 2015 importantes logros para fortalecer su misión de mejorar la calidad de vida de las familias de bajos ingresos. Entre ellos, a lo largo del año, ha avanzado en la reducción de las barreras de acceso a los servicios bancarios para poblaciones alejadas geográficamente, gracias al uso de aplicaciones móviles y muy especialmente en los servicios digitales para el financiamiento agrícola, que son clave para mitigar la brecha de acceso a financiamiento en áreas rurales.

Con el nombre "Midiendo lo que realmente importa", la Fundación publica anualmente su Informe de Desempeño, que resume las principales magnitudes del impacto de su actividad en la vida de sus clientes, a nivel agregado en la región y en cada una de las geografías en las que está presente. Este sistema de medición social es referencia para el sector.

Por otra parte, la Fundación Microfinanzas BBVA ha sido reconocida en 2015 por el Fondo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU como una de las 13 instituciones privadas mundiales que forman parte de su Grupo Asesor del Sector Privado. Además, ha formalizado un acuerdo de colaboración con la Agencia de Naciones Unidas para la Igualdad de Género y Empoderamiento de la Mujer con el objetivo de favorecer el enorme potencial de emprendimiento de las mujeres y su capacidad para impactar en la reducción de la pobreza y convertirse en motor de prosperidad. También, en Colombia participa en el proyecto Microfinanzas para Adaptación al Cambio Climático del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, para que los clientes rurales de bajos ingresos adapten sus cultivos al cambio climático.

En relación a su actividad institucional, la Fundación Microfinanzas BBVA ha continuado recibiendo reconocimientos a sus entidades de microfinanzas, clientes y a sus primeros niveles.

De cara a 2016, se persigue incrementar la escala y el alcance con una propuesta de valor ampliada que asegure el desarrollo y progreso de los emprendedores a través de soluciones tecnológicas, además de mejorar la eficiencia, los procesos y el aprovechamiento de las sinergias del Grupo.

1. La Fundación Microfinanzas BBVA nace de la Responsabilidad Corporativa del Grupo BBVA, pero como entidad sin ánimo de lucro, es independiente del mismo, tanto en su gobierno como en su gestión. Por ello, es intención del Grupo BBVA reflejar en su Informe Anual la circunstancia de que la Fundación Microfinanzas BBVA no forma parte del grupo financiero BBVA. Como consecuencia de lo anterior, el Grupo BBVA ni gestiona ni responde la actividad desarrollada por la fundación o por las entidades financieras que la fundación adquiera para el cumplimiento de sus fines.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Productos de alto impacto social

Apoyo a Pymes

BBVA entiende que las pymes son el motor que impulsa el desarrollo social del país, y a través de la educación, como la mejor palanca de desarrollo y promotor de la equidad social, el Banco diseñó en conjunto con la Universidad de los Andes el primer programa de formación para pymes realizado en Colombia por una entidad financiera.

Por medio de las distintas líneas de crédito ofrecidas por el Banco se logró llegar a una gran cantidad de nuevos clientes, en 2015 contamos con 110.223 clientes, facturando \$ 3.345 Billones destinados a la adquisición de activos productivos, brindándoles mayor competitividad en el mercado y ayudándoles así a crecer de manera sostenida.

En el 2015 el Segmento Pyme apalancó su crecimiento en inversión crediticia con una estrategia focalizada en agroindustria y comercio. Los principales vectores fueron Leasing y Agrocrédito, y es muy importante mencionar el avance en el modelo de generación de preaprobados, convirtiéndose en un generador de nuevas operaciones. En cuanto a transaccionalidad, fue un excelente año en evolución de recaudos y adquirencias.

Otro logro a destacar, es el posicionamiento de BBVA Colombia como un banco referente en cuanto al apoyo y la atención diferencial a las Pymes. En el 2015 se lanzó la Plataforma Camino al Éxito, la cual es una evolución del Premio Pyme BBVA. Esta plataforma tuvo como complemento el Programa de Formación a Pymes y permitió llevar a las aulas a 170 empresarios en las cinco principales ciudades del país. Adicionalmente, 550 empresarios accedieron a los programas de formación online.

Por primera vez, el Segmento Pyme lanzó una campaña de notoriedad potente con presencia impresa en los principales medios escritos, además de pauta radial en las más grandes cadenas a nivel nacional, definiéndose como mensaje principal "Tu Pyme ya no está sola".

A nivel de canales de distribución, se llevó a cabo la segunda fase de fortalecimiento a la fuerza de ventas externa Pyme, llegando a 30 ejecutivos de Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga y Eje Cafetero. Igualmente, se realizó un proceso de actualización y capacitación para el 100% de los Ejecutivos de Negocios, en temas de producto y modelo de gestión, con el objetivo de fortalecerlos para la venta integral y consultiva del portafolio Pyme.

Productos de alto impacto social

Apoyo a particulares con necesidades especiales

Tarjeta de Afinidad "Héroes"

Continuamos fortaleciendo la relación comercial con los miembros activos y administrativos de la Policía Nacional y Fuerzas Militares de Colombia, permitiéndoles que sus metas fuesen más fáciles de alcanzar a través de los productos y servicios preferenciales en nómina, libranzas, tarjetas de crédito y demás productos del activo y del pasivo, obteniendo una facturación de 14.819 millones al cierre del año.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Al cierre del 2015, el Programa Héroes de BBVA en convenio con el Ministerio de Defensa, ha aportado más de \$150 millones de pesos, a través de la Tarjeta Héroes, para los proyectos de bienestar que adelanta el Viceministerio del Grupo Social y Empresarial de la Defensa (GSED). Adicionalmente, dentro de la oferta de valor del Programa Héroes, se firmó convenio con Caja Honor para brindar beneficios preferenciales para el apoyo de la adquisición de Vivienda de Militares y Policías.

Además se fortaleció el Programa de Responsabilidad Corporativa, llegando a más de 17.000 militares y policías, que recibieron capacitación mediante 68.000 talleres de Educación Financiera con el programa "Adelante con tu futuro". Se entregaron más de 1.000 kits escolares como apoyo e incentivo a la educación de la niñez en el proyecto de bienestar a la sociedad que lideran las diferentes Fuerzas Armadas de Colombia dentro del territorio.

Tarjeta de Crédito de Afinidad Mujer BBVA

Desde hace varios años, decidimos que las Mujeres tenían que tener una tarjeta especial en la oferta de productos y servicios de BBVA Colombia. Ellas son la base de la economía del hogar, son generadoras de bienestar en todos los entornos: participan de manera trascendente en las decisiones importantes que buscan el desarrollo de la familia, como elegir el colegio de los hijos, la ubicación de su residencia, la calidad de alimentación, efectuar control del gasto, entre otras. En resumen, conocemos el rol en la sociedad colombiana y su enorme capacidad de influencia, y gracias a ello definimos que era necesario tener producto especial, con promociones y servicios dedicados exclusivamente a ellas. Para acompañarlas en su vida diaria, BBVA ofrece la Tarjeta Mujer en alianza con Visa.

La Tarjeta de Crédito Mujer de BBVA cuenta con asistencias al hogar para que ellas tengan a la mano especialistas que les sirvan en la atención de las incomodas eventualidades que a todos nos suceden en casa: servicios de plomería, cerrajería, daños eléctricos, entre otros, están a su disposición y son totalmente gratuitas. Además, teniendo en cuenta sus gustos y necesidades, también

realizamos promociones y descuentos en los comercios de sus preferencias.

Líneas de crédito de apoyo agroindustrial

En 2015, BBVA consciente de los retos para la modernización y especialización de la estructura productiva del país, diseña alternativas de financiación y ofrece un portafolio completo de productos y servicios con soluciones agroindustriales, (Líneas de Fomento Agropecuario, Agrocrédito y Agroleasing), así mismo en este año prestó asesoría especializada y acompañamiento en la estructuración de más de 3.000 proyectos agroindustriales encaminados a satisfacer las necesidades de cada uno de los participantes en la cadena productiva agropecuaria.

Para BBVA es claro el compromiso encaminado a trabajar por el crecimiento de forma sostenible y competitiva de los productores y empresas agroindustriales aportando para que nuestros productos agropecuarios se integren en la economía mundial en línea con las estrategias para ampliar el mercado. Evidenciando en los resultados el otorgamiento de créditos por \$468.817 millones posicionándonos como el banco líder en la financiación del sector.

Financiación de proyectos de desarrollo e infraestructura sostenible

BBVA en 2015 financió en proyectos de desarrollo e infraestructura sostenible y eficiencia energética, \$142.176.792.97 a sectores prioritarios (energías verdes, desarrollo urbano, pymes, sector exportación).

Comercio Exterior

Durante el 2015, el país afrontó una devaluación del peso colombiano del 32% y durante los primeros 11 meses del año las exportaciones disminuyeron un 35.1%. No obstante lo anterior, el área de Comercio Exterior obtuvo muy buenos resultados y BBVA Colombia se logró consolidar en el mercado y cumplir con su propósito de "estar más cerca de los clientes".

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Se generaron ingresos por la colocación de crédito comprador con respaldo de la Agencia de Crédito a la Exportación (ECA), solución que posibilitó a los clientes la financiación a largo plazo y a tasas competitivas de la adquisición de maquinaria y servicios del exterior y al Banco obtener una rentabilidad razonable a menor riesgo. La firma de estos convenios, enlaza a varias oficinas del BBVA en el mundo y genera un vínculo comercial de varios años con el cliente, mostrando a BBVA Colombia como integrador de soluciones en Comercio Exterior.

