

# PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

EN BBVA BANCO CONTINENTAL TRABAJAMOS PARA DIFERENCIARNOS Y GANAR LA CONFIANZA DE TODOS NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS. PARA HACERLO POSIBLE ASEGURAMOS LA TRANSPARENCIA, VERIFICACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN QUE LES OFRECEMOS SOBRE NUESTRO DESEMPEÑO. AL MISMO TIEMPO QUE INTEGRAMOS, EN NUESTRAS ACTIVIDADES ORDINARIAS, SUS EXPECTATIVAS EN LOS TEMAS MÁS RELEVANTES PARA ELLOS Y PARA NUESTRA VISIÓN. LA ESCUCHA, EL DIÁLOGO, EL DESARROLLO DE TERRITORIOS DE RELACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE ALIANZAS SON LAS HERRAMIENTAS PARA REALIZAR ESTE PROCESO.

## IDENTIFICACIÓN Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS EN BBVA BANCO CONTINENTAL

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

siones, y/o que se ven afectadas por ellas.

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

El mapa de grupos de interés y los canales de escucha y diálogo son los instrumentos para escuchar y dar a conocer a los grupos de interés los comportamientos responsables de la empresa. La finalidad de este proceso es ofrecer la mayor información y transparencia posibles para diferenciarnos, ganarnos su confianza y tratar así de influir de forma positiva en las percepciones y en los comportamientos favorables de estos grupos de interés, la relación con los grupos y subgrupos de interés identificados por la compañía, así como el listado de los principales canales de diálogo con cada uno de ellos. Para mayor información entrar a [www.rrc.bbva.com](http://www.rrc.bbva.com).

La finalidad de la escucha y el diálogo es dar respuesta, de forma equilibrada y prudente, a los asuntos que son más importantes y relevantes. En este sentido, es una de las herramientas de gestión que emplea BBVA Banco Continental para tomar decisiones sobre los temas prioritarios que deben integrarse en nuestro desempeño cotidiano, sobre las oportunidades nuevas de creación de espacios de valor compartido y sobre lo que debemos informar y comunicar a los grupos de interés. El objetivo del Banco es avanzar en un modelo de empresa que escucha y aprende a relacionarse con sus grupos de interés.

Una estrategia compleja y difícil de imitar, generadora de los dos recursos intangibles de mayor valor para las organizaciones: la innovación y la reputación. Una tarea que debe llevarse a cabo de forma ordenada y sistemática, mediante canales y sistemas robustos de investigación que permiten crear indicadores y cuadros de mando capaces de recoger las expectativas de los grupos de interés y de



demostrar el retorno positivo para la organización de este proceso. Retorno en diferenciación y generación de valor concretado en tres ámbitos complementarios: la elegibilidad, una diferenciación que atrae accionistas e inversores institucionales, las oportunidades sociales de negocio, una diferenciación basada en la innovación, en nuevos productos y servicios, nuevos modelos de negocio y nuevos segmentos de población y la captación y retención del talento, una diferenciación que atrae más eficientemente a nuevos empleados y compromete a los actuales.

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

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

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

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

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

Por otra parte, el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) tiene como una de

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



sus principales funciones servir como vínculo entre los grupos de interés y la organización. Para cumplir con esta función aglutina la información procedente de las áreas de negocio y de apoyo al negocio, y complementa esta información con la realización de actividades e investigaciones específicas en el ámbito de la responsabilidad, la reputación, la percepción y la fortaleza de la marca corporativa.

Adicionalmente el Grupo BBVA ha conformado una Unidad Corporativa de Conocimiento del Cliente que realiza estudios e investigaciones cualitativas y cuantitativas sobre las expectativas, asuntos relevantes y necesidades de los consumidores y los clientes. Este departamento coordina un Grupo de Expertos en Conocimiento del Cliente, con representantes de las diferentes unidades del Grupo, para impulsar la incorporación de las mejores herramientas de conocimiento de las necesidades de los consumidores en los diferentes países. En este contexto, BBVA Banco Continental, en continuo avance con las políticas del Grupo, creó en 2008 la Unidad de Inteligencia Comercial, con el fin de fortalecer el conocimiento de los clientes.

El Comité de RRC facilita la integración de las expectativas de los grupos de interés que identificamos y seguimos con estas herramientas de escucha y de investigación, promoviendo una gestión transversal de la responsabilidad y reputación de BBVA Banco Continental.

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

- El sistema de monitorización de reputación corporativa, denominado Reptrak (Reputation Tracking), que mide de forma periódica los distintos temas para los grupos de interés así como los juicios y percepciones de éstos sobre nuestra actividad.
- El *Tracking* semestral o seguimiento de responsabilidad corporativa de BBVA Banco Continental entre clientes y ciudadanos. En él medimos las expectativas y la valoración de los comportamientos de RC.
- El *Tracking* o seguimiento del posicionamiento de la marca ante los clientes y la opinión pública.
- Los estudios anuales realizados por terceros con

información sobre la percepción de varios grupos de interés (directivos, asociaciones de consumidores, ONG, sindicatos, analistas financieros, etc.).

•En 2007 se realizó una consulta cualitativa a nuestros grupos de interés mediante cuestionarios, entrevistas, talleres y grupos de discusión. Participaron accionistas, empleados, proveedores y clientes, además de expertos en sostenibilidad, medios de comunicación, representantes de organizaciones sociales, culturales y medioambientales. El resultado de este trabajo permitió la identificación y caracterización de los asuntos más relevantes, tanto para informar como para generar políticas específicas.

