

Negocios y Actividades

- Distribución Red
- Clientes Globales y Banca de Inversión
- Mercados Globales
- Gestión del Riesgo
- Subsidiarias
- Medios
- Recursos Humanos
- Actividades Institucionales
- Premios 2009



DISTRIBUCIÓN RED

El 2009 ha sido un año de retos y de confirmación de estrategias acertadas en la visión de largo plazo. Esto se ha visto reflejado en los excelentes resultados obtenidos, producto del esfuerzo y la dedicación de todos nuestros colaboradores. Gracias a este gran esfuerzo, el BBVA Banco Continental ha marcado la diferencia, lo que nos ha valido numerosos reconocimientos.

ESTRATEGIA DE MARCA

Diferentes estudios nos dieron la pista para desarrollar la estrategia de imagen y posicionamiento del Banco. Es así que tomamos la decisión de crecer en *top of heart*, apoyándonos en el mayor valor reconocido por los peruanos en todos los segmentos: su gastronomía.

Un acuerdo con Gastón Acurio y los organizadores de la Feria Mistura (APEGA), así como con otros participantes del “boom gastronómico peruano” como Alberto Cabello, nos permitieron lograr resultados impactantes, los cuales nos muestran que un alto porcentaje de la población nos percibe como la marca o institución que más favorece a la gastronomía y que cerca del 80% de la población bancarizada ha mejorado su percepción sobre la imagen del Banco por esta decisión.

Por otro lado, y enfocándonos en el segmento alto, también decidimos explotar el “Territorio Cultural” como otro canal de comunicación de marca. Para ello hicimos una alianza con el Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), lo que nos permitió estar presentes en extraordinarios eventos como el “Festival Internacional de Cine de Lima”, importantes obras de teatro, exposiciones de arte y conferencias con beneficios exclusivos para nuestros clientes. Esto estuvo alineado con otros patrocinios del Grupo, como la Sala del Teatro “Mario Vargas Llosa”, el concierto de Juan Diego Flórez y la “Noche de Arte de Lima”, ganando de esta manera un espacio en el campo cultural.

Finalmente, y para no descuidar el segmento empresarial, decidimos participar en la cita empresarial de mayor importancia del país: el CADE 2009 realizado en Arequipa, donde nuestra marca tuvo una presencia importante.

ACCIONES ESTRATÉGICAS

En un año donde existía una reducida visibilidad de la evolución de la crisis, el Banco apostó por creer en la fortaleza de la economía peruana y respaldar financieramente a sus clientes. El primer gesto fue en enero, cuando sorprendimos al mercado ofreciendo préstamos personales a través de nuestra campaña “Préstamo 60”. A los pocos meses, en mayo, cuando empezaban a reducirse las tasas de interés, ofrecimos incentivos por los ahorros a través del producto “Cuenta Ganadora”, así como alternativas en inversión segura mediante nuestro Fondo Garantizado (único en el mercado).

En un entorno donde se hablaba intensamente de la crisis, aparece el BBVA Banco Continental ofreciendo una solución para nuestros clientes personas jurídicas, mediante “E-mpresario.com” que obtuvo el premio a la creatividad empresarial en la categoría “Servicio al Cliente”.

Nuestros clientes de Cuenta Sueldo también tuvieron su momento ya que en setiembre lanzamos la “Tarjeta de Débito Mundo Sueldo”, la misma que los acercaba aún más a un mundo de beneficios por habernos elegido como su Banco.

Todo este esfuerzo comercial requería a su vez de un claro enfoque en la retención de clientes y en el incremento de nuestra productividad. Es así como creamos el “Centro de Retención de Clientes” que en diciembre alcanzó un 38% de éxito en sus gestiones de retención y desarrollamos estrategias de productividad comercial que nos llevaron a mejorar en 7% la cantidad de productos vendidos por gestor.