BBVA Colombia fue el único banco en el mercado que en forma proactiva y en sinergia con BBVA Provincial (Venezuela), logró que los clientes exportadores tuvieran una forma de pago segura en el mercado venezolano y con procesos ágiles, permitiendo reactivar las relaciones comerciales con empresas productoras de alimentos, medicinas y elementos de aseo, brindando apoyo, orientación y excelente servicio por abordarle la operación al cliente de punta a punta de acuerdo a los lineamientos del programa Global Trade Finance (GTF) del BBVA.

Durante el 2015 se relanzó el producto operaciones en Yuanes, servicio que permite tanto girar como recibir en dicha moneda,

de tal manera que los clientes cuentan con nuevas opciones para mitigar el riesgo cambiario en sus operaciones de comercio exterior.

El banco también es reconocido por capacitar y apoyar a las empresas en sus procesos de comercio internacional. Con el Sector Educativo con Universidades en Bogotá y Medellín y junto con entidades del Sector Externo como con las Cámaras de Comercio Binacionales (Cámara Colombo China, Cámara Colombo Chilena, Cámara Colombo India), se desarrolló un plan de actividades para estar más cerca de los clientes que llegan a Colombia y/o que quieren salir del país a Internacionalizarse.

Durante el año 2015 se realizó la Gira Nacional de capacitación para clientes en temas de Régimen Cambiario, nuevas disposiciones de los entes de control y productos Comex. Fueron capacitados más de 3.000 clientes en las 10 principales ciudades del país, en temas de normas internacionales. Además en 2015 se diseñó el programa de formación en productos Bancarios con énfasis en Comercio Exterior y contó con la participación de la Universidad de los Andes, reforzando el tema de Innovación a las empresas participantes.

Gestión responsable de clientes

Gestión responsable de clientes

Conocimiento del cliente

El objetivo de BBVA es ser el mejor banco para los clientes, ofrecerles los productos y servicios más convenientes, de una forma sencilla, transparente, accesible, rápida, en cualquier momento, y desde cualquier dispositivo. Por ello, el reto que nos hemos marcado es ser el banco más recomendado por nuestros clientes.

Para mejorar permanentemente la experiencia con el banco y la recomendación del mismo, se reforzó el modelo de seguimiento a la voz

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

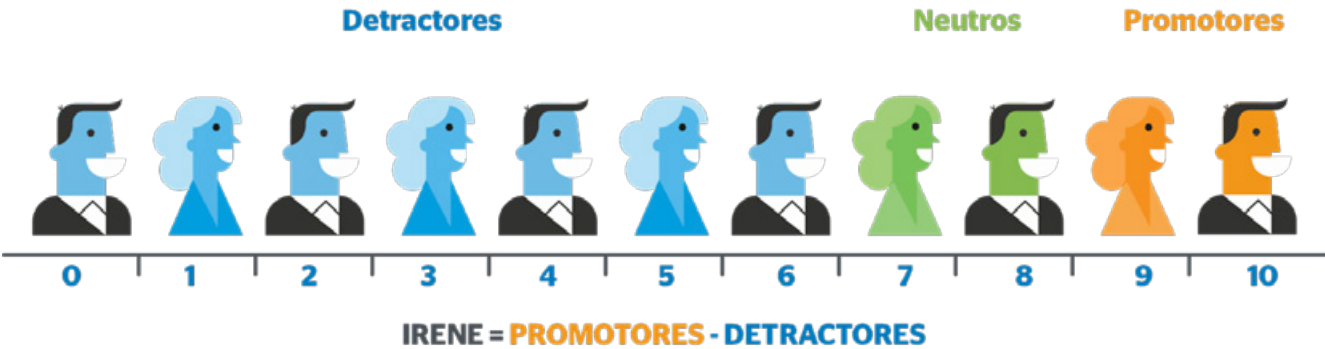
Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

del cliente, implantando una herramienta y sistemática específicas de supervisión y análisis de lo que los clientes opinan, tratando cada experiencia individualmente, para aplicar acciones de mejora que satisfagan necesidades reales. Este esfuerzo propició que el IReNe de oficinas haya sido el mejor hasta ahora.

Se reforzó la evaluación de la percepción del cliente sobre lo Transparente, Claro y Responsable que es el Banco, y se definieron acciones iniciales que permitan la mejora. Se profundizó en la revisión de procesos con visión cliente, para mejorar la experiencia a lo largo del ciclo de vida de los productos. Así mismo, para entregar al cliente información clara y completa, se desarrolló una funcionalidad que facilita y mide la comunicación de la red de oficinas con áreas centrales.



El índice de recomendación neta a mercado abierto, afianzó la segunda posición, pero disminuyendo la distancia con el líder, quedando en empate técnico. De igual forma mejoró el IReNe Global.

Índice de Recomendación Neta (IReNe) Global

	Acumulado a Mayo 2015*	Acumulado a Agosto 2015*	Acumulado a Diciembre 2015*
IReNe Global Banco	64%	65%	65%

* Acumulado desde Marzo 2015

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Gestión responsable de clientes

Gestión de Quejas y Reclamaciones

Las reclamaciones como fuente de la voz del cliente permiten identificar las causas que hay detrás de las quejas y activar planes de acción. Sin duda alguna, representan un momento de la verdad, cuyo análisis y gestión proporcionan información relevante sobre motivos de insatisfacción de los clientes.

El modelo de gestión de quejas y reclamaciones tiene los siguientes objetivos:

- Mayor agilidad y sencillez a través de procesos rápidos y acuerdos de servicio con las diferentes áreas que permitan la resolución online de la gestión de quejas no complejas.
- Mayor transparencia, facilitando al funcionario y al cliente una información clara y precisa relativa a la reclamación, mediante mecanismos que posibiliten la trazabilidad de la misma.
- Resolución de las reclamaciones en el ámbito de la entidad y que no se trasladen a los Organismos Reguladores, consiguiendo así que la Gestión de Reclamaciones y Quejas nos hagan ser líderes en la respuesta a las insatisfacciones de nuestros clientes.
- Facilitar la comunicación con el cliente desde los distintos canales, definido el modelo de gestión como un proceso multicanal.
- Para lograr nuestros objetivos, nos apoyaremos en los procesos digitales puestos en marcha por el Banco.
- En definitiva, BBVA apuesta por la tecnología y la digitalización al servicio del cliente y el cliente como punto de referencia en todo el proceso.

En PQR de personas naturales, se destaca la disminución de quejas radicadas, lo cual concuerda con los planes de mitigación de causas de reclamación. En paralelo avanzó la optimización del proceso de atención que conllevó mejora en el porcentaje de quejas atendidas a tiempo e incremento en el porcentaje atendido en el primer contacto. Respecto a personas jurídicas, se definieron productos a atender en primer contacto y se reforzó la solución en este momento.

IReNe PQYR

Indice de Recomendación Neta (IReNe) Reclamos

	Acumulado Marzo - Mayo 2015	Acumulado Junio - Agosto 2015	Acumulado Septiembre - Noviembre 2015
IReNe Reclamos	0%	8%	-3%

Aunque el resultado obtenido en el IReNe para el 2015 no tuvo la tendencia esperada, hemos podido utilizar la percepción del cliente para identificar puntos de mejora tanto para la atención de las PQyR, como para la gestión realizada por las diferentes áreas permitiéndonos elaborar planes de acción para 2016 con los que impactaremos el indicador.

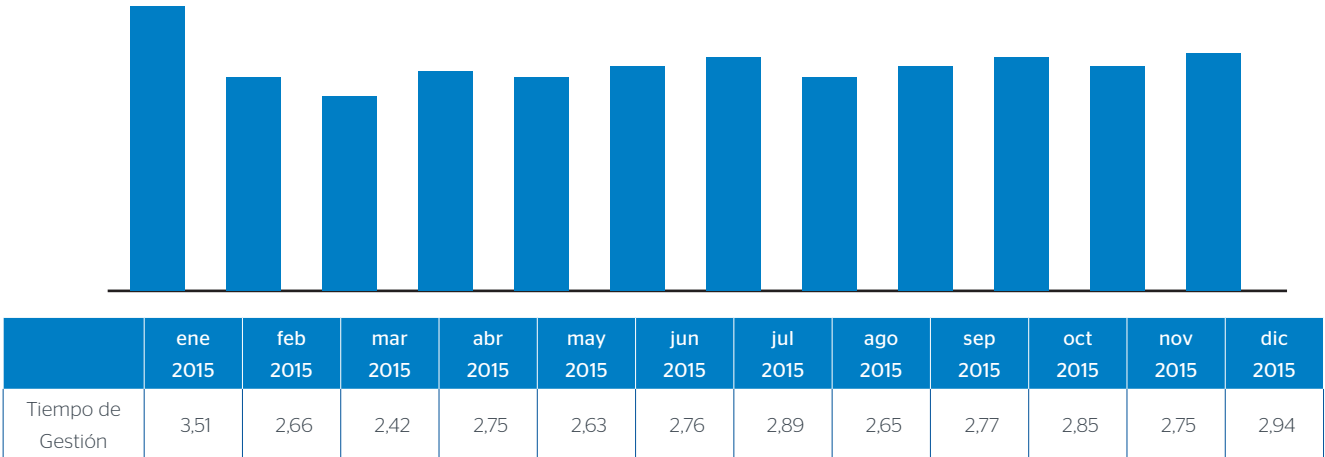
Las acciones de mayor relevancia que se definieron son:

1. Intervención en la elaboración de fichas de producto enfocadas en TCR (Transparencia, Claridad y Responsabilidad) enfocados en los temas de mayor impacto en las PQyR.
2. Continuar con la migración a solución primer contacto ya que el tiempo es uno de los indicadores de mayor impacto en el IReNe.
3. Capacitación continua a las diferentes áreas de contacto con el cliente que nos permitirá atención inmediata y resolución oportuna a las necesidades de estos.