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

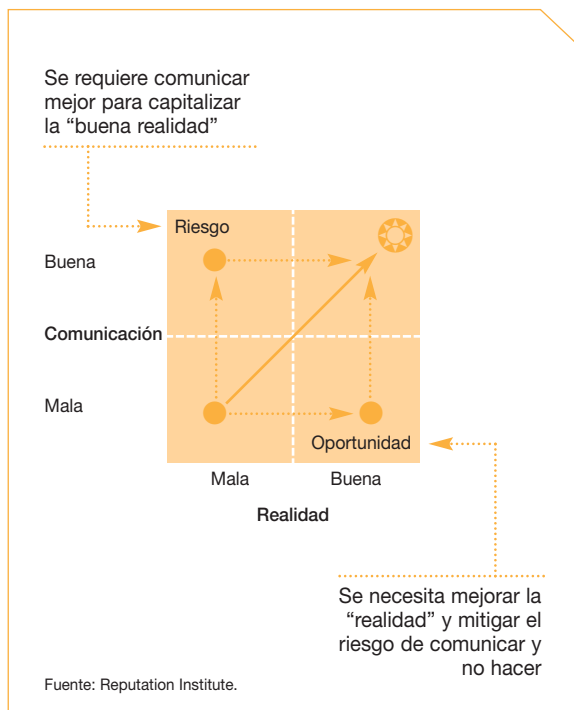
Por otra parte, BBVA Banco Continental es miembro del patronato de Perú 2021, asociación sin fines de lucro, liderada por empresarios, que trabaja en la difusión y promoción de la Responsabilidad Social como metodología de gestión empresarial, la misma que lidera el tema en nuestro país.

## COMUNICACIÓN A LOS GRUPOS DE INTERÉS

La construcción de confianza y de buena reputación implica entender la comunicación como una herramienta necesaria para poder poner en valor nuestro comportamiento responsable.

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

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



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

El Informe anual de responsabilidad corporativa es uno de los principales instrumentos de comunicación. A su vez, la aplicación de estándares, métodos de verificación, certificación y aseguramiento respaldan la veracidad y la relevancia de la comunicación que el Banco realiza a sus grupos de interés para mejorar sus percepciones, para fortalecer por tanto una buena reputación.

### ASUNTOS RELEVANTES EN EL CONTEXTO ACTUAL DE CRISIS

La política de Responsabilidad Corporativa de BBVA Banco Continental se desarrolla en torno a una serie de asuntos relevantes. Estos surgen de los procesos de consulta y diálogo desarrollados con sus grupos de interés, conclusiones globales del Grupo, y que integran su visión, principios y estrategia de negocio.

Los asuntos que BBVA Banco Continental considera claves han sido identificados mediante diferentes procesos de consulta, y actualmente son los siguientes:

1. Orientación al cliente.

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

El Grupo BBVA, frente a la crisis económica y financiera internacional, ha considerado oportuno realizar una revisión y actualización de los asuntos clave, teniendo en cuenta las nuevas circunstancias. Para llevarla a cabo se ha partido de toda la información recabada mediante las herramientas descritas anteriormente para integrar las expectativas de los grupos de interés en la gestión. Las áreas de BBVA en España que han participado en esta tarea han sido: Reputación y Responsabilidad Corporativa, Consumer Insight y Tendencias Globales del Servicio de Estudios.

El resultado de este análisis muestra en primer lugar implicaciones significativas en relación a los Principios y Políticas de RC. En segundo lugar, se reafirman los asuntos relevantes identificados en procesos anteriores que han constituido la base de los Informes de Responsabilidad Corporativa del Grupo tanto en 2007 como en la presente edición. Sin embargo, también se han identificado nuevos riesgos y cambios que afectan a los asuntos relevantes que centran la RC del Grupo y por ende de BBVA Banco Continental.

La respuesta que da BBVA Banco Continental a cada una de estas variaciones detectadas se recoge en los capítulos del presente informe y en el cuadro de mando de progresos 2008 y objetivos 2009.

### ASUNTOS SENSIBLES EN EL 2008

El 2008 ha sido un periodo extraordinariamente difícil para la economía internacional, lo que ha configurado un escenario muy sensible para la relación del sector financiero con la sociedad. Por este motivo, BBVA Banco Continental quiere promover la confianza de sus grupos de interés, abordando algunos asuntos que han rodeado la actividad del Grupo durante el año para ofrecer información que pueda clarificar su papel y su posición ante ellos.

Con el agravamiento de la crisis internacional en setiembre de 2008 y su mayor impacto sobre las economías emergentes, se registraron ciertas presiones de liquidez en el mercado local. En este contexto, el

Banco Central de Reserva implementó un conjunto de medidas para asegurar a la banca adecuados niveles de liquidez, tanto en moneda local como extranjera y, así, favorecer el normal desarrollo de la actividad crediticia. Entre estas medidas se encuentran la flexibilización de los requerimientos de encaje y la creación de instrumentos monetarios. BBVA Banco Continental ha respondido a estas medidas y ha continuado apoyando el financiamiento de las actividades productivas y de consumo. En este contexto, la política de riesgo del Banco analiza a cada cliente más allá del sector al que pertenece. De esta

manera, se viene acompañando los esfuerzos de las autoridades económicas para sostener el crecimiento del país.

Por último, el estudio de impactos de noticias en prensa escrita de los principales diarios en los países en que actúa el Grupo, incluido Perú, no ha revelado otras polémicas relevantes, así como tampoco los análisis de los principales analistas de sostenibilidad que anualmente se hacen eco de estos asuntos y solicitan las aclaraciones previas que influyen en el *rating* del Grupo en materia social, ambiental, ética y de gobierno corporativo.