La retención de clientes y la productividad comercial no tendrían sentido si en simultáneo no se gestiona la calidad de servicio. En esa línea se desarrolló durante muchos meses el “Modelo de Gestión de Calidad” bajo el lema “¡Con Mucho Gusto!”. Dicho lema fue lanzado internamente en mayo en un evento que congregó a todo el Banco y contó con la participación de Gastón Acurio. En este evento presentamos nuestros 3 ingredientes: “calidez”, “agilidad” y “hacerle la vida más fácil al cliente”.

Dentro de esa misma línea, y con el apoyo de la UPC, se creó la “Escuela Con Mucho Gusto” cuyo objetivo ha sido y seguirá siendo de dotar con herramientas de gestión de calidad al equipo del Banco.

A pesar de todo ello, consideramos que la calidad

no tiene meta, por lo que mantenemos nuestro objetivo de seguir mejorando.

Como sabemos que la calidad está muy vinculada al adecuado nivel de capacitación en productos y procesos de nuestros equipos comerciales, realizamos a lo largo del año la 2ª edición del Concurso de Conocimientos “Que Levante la Mano” en el que participaron más de 2.800 colaboradores de la Red Minorista (desde Gerentes de Oficina hasta Asesores de Servicio) y de Banca Empresas y Corporativa (BEC), distribuidos en 10 equipos. Fueron más de 86.800 horas de auto-capacitación.

Retención de clientes, productividad comercial, calidad de servicio, horarios de salida del equipo para favorecer la calidad de vida y tiempo para auto-capacitación, requiere liberar tiempo dedicado a operaciones banales para orientarlo a operaciones de valor.

Por tal motivo, se trabajaron varios proyectos de “mejoras de procesos” que, a través de la automatización, nos permitieron hacer más eficiente la gestión. Así, realizamos en Lima 2 eventos corporativos de vital importancia: “La Jornada de Servicing” donde se revisaron las estrategias regionales para automatizar la auto-atención y el “Workshop de Call Centers” donde se identificaron las oportunidades de mejora en ese canal.

NEGOCIO PERSONAS NATURALES

Continuando con una fuerte estrategia orientada a la incentivación del uso de nuestras tarjetas de crédito, lanzamos al mercado una propuesta diferente e innovadora, la cual favoreció enormemente la colocación de este producto.

Esta vez, y a diferencia de otros años, no sólo publicamos ofertas o auspicios de eventos, sino un enfoque vivencial a nuestra estrategia, donde nuestros clientes descubrieron “el chef que llevan dentro”. De esta forma es que pusimos en marcha el Primer Concurso Perú Gourmet.

Este concurso ofrecía a todos nuestros tarjetahabientes la posibilidad de inscribir en nuestra web su mejor receta, teniendo como único requisito consumir un mínimo de S/.25 con su Tarjeta de Crédito.

Una vez inscrita la receta en nuestra web, cualquier familiar o amigo del participante podía votar por ella. La publicidad de “boca a boca” fue fundamental para la difusión de esta gran Campaña, don-

de un jurado encabezado por Gastón Acurio evaluó las 50 recetas más votadas, eligiendo a 5 de ellas como finalistas.

El concurso culminó en la Feria Mistura, cuyo principal auspiciador fue el BBVA Banco Continental, y donde Gastón Acurio junto a un selecto grupo de chefs premiaron a los 2 primeros lugares con S/. 25.000 al primer puesto y S/. 15.000 al segundo puesto.

Gracias a ello, al finalizar la campaña nuestra cuota de mercado avanzó 2 posiciones con respecto a la posición que teníamos en un inicio, se incrementó el uso de nuestras Tarjetas de Crédito, recibimos más de 300.000 visitas a nuestra web, y sobretodo, el BBVA Banco Continental inició con pie derecho su presencia en eventos relacionados con la gastronomía peruana, siendo la Feria Mistura una muestra de ese compromiso asumido.

Además de este gran evento, durante el año impulsamos el uso y la activación de tarjetas de crédito con distintas campañas como el *Cashback* de 25% de descuento en la primera compra, la tasa de 0% por compras por 6 meses en el sistema revolvente, disposición de efectivo a tasas preferenciales, 25% de descuento en Wong a nuevos tarjetahabientes de Alto Valor, así como semanas de descuentos por consumos con tarjeta en restaurantes y otros rubros.