Número de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes

	ene 2015	feb 2015	mar 2015	abr 2015	may 2015	jun 2015	jul 2015	ago 2015	sep 2015	oct 2015	nov 2015	dic 2015	Total 2015
Ley protección datos personales	1	3	4	6	2	1	12	7	9	5	5	5	60

Tiempo de resolución de los reclamos (Días hábiles)



Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

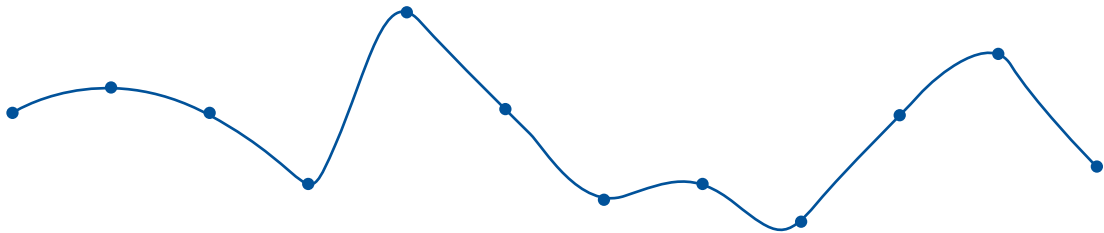
Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo

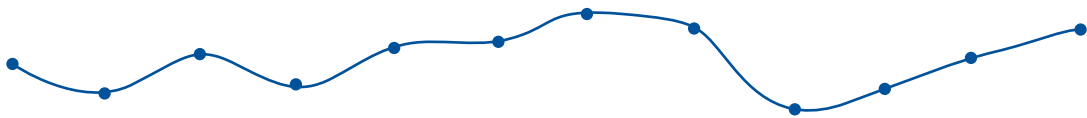
Promedio del año 92,4%



	ene 2015	feb 2015	mar 2015	abr 2015	may 2015	jun 2015	jul 2015	ago 2015	sep 2015	oct 2015	nov 2015	dic 2015
Porc/ de Oportunidad	92,99%	93,53%	92,72%	91,00%	95,37%	93,29%	90,69%	90,95%	90,01%	92,67%	94,34%	91,73%

Porcentaje de quejas y reclamos gestionados por soluciones primer Contacto

Promedio del año 59,19%



	ene 2015	feb 2015	mar 2015	abr 2015	may 2015	jun 2015	jul 2015	ago 2015	sep 2015	oct 2015	nov 2015	dic 2015
Reclamos Radicionados SPC	5.107	5.056	5.350	5.705	5.034	4.981	6.275	5.102	5.586	5.975	5.546	6.267
Reclamos Gestionados SPC	2.996	2.853	3.182	3.251	3.028	3.032	3.929	3.173	3.101	3.379	3.286	3.849
Porc/ de Participación	58,66%	56,43%	59,48%	56,99%	60,15%	60,87%	62,61%	62,19%	55,51%	56,55%	59,25%	61,42%

Por último, la figura del Defensor del Cliente, formula permanentemente recomendaciones y propuestas para favorecer las buenas prácticas bancarias y las relaciones de confianza que deben existir entre el Banco y sus clientes.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Gestión responsable de clientes

Omnicanalidad

BBVA diseña su estrategia omnicanal de tal modo que permita a los clientes contactar al banco del modo para ellos, independientemente de cuándo, cómo o dónde deseen acceder: accediendo desde cualquier lugar en el momento más conveniente y a través de cualquier dispositivo.

La estrategia omnicanal de BBVA se apoya en tres pilares principales:

- El cliente podrá elegir el canal que más le interese para cada operación.
- El cliente debe percibir una única experiencia en su interlocución con BBVA, no detectando los múltiples canales como diferentes formas de acceso.
- Con análisis de los procesos, permitiendo al cliente una experiencia ágil y sólida que dé respuesta a sus necesidades.

Para lograr la transformación omnicanal del banco, hemos desarrollado diferentes líneas de trabajo. Por un lado, en términos de experiencia de cliente, estamos impulsando un nuevo modelo, en el que el móvil representa uno de los principales puntos de interacción con el cliente y se convierte en una pieza clave de la estrategia omnicanal.

Las principales características de este modelo son el autoservicio, los accesos en "one click", la posibilidad recibir notificaciones y propuestas comerciales, así como la firma de contratos digital.

Por otro lado, el modelo de distribución está caracterizado por una oferta digital de fácil experiencia de usuario; el uso de gestores remotos personalizados que ayuden a los clientes a resolver cualquier incidencia o duda de forma sencilla, a través del teléfono, e-mail o de la web.

Además, estamos desarrollando nuevos modelos de negocio, como BBVA Wallet, una aplicación vertical diseñada para permitir a los clientes tanto el pago con el móvil, como la gestión de sus tarjetas. Esta aplicación incluye también otras funcionalidades que proporcionan una experiencia de cliente superior, como la financiación al consumo, la posibilidad de asociar fotos a gastos, o la geolocalización de los pagos.

Esta transformación ha tenido claras evidencias en 2015:

- Impulso a la venta de productos por Banca Móvil, Bbva Net y Cajeros automáticos como créditos de consumo y tarjetas de crédito preaprobadas.
- Nuevas funcionalidad que le permite al cliente solicitar una tarjeta de crédito vía el sitio web de BBVA.
- Aumento de un 71% de los clientes móviles llegando a 282.000 clientes activos a finales de 2015.

	2013	2014	2015
Operaciones por canales (%)			
OFICINAS	14,80%	13,10%	12,00%
CB	1,00%	0,80%	0,80%
Cajeros	35,30%	35,80%	33,70%
Línea BBA	0,20%	0,20%	0,10%
BBVA net	13,70%	13,60%	13,70%
Banca móvil	0,10%	0,80%	1,90%
Compras establecimientos	14,00%	14,70%	15,40%
Débito automatico	20,80%	21,00%	22,10%
Clientes por canales			
Línea bbva	N/A	96.000	121.000
BBVA net	N/A	330.000	331.843
Banca móvil	N/A	167.817	281.838

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientesRiesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Gestión responsable de clientes

Protección del cliente

El Nuevo Código Conducta establece la importancia de salvaguardar la confidencialidad de nuestros clientes, empleados y terceros incluyendo el cumplimiento de los requerimientos legales y las normas corporativas aplicables en materia de Protección de Datos Personales, lo anterior se encuentra plasmado en políticas internas dirigidas a promover esta política de protección por nuestros clientes.

Los principios generales del modelo, así como las orientaciones regulatorias locales, fueron objeto de capacitación a los empleados del Banco en 2015.

En desarrollo de lo establecido en las políticas corporativas de BBVA, el Área ejecutó, en el 2015, Compliance Testing a 32 oficinas de la Red para validar los controles asociados a la función de protección de datos personales. De acuerdo con los resultados obtenidos, se acometerán planes de mejoramiento que fortalecerán la aplicación de los principios corporativos y la normativa legal. El Compliance Testing es una metodología orientada a verificar que los controles establecidos para mitigar los Riesgos se estén ejecutando de manera adecuada.

Durante el año 2015, Gestión del Fraude y Seguridad de la Información continuó fortaleciendo el modelo para la administración integral del fraude y el aseguramiento lógico con soluciones en sistemas de seguridad lógica para prevenir y mitigar riesgos de fraude, que permitan contrarrestar las nuevas tendencias de ataques en la delincuencia organizada.

En materia de prevención del fraude, en el 2015 se redujo, en un 16%, el fraude contabilizando, cumpliéndose con los objetivos de reducción propuestos. Así mismo BBVA Colombia se ha posicionado a nivel del sector Bancario como una de las entidades referentes en temas como prevención, recuperación de dineros

sustraídos y mitigación de eventos de esta naturaleza. A lo largo del año 2015, el Banco participó de manera activa y permanente en los programas de mejores prácticas, creando sinergias con diferentes entidades y establecimientos comerciales.

Con la implementación de nuevas tecnologías para la seguridad, se implementan herramientas de seguridad para la protección de la información confidencial del Banco; herramientas para la prevención de fuga de información como: Data Lost Prevention Red y CloudLock, para control de salida de información en la red y Google respectivamente; Network Access Control para control de acceso a la red permitiendo ejercer vigilancia sobre los equipos que ingresan a la red; entre otras.

Se implementa el Modelo Corporativo de Perfilado, el cual controla la gestión de los permisos de acceso a los sistemas de información del Banco.

En el ámbito de la Gestión de Riesgo tecnológico y Gobierno se han encaminado acciones orientadas a fortalecer la Ciberseguridad permitiendo contrarrestar las amenazas informáticas alineados a estándares internacionales como los definidos por el Banco Central Europeo (BCE). Los eventos de Riesgo Tecnológico se mantienen en monitoreo permanente con el fin de minimizarlos, apoyados con campañas de sensibilización y la celebración del día internacional de la Seguridad de la información con el lema ¡Ciberseguridad; asegurando la transformación digital en BBVA!

Así mismo, en materia de Control Interno, se mantiene el adecuado cumplimiento de los requerimientos de Auditoría en el ámbito tecnológico, emitidos por los diferentes entes de Control, de esta forma se brinda confianza a clientes y usuarios en materia de prevención de riesgo de fraude tecnológico.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Modelo de Gestión del Riesgo Reputacional

Junto con las variables financieras, en la gestión del riesgo tomamos en consideración los aspectos ambientales, sociales y reputacionales. Estos riesgos pueden afectar el perfil crediticio de los prestatarios o de los proyectos que financiamos y por tanto a la calidad del riesgo asumido y, en definitiva, al desembolso de los créditos.

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 las 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 de reputación 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 dentro de unos límites controlados, con base en parámetros previamente establecidos y con un perfil equilibrado. Así mismo, 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 estos propósitos, el Banco 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 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.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Concesión responsable de crédito

BBVA ha incorporado las mejores prácticas de concesión responsable de préstamos y créditos a los consumidores, y dispone de políticas y procedimientos mejorando con ello la transparencia de los servicios bancarios y responsabilidad.

La administración de riesgo crediticio en BBVA Colombia se encuentra enmarcada bajo un conjunto de normas, las cuales establecen el marco de actuación en el que debe orientarse la gestión y el control. La política general, dentro de un perfil conservador, establece unos requisitos que condicionan la vida de la operación desde su formalización hasta el vencimiento.

Al momento del otorgamiento, es indispensable tener en cuenta la generación de recursos, solvencia patrimonial, conocimiento del cliente y garantías suficientes que cubran el riesgo en caso de presentarse algún tipo de contingencia. En el proceso de evaluación, debe efectuarse un correcto análisis que permita argumentar la decisión de crédito, el cual debe buscar un equilibrio entre su finalidad, importe, plazo y forma de amortización.

Siguiendo los lineamientos establecidos por la superintendencia Financiera de Colombia, BBVA Colombia ha incorporado dentro de su metodología los modelos de referencia para el cálculo de provisiones:

- Modelo de referencia comercial (mrc): para su cálculo se toma en cuenta el tamaño de la empresa, garantías existentes y un componente de alineamiento, el cual depende del comportamiento de pago interno y externo.

- Modelo de referencia de consumo (mrco): su metodología se basa en el destino del crédito, el comportamiento histórico de pagos en los últimos 36 meses, variable de alineamiento externo, garantías, entre otras.

Dentro del sistema de provisiones definido por el ente regulador, se establece el cálculo de las provisiones contracíclicas, el cual pretende aumentar la constitución de provisiones en épocas de expansión económica con el fin de mitigar el impacto en el estado de resultados ante eventuales cambios en el riesgo de crédito de los deudores.

En relación con el seguimiento del portafolio, se potenció la herramienta diseñada para la valoración de este riesgo, de conformidad con el marco corporativo de alertas tempranas, partiendo de fundamentos estadísticos que permiten determinar.

Las alertas con mayor predictibilidad. A su vez, se amplió su alcance para lograr la publicación de la herramienta en la intranet con lo que se prevé una interacción más eficiente entre las áreas centrales y la red de oficinas. Así, se identifican los clientes de acuerdo con su prioridad de gestión, cuya ejecución es apoyada desde las áreas centrales de seguimiento.

Para el cierre del 2015, la cartera presenta un saldo de mora de \$ 585Mm, con un ratio de 1.58%. Durante el 2015, BBVA conserva el liderazgo en el ratio de dudosa ubicándose 51 pbs por debajo del sector, el cual presenta un ratio de 2.12% (cifras a noviembre de 2015).

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Principios del Ecuador



Los Principios de Ecuador (PE) son la referencia del sector financiero para determinar, evaluar y gestionar los riesgos ambientales y sociales de los proyectos. Están basados en la Política y Normas de Desempeño sobre Sostenibilidad Ambiental y Social de la Corporación Financiera Internacional (IFC) y las Guías Generales sobre Medio Ambiente, Salud y Seguridad del Banco Mundial.

Los PE son aplicables a la financiación de proyectos nuevos y expansiones significativas mediante cuatro productos financieros: asesoramiento en la financiación de proyectos, financiación de proyectos, préstamos corporativos vinculados a proyectos y préstamos puente.

En 2013 se ha publicado la última versión de los Principios de Ecuador, que extiende su alcance, aborda nuevas preocupaciones ambientales y sociales y supone un avance significativo en la transparencia y consistencia de su implementación.

BBVA desde su adhesión a PE, aplica con un alcance mayor que el estándar, ampliándolo a proyectos en fase de operación y a aquellos financiados con otros productos financieros: bono de proyecto, cesión de derechos de crédito y garantías vinculadas

a proyectos. BBVA no aplica el umbral mínimo de 10 millones de dólares establecido, revisando bajo los PE todas las operaciones, independientemente de su importe.

En BBVA contamos con un equipo dedicado a la gestión de los PE, integrado en el área de Corporate & Investment Banking (CIB), que analiza los proyectos, representa al banco ante los grupos de interés, rinde cuentas ante la alta dirección y diseña el sistema de gestión, proponiendo la adopción de mejores prácticas y participando en la formación y comunicación de todos los aspectos relacionados con los PE.

El análisis de los proyectos está incorporado en los procesos internos de estructuración, admisión y monitoreo. Cada transacción se somete a un proceso de due diligence ambiental y social que se inicia con la asignación de una categoría (A, B o C) conforme al proceso de categorización del IFC que refleja el nivel de riesgo e impacto ambiental y social del proyecto.

*Durante 2015, no hubo ningún proyecto financiado bajo la metodología de PE

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales**Proveedores**

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Proveedores

La relación de BBVA con sus proveedores se rige por el Código de Conducta BBVA y se basa en el respeto a la legalidad, integridad, concurrencia, objetividad, transparencia, creación de valor y confidencialidad.

En BBVA aspiramos a que nuestros proveedores compartan nuestros propios estándares en materia social y medioambiental y los valores impulsados por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Además, contamos desde 2012 con una política de Compras Responsables, para fomentar los aspectos sociales y medioambientales en nuestra relación con los proveedores.

Proveedores

Homologación de proveedores

En proceso de Homologación para los proveedores recurrentes, con mayores volúmenes de compras, en el que se evalúan once aspectos:

- Infraestructura técnica y humana.
- Solvencia económico-financiera.
- Cumplimiento compromisos de pago.
- Consolidación en el mercado.
- Referencias.
- Capacidad de suministro.
- Capacidad de Abastecimiento (informativo).
- Calidad (procesos y productos/servicios).
- Servicio postventa y garantías.
- Organización y tecnología.
- Sostenibilidad (Medio Ambiente, diversidad, igualdad, seguridad laboral, etc.).

Dicha homologación consiste en valorar la capacidad productiva, técnica, financiera, jurídica y comercial requerida por BBVA, garantizando el cumplimiento de los compromisos contratados, así como validar que los proveedores comparten los mismos valores de BBVA en términos de Responsabilidad Corporativa.

En 2015 se trabajó basados en el cuestionario de proveedores de mayor cuantía, la adhesión de los proveedores a los 10 principios del pacto mundial, o en su defecto, y dependiendo del servicio que presten, en garantizar que el proveedor tenga políticas claras a favor del medio ambiente y del respeto a los derechos humanos.

De otra parte, se han habilitado contrataciones con proveedores

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

que promueven la vinculación de personal con discapacidad o madres cabeza de familia, así:

Proveedor Granfundación: Apoyo a madres cabeza de familia:

- Contratación Compras HUB \$21.642.000 vigencia del 24/11/2015 al 24/11/2016 para la contratación de consecución de documentos de inmuebles propiedad del banco a nivel nacional.
- Contratación Compras Colombia \$ 396.720.000 vigencia del 01/10/2015 al 30/9/2018 para la contratación de la custodia, mantenimiento, y cuidado de inmuebles en Dación de Pago

Proveedor Atento: Apoyo personal con discapacidad Física

- Contratación Compras Colombia: \$ 526.945.560 vigencia del 1/7/2015 al 30/6/2018, para el servicio de operadoras del conmutadores edificios Singulares Bogotá

Proveedor Indra:

- Contratación compras Colombia \$ 34.375.000 Asistencia técnica para la implementación del SGA ISO 14001 - certificación medioambiental edificios singulares Bogotá.

Se espera para el 2016 incluir en nuestros contratos la cláusula medio ambiental que busca garantizar el adecuado manejo de los residuos de obra, en este momento está en revisión de nuestra área jurídica.

Proveedores

GPS - Global Procurement System

Plataforma tecnológica global que da soporte a todas las fases del Proceso de Aprovisionamiento en el Grupo BBVA (presupuesto, compras y finanzas). Los avances de GPS en 2015 han sido los siguientes:

- El ciclo completo de aprovisionamiento se encuentra operativo en la plataforma GPS.
- Se ha complementado la plataforma GPS con el Centro de Relación con Proveedores Latam: servicio global periférico de captación y soporte de nivel 1 para proveedores de Latinoamérica incorporados al Portal de Proveedores Adquira Marketplace (Permite la interacción online entre empresas del Grupo y sus proveedores, a través de un entorno colaborativo; cubre los principales escenarios del Proceso de Aprovisionamiento, desde la emisión de pedidos hasta el registro de facturas, y permite el intercambio electrónico de documentos, eliminando los documentos en formato papel)
- A partir del mes de marzo de 2015, se incorporó al modelo corporativo, el Hub regional, desde donde se consolidaran las necesidades de aprovisionamiento de 7 países de la región: Colombia, Chile, Perú, Argentina, Uruguay, Paraguay y Venezuela.