A lo largo del año también se dio un gran impulso al consumo con campañas de subrogados para préstamos de consumo, campañas de préstamos aprobados y campañas de préstamos renovados.

Este año también realizamos con gran éxito el XIV Expomotor en 2 ediciones, la 1ª en agosto y la 2ª en noviembre, logrando desembolsar 57% más que en las ediciones realizadas el año pasado.

En depósitos también tuvimos un crecimiento importante. Al cierre del mes de diciembre, hemos llegado a captar S/. 7.278 millones en personas naturales y S/. 2.214 millones en personas jurídicas.

Esta evolución es producto de acciones comerciales muy planificadas que se han venido dando durante todo el 2009, permitiéndonos ganar 76pb en cuota de mercado de ahorro de personas naturales.

En Fondos Mutuos, tuvimos un año extraordinario, continuando el crecimiento de los Fondos Monetarios y lanzando los Fondos Garantizados de Renta Fija I y II que cumplieron con creces las estimaciones iniciales. Esto nos ha permitido mantener nuestra cuota de mercado intacta en 21,07%, con un creci-

miento en el patrimonio administrado de 58,40% (S/. 1.090 millones).

Respecto a la venta de seguros, uno de nuestros principales objetivos para este año fue conseguir posicionarnos en la mente de nuestros clientes como el “Banco que tiene el seguro de acuerdo a tu necesidad”. Uno de los canales que ayudó a este posicionamiento fue la ventanilla. Este 2009 la ventanilla se consolidó como un canal de venta adicional, obteniendo excelentes resultados.

Este 2009 significó también para el BBVA Banco Continental la consolidación de “Mundo Sueldo”, un programa pensado para atender a todos nuestros pagohabientes, orientado a fidelizarlos y vincularlos con nuestro Banco a través de beneficios tangibles que nos diferencian de la competencia.

Hoy en día un pagohabiente nuestro puede programar su visita a nuestras ventanillas para ser atendido sin demoras, dispone de una línea telefónica exclusiva con atención diaria las 24 horas, puede contratar productos vía *delivery*, tiene descuentos en más de 180 establecimientos con sólo presentar su “Tarjeta de Descuentos” o su nueva “Tarjeta de Débito Mundo Sueldo”. Además, recibe respuesta en menos de 3 días a los consumos no reconocidos por compras con su tarjeta de crédito y puede hacer sus retiros sin costo adicional desde nuestra red de cajeros automáticos, así como desde la red de cajeros Globalnet y ahora también desde los monederos Globalnet. Estos beneficios son mostrados a nuestros pagohabientes en catálogos trimestrales repartidos a domicilio.

NEGOCIO PERSONAS JURÍDICAS

A inicios de año se integraron las áreas de negocio de Banca Minorista y Banca Empresas y Corporativa (BEC) bajo la dirección de la Gerencia Distribución Red para compartir las mejores prácticas de negocio para alcanzar el mejor resultado producto de las sinergias bidireccionales. BEC es la encargada de atender a las medianas y grandes empresas, clientes institucionales y entidades gubernamentales nacionales o extranjeras. Para tal fin, contamos con 17 oficinas especializadas en Banca de Empresas a nivel nacional (10 en Lima y 7 en provincias) y 1 oficina de Banca Institucional. Adicionalmente, esta Área tiene a su cargo las unidades de Leasing y Comercio Exterior, las cuales dan soporte especializado a todas las áreas de negocio del Banco.

En el 2009, el negocio de personas jurídicas siguió consolidándose gracias a la gestión especializada y personalizada del cliente. En efecto, sus colocaciones vigentes fueron S/. 14.724 millones y representaron una cuota de mercado de 23,84% a diciembre 2009. El producto que más aportó a este crecimiento fue el préstamo comercial.

Las acciones comerciales que tuvieron impacto en la gestión de los segmentos estuvieron centradas en el “Reto Crecer Empresas”. Dichas acciones estuvieron dirigidas al incremento de negocio rentable con clientes y al crecimiento en base de clientela. Asimismo, durante el año hemos impulsado las campañas estacionales que buscan anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes durante el año.