Mayor cuantía	Cuantía intermedia	Menor cuantía
Pagos >\$2.000 M	Pagos entre \$200 M y <= \$2.000M	Pagos menores a \$200 M.
48	168	905

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Equipo

En BBVA creemos que las personas construyen las empresas, y por ello, queremos atraer a los profesionales que mayor valor aportan

Datos Generales			
Datos Generales	2013	2014	2015
Edad promedio	36	36,5	36,6
Antigüedad promedio	9,9	11,4	11,4
Empleados	6019	6.678	7.268
Hombres	42,5	41%	41,2
Mujeres	57,5	59%	58,8

* Hace referencia al total de empleados de las empresas BBVA en Colombia

Plantilla por grupos de edad			
Rango de Edad	2013	201	2015
Menor de 25	12,90%	11,9%	12%
Entre 25 y 45	68,10%	65,0%	64%
Mayor de 45	19,00%	23,1%	24%

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

Promedio Ingreso Mensual (millones de pesos)		
Categoría	F	M
Directivos	\$ 270.890.130	\$ 290.380.986
Mandos Medios	\$ 112.153.478	\$ 124.467.825
Especialistas	\$ 54.297.600	\$ 61.897.953
Fuerza de ventas	\$ 65.481.969	\$ 71.875.616
Puestos Base	\$ 28.444.578	\$ 30.685.636

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Contratos por Género			%	%
Categoría	F	M	F	M
Directivos	18	55	0,5%	2,3%
Especialistas	987	873	29,4%	37,1%
Fuerza de Ventas Externas	916	497	27,3%	21,1%
Mandos medios	115	133	3,4%	5,7%
Puestos base	1.324	795	39,4%	33,8%
Total general	3.360	2.353	58,8%	41,2%

Alcance: Empresas de BBVA en Colombia

Equipo

Gestionando el recurso humano

Durante 2015 nos seguimos consolidando con la transparencia en los procesos de promoción interna con 543 empleados promovidos, un 15% más que en 2014, a través de Apúntate a la Vacante. En los diferentes procesos de selección inmediata y bolsas hemos registrado 5.311 inscripciones, 3.264 valoraciones psicométricas, 1.335 entrevistas con jefes inmediatos y en solo un año en la Territorial Antioquia el 12% de la plantilla fue promovida, en Bogotá el 10.2%, en Occidente el 8.5%, en la Centro el 7.0% y en la Norte el 6.3%.

A nivel global nos destacamos como el país de mayor tasa de publicación de vacantes correspondiente al 92% y mayor tasa de efectividad de estas publicaciones equivalente al 75%. Localmente incrementamos un 15%, con respecto al 2015, el número de promovidos al interior del Banco favoreciendo el desarrollo profesional de nuestros colaboradores.

En temas de formación, la cobertura fue del 100% pusimos al alcance de los colaboradores a través de Campus BBVA con más de 800 cursos en diversos temas, nuestro Language Center con 10 niveles de Inglés y 295 moocs, cursos abiertos desarrollados por las mejores universidades en temas como Banca digital, finanzas, Marketing, entre otras.

En grandes cifras, durante de 2015 se realizaron 399.405 horas de formación con 85.712 participantes, equivalente a 66.6 horas por empleado. De estas 399.405 horas, el 75.5% se realizaron a través

Horas de formación	N. Horas	% Total horas	# participantes
Presencial	98.035	25%	85.712
Virtual	301.370	75%	4.297
Total	399.405	100,0%	81.415

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares de la información

En cultura y liderazgo se dio continuidad a las Escuelas Locales de Liderazgo (LIDERARTE y TRANSFORMARTE) las cuales se llevaron a cabo en distintas ciudades, esto con el objetivo de seguir brindando a nuestros líderes herramientas que les permitan una mayor efectividad en los resultados y el fortalecimiento de los vínculos de confianza con sus colaboradores. Algunos de los datos relevantes que podemos compartir de estos programas son: una participación de más de 230 personas de la Red, más de 5.500 horas de formación y más de 600 horas de Coaching.

Quizás como acción puntual es relevante también mencionar el impulso, entorno al fortalecimiento de la Skill One Team cuyas etapas lograron la consolidación de planes de acción necesarias para el fortalecimiento de esta Skill.

Con el fin de fortalecer la Propuesta de Valor para nuestros colaboradores lanzamos el programa “Tú&BBVA más felices”, el cual integra iniciativas que propenden por el bienestar de nuestra gente y su grupo familiar, ofreciendo beneficios de toda índole, dentro de los cuales podemos resaltar los siguientes: El portal de convenios que puede consultarse en la página web y en la APP, este cuenta con más de 309 comercios afiliados, 820 convenios, 15 categorías y 5.749 puntos de venta a nivel nacional. La inauguración del “Café de las Letras en BBVA”, que atiene a un 42% de la población de la D.G., el lanzamiento de la iniciativa “En Bici al Trabajo” que contó con la inauguración de nuestro excelente cicloparqueadero y la participación de 220 empleados, y fechas especiales con la participación del 100% de la plantilla.

El programa “Salud y Vida” desarrolló actividades de promoción y prevención en cada una de las 574 oficinas y edificios singulares, logrando llegar al 100% de cobertura incluyendo oficinas de plan de expansión, con el objetivo de buscar un ambiente sano y seguro para que los empleados de BBVA ejecuten sus actividades sin novedad.

Equipo

Condiciones laborales

En el 2015, se adelantaron las negociaciones de los Convenios Colectivos que enmarcar los beneficios de los trabajadores, lográndose mejoras a las condiciones laborales existentes. Estos procesos se caracterizaron por haberse desarrollado en un ambiente de respeto y cordialidad, favoreciendo el relacionamiento del Banco con los representantes del Pacto Colectivo y de las Organizaciones Sindicales.

Mapa Laboral Banco	Porcentaje
Pacto	80,2%
Convención	18,8%

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

SociedadCriterios y estándares
de la información

Sociedad

Sociedad

Educación para la sociedad

En BBVA nuestra visión es la de trabajar por un futuro mejor para las personas. Por ello, el foco de los programas sociales es la educación para la sociedad, con el fin de impulsar la integración social y la formación en valores de niños y jóvenes.

Programa de Becas “Niños Adelante”

Niños adelante, es un programa con el que BBVA Colombia se ha unido a las diferentes iniciativas que adelanta el Ministerio de Educación Nacional y con el que ha contribuido a la disminución de los índices de deserción escolar en Colombia al apoyar a 18.963 niños con becas que les permitieron adquirir sus uniformes y calzado y otros 65.000 con morrales con útiles escolares.

Apoyo a educación superior

En alianza con la Corporación Manos Visibles y las universidades Icesi y Eafit, de Cali y Medellín respectivamente, BBVA financia la educación de un grupo de 12 jóvenes que actualmente cursan entre quinto y sexto semestre de diferentes carreras universitarias con altos niveles de rendimiento académico.

Apoyo a formación técnica

BBVA apoya a la Fundación Plan a través de la financiación de los estudios de formación técnica de un grupo de jóvenes que en Sincelejo y otras ciudades del país se capacita en oficios como albañilería, jardinería, mampostería, entre otros, que les permite al final de su proceso educativo ocuparse laboralmente de manera inmediata, convirtiéndose en mano de obra calificada con gran demanda en los mercados regionales.



Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Sociedad

Innovación y conocimiento

La innovación es uno de los ejes principales de nuestra estrategia de grupo, y consideramos que es la palanca para el crecimiento no sólo de nuestro negocio sino de toda la sociedad, en ese sentido hemos creado el Centro de Innovación, un punto de encuentro para la comunidad, donde a través de distintos eventos y acciones de conexión con el ecosistema se integra cada vez con los distintos actores del emprendimiento colombiano.

Durante el 2015, hemos continuado la apuesta por la innovación abierta y la actividad del Centro de Innovación BBVA con un conjunto de actividades orientadas a potenciar el desarrollo del ecosistema de innovación y emprendimiento.

Esto nos permite situarnos como un agente activo en este ámbito a nivel internacional, así como identificar iniciativas de interés para la entidad.

El Centro de Innovación BBVA cuenta con un conjunto de escenarios realistas que representan los lugares donde los clientes

de BBVA se relacionan con su banco. Es un auténtico laboratorio donde se prueban nuevos proyectos desde fases tempranas para enriquecerlos y adaptarnos a las necesidades de las personas y poder ofrecerles nuevas experiencias financieras, nuestro mayor compromiso.

En el 2015, el Centro de Innovación BBVA ha realizado diferentes eventos y actividades, orientados difundir tendencias de innovación y actividad emprendedora, generar oportunidades de networking y potenciar la formación. Los eventos se han realizado en colaboración con distintas organizaciones, entre los que se encuentran The App Date, Knowsquare, Marketing Thinkers, Founder Institute, Revista Emprendedores, MITEF, entre otros; Igualmente, el Centro de Innovación BBVA fue el espacio de encuentro del MET, que sirvió para desarrollar las sesiones de trabajo y capacitación de un grupo de mujeres emprendedoras quienes a través de diferentes sesiones y charlas lograron consolidar una formación en temas de empresas, contabilidad, networking y marketing, entre otras.

Sociedad

BBVA Research

En cuanto a intercambio de conocimiento, BBVA Research ha elaborado 678 publicaciones económicas durante todo el año 2015, todas ellas publicadas en la web de BBVA Research; las temáticas que se han abordado en las publicaciones incluyen tanto análisis macroeconómico, regional o sectorial, como el estudio de los distintos sistemas financieros y de la regulación bancaria. La inclusión financiera, las pensiones, el mercado laboral o el sector inmobiliario también han sido facetas de la economía que BBVA Research ha tratado en sus publicaciones.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

SociedadCriterios y estándares
de la información

Sociedad

Medio ambiente

La política medioambiental de BBVA recoge el compromiso con la gestión responsable de los recursos naturales. La principal expresión de este compromiso es el Plan Global de Ecoeficiencia (PGE), que establece los siguientes objetivos por empleado para el periodo 2013-2015:

- Reducción del 6% en las emisiones de CO2.
- Reducción del 3% del consumo de papel.
- Reducción del 3% del consumo de agua.
- Reducción del 3% del consumo de electricidad.
- Un 33% de personas trabajando en edificios y oficinas con certificación ambiental.

Además de esto, el Plan establece controles de la generación de residuos como el papel, tóner, aparatos eléctricos y electrónicos y otros residuos peligrosos.

BBVA trabaja en las iniciativas de Protocolo Verde

BBVA Colombia por cuarto año consecutivo participa del Protocolo Verde, el presente Protocolo tiene por objeto facilitar la convergencia de esfuerzos del Gobierno Nacional y del Sector Financiero Colombiano para que este incorpore e implemente las políticas y prácticas que sean precursoras, multiplicadoras, demostrativas como ejemplares en términos de responsabilidad ambiental en armonía con un Desarrollo Sostenible que satisfaga las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras.

La firma del Protocolo Verde incluye el desarrollo de estrategias dirigidas a avanzar en tres aspectos fundamentales:

Estrategia 1: Generar lineamientos e instrumentos para promover el financiamiento del desarrollo con Sostenibilidad a través de las facilidades de crédito y/o inversión, y programas que promuevan, el uso sostenible de los recursos naturales renovables, la protección del medio ambiente y la competitividad de los sectores productivos del país, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Estrategia 2: Promover en sus procesos internos el consumo sostenible de recursos naturales renovables o de bienes y servicios que de ellos se derivan.

Estrategia 3: Considerar en los análisis de riesgo de crédito e inversión, los impactos y costos ambientales y sociales que se generan en las actividades y proyectos a ser financiados, teniendo como base el cumplimiento de la normatividad ambiental colombiana.

Iniciativas medioambientales

Para lograr las metas trazadas y ejecutar mejoras en las prácticas ambientales, desde 2007 se hace la recopilación los indicadores de consumo de recursos; durante estos años se han aplicado mejoras en la calidad de los datos que reportamos y se planea lanzar en 2016 una herramienta virtual que se encargue de la recopilación de los datos de consumo generados por las sucursales del banco y que esto a sus vez nos permita realizar un análisis de datos para desarrollar campañas puntuales de acuerdo a las necesidades de la zona, región o temática ecológica.

Esto con el objetivo de mitigar los efectos directos e indirectos de las actividades en el entorno.

Los indicadores que sobresalen en el cumplimiento de los objetivos de las iniciativas es la reducción de consumo por el empleado y el impacto ambiental generado.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Formación e iniciativas de sensibilización ambiental

Durante 2015 BBVA Colombia, ejecuto internamente con proveedor, clientes, empleados y sus familias diversas campañas de sensibilización, las cuales pretendían enseñar buenas prácticas en la utilización de los recursos naturales disponibles en el entorno en la búsqueda de disminuir el impacto del cambio climático.

Con la remodelación de las áreas sociales del Banco se adelantó en conjunto con RR.HH en Dirección General y Teusaquillo campañas pedagógicas para mejorar la segregación de material desde la fuente.

Consult Green, entidad con quien realizamos todo el acompañamiento, asesoría y actividades necesarias para la implementación exitosa de las campañas y quien es la encargada de recoger todo el material reciclable, alianza que ha permitido recuperar todos los materiales que potencialmente son susceptibles de ser reciclados, sin importar su valor comercial; permitiendo contribuir en la búsqueda de la sostenibilidad, tanto para la sociedad en general, como para nuestro negocio.

El programa arrojó resultados satisfactorios al lograr que los empleados mejoren 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, un total de 55.149 kilos de residuos sólidos aprovechables y que discriminadamente, se presenta así:

Mes/material	Cartón	Plástico	Vidrio	Pet	Periódico	Chatarra	Plegadiza	Papel reciclado	Total
Enero	828	61	482	359	102	-	120	3.313	5.265
Febrero	704	76	581	252	121	99	111	1.746	3.690
Marzo	1.176	84	526	209	305	56	7.446	2.779	12.581
Abril	1.027	43	707	185	233	58	69	1.907	4.229
Mayo	500	27	439	170	255	36	73	2.307	3.807
Junio	289	40	432	191	259	56	65	1.541	2.873
Julio	557	62	533	146	274	95	56	3.081	4.804
Agosto	334	54	497	154	330	19	66	1.342	2.796
Septiembre	471	82	597	200	426	54	283	2.134	4.247
Octubre	565	29	440	119	194	24	61	1.813	3.245
Noviembre	604	64	637	171	328	86	83	1.686	3.659
Diciembre	834	39	462	172	223	88	189	1.946	3.953
Total	7.889	661	6.333	2.328	3.050	671	8.622	25.595	55.149

Ahorro de Recursos

Los siguientes son los recursos ahorrados, gracias a los recursos reciclables recuperados en este periodo de tiempo (año 2015):

Material	Agua (m3)	Energía(kWh)	Co ₂ (Kg)	# Árboles
Papel	19.868,6	343.185,6	76.765,2	767,7
Plástico	5.978,0	17.258,5	926,6	
Vidrio	6,3	266,0	1.393,3	
Metal	67,1	1.342,0	973,5	
Total	25.920,1	362.052,1	80.058,6	767,7

Huella de carbono generada en las transacciones bancarias

BBVA midió la huella de carbono de una transacción promedio a través de sucursal física versus sucursal virtual, y esto fue lo que encontramos.

La huella de carbono mide el aporte que genera una actividad o producto al calentamiento global.



La huella de la transacción física es 5,3 veces mayor que la virtual.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

SociedadCriterios y estándares
de la información

Sociedad

Sistema de gestión medio ambiental (SSG) / Proceso de certificación Norma ISO 14001

Teniendo en cuenta que BBVA Colombia desde años atrás adoptó el respeto al medio ambiente y la eficiencia en el uso de los recursos naturales como una de las dimensiones de su responsabilidad corporativa, mediante la concientización de los funcionarios a través de diversas campañas de comunicación, en Julio de 2014 se inició el proceso en la Implantación del Sistema de Gestión Ambiental y en 2015 se decidió dar el paso a la certificación en la norma ISO 14001, para alinearnos a los objetivos del Banco manifestados en el Plan Global de Eco eficiencia; proceso liderado por el área de Recursos Humanos, Dirección de Inmuebles y Servicios Generales.

Para llevar a cabo la obtención de la certificación por parte de la firma Bureau Veritas, contamos con la consultoría y asistencia técnica de la firma INDRA, para la implementación del Sistema de Gestión Ambiental en cuatro (4) edificios de BBVA en Bogotá, Dirección General, Teusaquillo, Edificio de Medios y Centro Hipotecario.

El proceso de implementación tuvo las siguientes fases:

Lanzamiento

- Socialización del proyecto con los funcionarios de las áreas del Banco implicadas.
- Diagnóstico de los edificios a certificar con base en visitas.

Recopilación de Información

- Trabajos de campo encaminados a revisar entre otros:
 - Aspectos ambientales (puntos de contaminación, consumos de agua y energía, impacto de las actividades desarrolladas.
 - Actualización de legislación aplicable y su grado de cumplimiento (licencias, permisos, gestión de residuos)

- Puntos fuertes y débiles de la organización de cara a la implantación del SGA.

Implementación y formación.

- Puesta en marcha del SGA corporativo existente.
- Definición del programa general de implementación.
- Implementación, seguimiento de registros y toma de decisiones
- Elaboración de cuadro de indicadores ambientales de los edificios.
- Formación al personal del edificio implicado en el sistema de gestión.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

SociedadCriterios y estándares
de la información

Auditoría Interna y plan de acción

- Verificación de la correcta implementación del SGA, cumpliendo con los requisitos de la norma.
- Simulación del proceso de certificación como parte de la capacitación del personal del edificio.
- Resolución de las desviaciones detectadas previamente a la auditoría de certificación.

Formación

- Formación dirigida a funcionarios de áreas del banco involucrados con los temas medio ambientales, proveedores y contratistas de los cuatro (4) edificios que realizan actividades de mantenimiento, aseo y limpieza y retiro de residuos reciclables y peligrosos
- La capacitación contempló los siguientes temas:
 - Introducción: conceptos generales motivación y sensibilización, antecedentes de la gestión ambiental y acreditación y certificación
 - Norma ISO 14001: pilares del SGA, estructural documental e implementación del SGA en los cuatro edificios.

Auditoría de Certificación

La auditoría de certificación fue realizada por la firma Bureau Veritas y se llevó a cabo en dos etapas; la primera los días 23 y 24 de noviembre de 2015, la cual se centró fundamentalmente en la verificación del sistema documental y su adecuación a los requisitos de la norma; así como una revisión de las instalaciones con el fin de enfocar la fase 2 que se llevó a cabo en la semana del 14 al 18 de diciembre de 2015. Esta segunda etapa se enfocó a la revisión de manuales, normas, procedimientos, guías, registros

y demás documentación para verificar el cumplimiento; así mismo se realizaron visitas a las instalaciones de los cuatro (4) edificios para verificar si el Sistema de Gestión Medioambiental fue implantado y está siendo mantenido.

- Resultado de la auditoría, se expidió la certificación con planes de mejora que se deben llevar a cabo en el transcurso de 2016, en los siguientes temas puntuales.
 - Ampliación de la cobertura de la capacitación en el sistema de gestión ambiental a todos los empleados y personal externo de los cuatro (4) edificios.
 - Segregación de residuos desde la fuente, es decir, desde los mismos puestos de trabajo.
 - Adecuada Identificación de la hoja de seguridad del combustible (ACPM), conservada en los cuartos de los tanques.
 - Condenar o instalar un control en las rejillas de los sifones del piso de los cuartos de las plantas eléctricas en la DG., para evitar que en un posible derrame de aceite de los equipos estos se dispongan en la red del alcantarillado.

Aspectos destacados por la auditoría externa

- Compromiso de la alta dirección en implantar, conservar y mejorar el Sistema de Gestión Ambiental definido.
- Alto grado de sensibilidad por el tema ambiental de parte de las áreas involucradas, empleados del Banco en los cuatro edificios, personal externo, personal de limpieza y mantenimiento.
- Constante difusión de tips relacionados con la eficiencia y ahorro de los recursos naturales tales como agua, energía, papel, etc.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Principales indicadores de Consumo en BBVA	2013	2014	2015
Consumo de Papel - Kg			
Consumo total de papel	364.234	415.889	294.442
Consumo por empleado	61	62	41
Consumo de Gasoleo - Lts			
Consumo total de gasóleo	11.853	26.482	29.439
Consumo por empleado	2	4	4
Consumo de Energía - kWh			
Consumo total de energía	29.549.992	32.305.787	28.238.295
Consumo por empleado	5.514	4.838	3.885
Consumo de Agua - m3			
Consumo total de agua	111.128	151.188	161.891
Consumo por empleado	20,7	23	22
Residuos Gestionados - Kg			
Residuos de papel	47.053	31.582	25.595
Residuos de tóner	2.648	3.214	2.489
Otros residuos	23.384	29.700	39.804
Emisiones Alcance 1 - Toneladas			
Emisiones por consumo de Gasóleo	N/A	73	21
Emisiones por Km recorridos por vehículos propios	48.157	52.474	22.549
Total	48.157	52.545	22.570
Emisiones Alcance 2 - Toneladas			
Emisiones por consumo de energía eléctrica	N/A	6.795	5.939
Emisiones Alcance 3- Toneladas			
Emisiones por vuelos de avión	649	799	700

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Criterios y estándares de la información

Criterios y estándares de la información

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 2015, que incluye datos comparativos referentes a 2013 y 2014, 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 y en Global Reporting Initiative (GRI4).

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 2015 y otras informaciones disponibles en la página web (www.bbva.com.co).

Criterios y estándares de la información

Referencias básicas y estándares

Este informe se ha preparado de acuerdo con las mejores prácticas y los estándares internacionales más reconocidos y cumple con la metodología GRI G4 con la opción esencial "de conformidad".

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.

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Criterios y estándares de la información

Rigor y verificación

BBVA Colombia dispone de diversos instrumentos para garantizar la calidad y durante el proceso se involucran diversas áreas que suministran 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 del sistema de gestión de información, que asegura la calidad y el alcance de estos. La responsabilidad de la recopilación de la información recae en el departamento de Comunicación e Imagen del Banco. La verificación del presente informe es realizada por Deloitte & Touche Ltda.

Criterios y estándares de la información

Informe de revisión independiente



Deloitte & Touche Ltda.
Edificio Corficolombiana
Calle 16Sur 43-49 Piso 9 y 10
A.A. 404
Nit 860.005.813-4
Medellín - Colombia
Tel : 57(4) 313 88 99 • Fax : 57(4) 313 32 25
www.deloitte.com.co

Memorando de verificación independiente

Verificación independiente del Informe de Responsabilidad Corporativa 2015 de BBVA Colombia.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Corporativa 2015 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 4.0 (G4).

Estándares y procesos de verificación

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

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas áreas de BBVA Colombia que han participado en la elaboración del informe de Responsabilidad Corporativa 2015 y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión que se describen a continuación:

- Entrevistas con el personal de BBVA Colombia para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el reporte.
- Análisis de cómo, a partir del ejercicio de materialidad realizado en el 2014, con base en lineamientos corporativos de BBVA España (y su actualización "bottom-up": materialidad alimentada por las filiales del Grupo en el 2015), se definen los contenidos, la estructura y los indicadores del reporte, de acuerdo a lo sugerido por la metodología GRI G4.
- Análisis de los procesos de recopilación, consolidación y validación de los datos presentados en el reporte.
- Revisión de los indicadores GRI y propios incluidos en el informe de Responsabilidad Corporativa 2015 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de BBVA Colombia.

Responsabilidades de la Dirección de BBVA Colombia y de Deloitte

- La preparación del Informe de Responsabilidad Corporativa 2014, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la organización 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 la organización de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la empresa.
- 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. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de Responsabilidad Corporativa.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.

Jorge Enrique Múnera D.
Socio

Bogotá, Marzo 2016

Carta del Presidente

Perfil BBVA Colombia

Propósito y Política

Sistemas de gobierno

Materialidad y diálogo con
grupos de interés

Impacto en la sociedad

Comunicación TCR

Educación financiera

Productos de alto impacto social

Gestión responsable de clientes

Riesgos sociales, ambientales
y reputacionales

Proveedores

Equipo

Sociedad

Criterios y estándares
de la información

Confirmación que el Informe de Responsabilidad Corporativa 2015 del BBVA es preparado de acuerdo con la metodología GRI G4 en su opción Esencial “de conformidad” con la Guía.

Contenidos básicos generales

Se confirmó que el informe se ajusta a los requisitos de la opción Esencial “de conformidad” con la Guía en cuanto a los Contenidos básicos generales: los indicadores G4-1 a G4-34 y G4-56 fueron reportados. Los siguientes contenidos básicos generales han sido verificados externamente por Deloitte:

G4-10, G4-11, G4-12, G4-13.

Contenidos básicos específicos

Revisamos el enfoque de gestión e indicadores GRI de los siguientes asuntos materiales:

Asuntos materiales	Indicador GRI y/o Propio BBVA Colombia
Comunicación TCR	*G4-PR7
Educación financiera	*BBVA 1. Número de beneficiados por el programa de Educación Financiera “Adelante con tu futuro”
Inclusión financiera	*FS13 (Guía sectorial GRI “Financial Services”) *FS14 (Guía sectorial GRI “Financial Services”)
Microfinanzas productivas / Fundación Microfinanzas BBVA	*FS7 (Guía sectorial GRI “Financial Services”)
Apoyo a PYMES	*BBVA2. Número de clientes Pymes
Apoyo a particulares con necesidades especiales	*FS8 / BBVA4. Valor monetario de los productos y servicios diseñados para brindar un beneficio ambiental específico, por línea de productos y desglosado por propósito (BBVA 4. Valor de los créditos otorgados para financiación de proyectos agroindustriales).
Conocimiento del cliente	*BBVA 6. Índice de Recomendación Neta (iReNe)
Gestión de quejas y reclamaciones	*BBVA 8. Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo
Omnicanalidad	*BBVA 10. Operaciones por canales
Protección del cliente	*G4-PR1; *G4-PR3; *G4-PR9.
Inversión responsable (asociado a “Modelo de gestión del Riesgo reputacional”, “Concesión responsable de crédito”, “Principios de Ecuador”).	*FS10; *FS11 (Guía sectorial GRI “Financial Services”)
Selección, formación y desarrollo	*G4-LA9
Diversidad y conciliación	*G4-LA12
Compensación y remuneración	*G4-LA13
Voluntariado	*BBVA 11. Número voluntarios BBVA
Educación para la sociedad (becas)	*BBVA 12. Número de morrales entregados
	*BBVA 13. No. personas beneficiadas por programas de apoyo a la educación (morrales con útiles escolares y becas educativas).
Innovación y conocimiento	Indicador actualmente en construcción - se espera reportar en el año 2016.
Medioambiente	*EN1, *EN3, *EN8, *EN17, *EN23

Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Responsabilidad Corporativa 2015 de BBVA Colombia contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI G4) en su opción Esencial “de conformidad” con la Guía.

Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a BBVA Colombia nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas relacionados con la gestión de la sostenibilidad. Las recomendaciones más relevantes se refieren:

- Priorizar los Grupos de Interés (GI) de la organización y definir y priorizar las instancias de relacionamiento del Banco, con el fin de:
 - Identificar preocupaciones expuestas por los GI
 - Responder ágilmente a dichas preocupaciones
 - Identificar y gestionar los principales riesgos y oportunidades asociados a dichos GI
- Fortalecer la gestión de los asuntos relevantes en construcción en el informe de Responsabilidad Corporativa 2014 (Innovación).
- Fortalecer la recopilación y consolidación de la información ambiental, debido a que algunos elementos verificados (EN23) arrojan diferencias significativas.
- Establecer y comunicar metas cuantitativas a corto y/o mediano y largo plazo, con el fin de:
 - Medir el desempeño global en sostenibilidad del Banco BBVA;
 - Proporcionar cada año, detalles sobre metas excedidas y/o no alcanzadas y los pasos a seguir para alcanzarlas y/o definir nuevas.

Tabla de Indicadores GRI - Informe de Revisión Independiente

Contenidos básicos generales

Indicador	Respuesta	Página	Auditoría externa
Estrategia y análisis			
G4.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización.	Carta del presidente	3 - 4	
G4.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Misión y visión Plan de negocio responsable	12 - 13	
Perfil de la Organización			
G4.3 Reporte el nombre de la organización.	Perfil BBVA Colombia	5	
G4.4 Reporte las principales marcas, productos y servicios.	Perfil BBVA Colombia		
G4.5 Reporte la localización de la casa matriz.	Cra. 9 No. 72 - 21 Bogotá, Colombia		
G4.6 Reporte el número de países donde opera la empresa y el nombre de los países donde la empresa tiene operaciones significativas o que son relevantes para los temas de sostenibilidad tratados en el informe.	BBVA Grupo opera actualmente en 32 países, incluido Colombia		
G4.7 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Perfil BBVA Colombia	5	
G4.8 Mercados servidos (Incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes).	Organigrama y estructura de negocio	10 - 11	
G4.9 Reporte la escala de la organización, incluyendo: - Número de empleados. - Número total de operaciones. - Ventas netas o ingresos.	Perfil BBVA Colombia	5	
G4.10 Reportar la siguiente información laboral: - Reporte el número total de empleados por contrato y genero. - Reporte el número total de empleados por región y genero.	Equipo	58	✓
G4.11 Reporte el porcentaje de empleados cubiertos por una convención colectiva.	Equipo	60	✓
G4.12 Describa la cadena de proveedores de la organización.	Proveedores	56 - 57	✓
G4.13 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura, propiedad o en la cadena de proveedores de la organización.	Proveedores		
G4.14 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Sistemas de Gobierno	15 - 24	
G4.15 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apoye.	Sistemas de Gobierno- Compromisos internacionales suscritos		
G4.16 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Asobancaria Asobolsa Asofiduciaria		

Indicador	Respuesta	Página	Auditoría externa
Identificación de aspectos y limitantes			
G4.17 Listar las entidades incluidas en los Estados Financieros consolidados y reportar si hay alguna de estas entidades que no haya sido incluida en el informe de sostenibilidad.	Perfil BBVA La información que se cuenta consolidada es: *Inversión Social *Número de empleados (cuadro indicadores clave de Banco responsable) *Cuenta de resultados Grupo BBVA Colombia	5 - 69	✓
G4.18 Explicar el proceso para definir el contenido del reporte y los aspectos a reportar.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	25 - 31	✓
G4.19 Listar todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido del reporte.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés - Asuntos relevantes en el 2015		
G4.20 Para cada tema material reportar si lo es para toda la organización. En caso contrario, indicar qué aspecto no es material para alguna de las entidades que hacen parte de la organización.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés - Asuntos relevantes en el 2015		
G4.21 Para cada tema material, reportar si lo es por fuera de la organización.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés - Asuntos relevantes en el 2015		
G4.22 Descripción del efecto que puede tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	Sociedad - Medioambiente (emisiones)		
G4.23 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados del informe.	Durante el 2015 se presentaron cambios en los métodos de valoración aplicados a las emisiones CO2 reportadas por el Banco. El método utilizado fue el enviado por BBVA Corporativo		
Grupos de interés			
G4.24 Listar los grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés	25 - 31	✓
G4.25 Reporte la base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés		
G4.26 Enfoques adoptados para el diálogo con grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipo de grupos de interés, indicar si alguno de los diálogos se realizó como parte del proceso de elaboración del informe.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés		
G4.27 Principales preocupaciones y temas de interés que hayan surgido a través de los diálogos con los grupos de interés y la forma en la que la organización ha respondido a estos temas en la elaboración del informe. Reportar los grupos de interés y los temas que identificaron como relevantes.	Materialidad y diálogo con los grupos de interés		
Perfil del reporte			
G4.28 Periodo cubierto por la información incluida en el informe.	2015	1	✓
G4.29 fecha mas reciente del informe anterior.	2014		
G4.30 Ciclo de reporte (Anual-Bianual).	Anual		
G4.31 Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.	Cra. 9 No. 72 - 21, Piso 10 Bogotá, Colombia	78	
G4.32 Reporte la opción de acuerdo con la metodología GRI seleccionada por la organización (Core-Comprehensive). Reporte la tabla de contenido GRI.		69 - 71	
G4.33 Reportar la política o enfoque de la empresa para buscar auditoría externa del reporte.			
Gobierno			
G4.34 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno. Identificar si existe algún comité responsable de la supervisión de temas económicos, sociales y ambientales.	Sistemas de Gobierno	15 - 24	✓
Ética e integridad			
G4.56 Describir los valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización como códigos de conducta y códigos de ética.	Propósito y Política	12 - 14	✓

Contenidos básicos específicos

Eje	Asunto Relevante	Aspecto GRI relacionado	Enfoque de gestión	Indicador	Página Respuesta indicador	Omisión	Verificación externa
Comunicación TCR	Comunicación TCR	Ningún aspecto GRI relacionado	Comunicación TCR	G4-PR7. Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	Durante 2015 el Banco no se presentaron incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio		✓
Educación Financiera	Educación Financiera	Etiquetado de productos y servicios	Educación Financiera	Propio BBVA1. Número de beneficiados por el programa de Educación Financiera Adelante con tu futuro.	37 - 38	N/A	✓
Productos de alto impacto social	Inclusión financiera	Comunidades locales	Productos de alto impacto social	FS13. Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	40 - 46		✓
				*FS14. Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.			✓
	Microfinanzas productivas / Fundación Microfinanzas BBVA	Cartera de productos	Productos de alto impacto social	FS7. Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	44 - 45	La información reportada no menciona el valor monetario de los productos que proporcionan un beneficio social.	✓
	Apoyo a pymes	No aspecto GRI relacionado	Productos de alto impacto social	Propio BBVA2. Número de clientes pymes	44 - 45	N/A	✓
				Propio BBVA3. Número de financiación a clientes pymes		N/A	
	Apoyo a particulares con necesidades especiales	Portafolio de productos		FS8. Valor monetario de los Productos y Servicios diseñados para brindar un beneficio ambiental específico, por línea de productos y desglosado por propósito. Propio BBVA4. Valor correspondiente a los desembolsos del 2015 para financiar proyectos de desarrollo e infraestructura sostenible y eficiencia energética	44 - 75	FS8. Actualmente no disponible el monto reportado no está desglosado por línea de producto ni por propósito. Se espera reportar dicho desglose en años posteriores.	✓
				BBVA 5. Valor de los créditos otorgados para financiación de proyectos agroindustriales		N/A	

Eje	Asunto Relevante	Aspecto GRI relacionado	Enfoque de gestión	Indicador	Página Respuesta indicador	Omisión	Verificación externa
Gestión responsable de clientes	Conocimiento del cliente	No aspecto GRI relacionado	Conocimiento del cliente	Propio BBVA6. Índice de Recomendación Neta (IReNe)	46 - 52	N/A	✓
	Gestión de quejas y reclamaciones	No aspecto GRI relacionado	Gestión de quejas y reclamaciones	Propio BBVA7. Tiempo de resolución de los reclamos	64-69	N/A	
				Propio BBVA8. Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo	50	N/A	✓
				Propio BBVA9. Porcentaje de QyR gestionado por el SPC		N/A	
	Omnicanalidad	No aspecto GRI relacionado	Omnicanalidad	Propio BBVA10. Operaciones por canales	51	N/A	
	Protección del cliente	Salud y Seguridad del cliente Etiquetado de productos y servicios Privacidad del cliente Cumplimiento regulatorio	Protección del cliente	G4-PR1. Fases del ciclo de la 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.	52	La información reportada no describe la evaluación de las fases del ciclo de vida del producto/servicio.	✓
				G4-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.	El Banco se rige por la circular básica jurídica de la SFC, así como por el código de publicidad TCR. (Pág. 36 - 37). Los únicos productos sujetos a aprobación por parte de la SFC son los productos de vivienda.		✓
				G4-PR8. Número total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.			
				G4-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.	Durante el año 2015 no se registró multa significativa (i.e., que supera la materialidad establecida por la Revisoría Fiscal del Banco) relacionada con el cumplimiento de la normatividad frente al suministro, uso de productos y servicios de el Banco.		✓

Eje	Asunto Relevante	Aspecto GRI relacionado	Enfoque de gestión	Indicador	Página Respuesta indicador	Omisión	Verificación externa
Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	Gestión de riesgos (asociado a Modelo de gestión de riesgo reputacional, concesión responsable de crédito, principio de Ecuador)	Cartera de productos. Involucramiento accionario al activo	Modelo de gestión de riesgo reputacional.	FS 10. Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales	55		√
				FS 11. Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental	Durante 2015 BBVA Colombia no realizó análisis positivo o negativo de aspectos sociales o ambientales		√
Gestionando el recurso humano	Selección, Formación y Desarrollo	Capacitación y Educación	Equipo	LA9. Promedio de horas de formación al año por empleado, por genero y desglosado por categoría de empleado.	9, 58 - 60		√
	Diversidad y Conciliación	Diversidad e igualdad de oportunidades		LA12. Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	58 - 60		√
	Compensación y Remuneración	Presencia en el mercado		LA13. Relación entre salario de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	58		√
		Empleo					
		Igualdad de retribución entre mujeres y hombres					
	Voluntariado	No aspecto GRI relacionado		Propio BBVA11. Número voluntarios BBVA	Durante 2015 el Banco no contó con actividades de voluntariado. Durante 2016 se publicará la política de voluntariado corporativo.	N/A	√

Eje	Asunto Relevante	Aspecto GRI relacionado	Enfoque de gestión	Indicador	Página Respuesta indicador	Omisión	Verificación externa
Sociedad	Educación para la sociedad (becas)	No aspecto GRI relacionado	Educación para la sociedad	Propio BBVA12. Número de morrales entregados	61		✓
				Propio BBVA13. Número de personas beneficiadas por programas de apoyo a la educación (morrales con útiles escolares y becas educativas).			
	Innovación y conocimiento	No aspecto GRI relacionado	Innovación y conocimiento	Indicador actualmente en construcción, se espera reportar en los años posteriores		No se cuenta con la información, el Área de Innovación está redefiniendo los indicadores par 2016. Estos tendrán componentes cualitativos y cuantitativos con impacto directo sobre Star Tabs, Fintech y el desarrollo de dicho ecosistema	✓
	Medioambiente	Material Energía Agua Residuos Emisiones	Medio ambiente	EN1. Medición del consumo papel y toner	68		✓
				EN3. Consumo energético interno		Información reportada no está en julios o múltiples	✓
				EN8. Medición del consumo de agua		La totalidad de agua consumida proviene de fuente superficial (acueducto)	✓
				EN15. Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)			
				EN16. Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 2)			
				EN17. Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)		La información reportada no detalla la metodología de cálculo de las emisiones de alcance 3, se espera reportar en años posteriores	✓
				EN23. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento		La información reportada no detalla el método de tratamiento para los reiduos generados	✓

Otros indicadores relevantes

Tema adicional	Indicadores	Página /Respuesta	Omisión	Página	Auditoría externa
Estrategia y análisis					
Valor económico	EC1. Valor económico generado y distribuido	35		39	✓



Coordinación General:

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

Diseño Editorial y Fotografía:

Marketing Group D+C Ltda.
www.mgcreativos.com • info@mgcreativos.com