En recursos captados, el segmento de empresas continuó con la tendencia de crecimiento de años anteriores, alcanzando los S/. 13.944 millones y con una cuota del 21,12%.

En créditos contingentes, también se alcanzó un crecimiento importante, llegando a los S/. 5.554 millones, lo que significó una tasa de crecimiento anual del 4,15%, destacando el comportamiento de los avales y cartas fianzas.

Otro aspecto muy destacado en la gestión del segmento empresas ha venido de la mano de Risk Empresa ya que se intensificó en BEC la venta de productos derivados a los clientes. Este año, para los clientes empresa Pyme se estableció el “Equipo de Stock Pyme”, obteniendo excelentes resultados y habiendo superado al 100% los objetivos trazados.

Durante el 2009 se revisaron los criterios de segmentación de clientes empresas a nivel Banco permitiendo una gestión adecuada del segmento, tanto en campañas y acciones comerciales como en las estrategias de comunicación y formación a los equipos de negocio. Esto ha permitido mejorar los niveles de atención a nuestros clientes de forma diferenciada.

En nuestra continua búsqueda de beneficios para nuestros clientes, se estableció el Convenio de Iluminación Eficiente con la multinacional Philips para financiar hasta el 100% de la inversión en el cambio de sistemas de iluminación a tasas y plazos preferenciales.

En servicios transaccionales, durante el 2009 tuvimos el lanzamiento de E-mpresario.com, solución tecnológica innovadora en la gestión integral del flujo de compras y pagos de las empresas, optimizando sus procesos y el proceso de migración a canales elec-

trónicos del pago de AFP de las empresas, anticipándonos a las exigencias del mercado.

Además, para facilitarle la vida a las empresas, seguimos ofreciendo e incrementando el número de empresas emisoras de nóminas, ofreciéndoles los beneficios “Mundo Sueldo” para sus colaboradores.

Por otro lado, la actividad del comercio internacional durante el 2009, tanto a nivel de Perú como a nivel de la economía mundial, fue sin duda la más impactada por la reciente crisis internacional. Es por esto que los financiamientos de importaciones y exportaciones alcanzaron un saldo de S/. 1.285 millones a diciembre 2009, equivalente a una cuota de mercado de 20,39%.

MIGRACIÓN DE TRANSACCIONES

Continuando con nuestro objetivo de migrar las transacciones realizadas en ventanilla hacia nuestros canales electrónicos, este año optimizamos las funcionalidades de muchos de estos canales, incrementamos nuevos puntos de atención y sacamos al mercado nuevos canales de atención. Es así que en el 2009 incrementamos nuestra red de oficinas y a su vez, incrementamos nuestra red de canales electrónicos: ATM's, cajeros corresponsales, en módulos telefónicos y módulos de saldos y operaciones.

No podemos dejar de mencionar el convenio firmado en enero con Boticas FASA, permitiendo am-

pliar nuestra Red de Cajeros Automáticos en 20%, instalando 1 ATM en cada una de sus boticas.

En nuestra banca por internet, consolidamos el uso de la tarjeta de coordenadas como un novedoso y eficiente mecanismo de identificación que le dio mayor seguridad y tranquilidad a los clientes que utilizan este canal.

Durante el 2009, desarrollamos además un nuevo canal que facilita el acceso a nuestros clientes a los saldos y movimientos de sus cuentas: el INFOMAIL. Es un servicio nuevo a través del cual el Banco envía a primera hora de la mañana los movimientos del día anterior de las cuentas del cliente inscrito, a la dirección electrónica que éste haya indicado.

Así también, como parte del lanzamiento de la campaña para clientes de “Mundo Sueldo”, se presentaron 2 nuevos canales para fortalecer la comunicación entre los clientes de este segmento y el Banco: Mundo Sueldo en tu Celular y Chat Mundo Sueldo.

“Mundo Sueldo en tu Celular” es un canal que permite al cliente enviar, a través de su celular, mensajes de texto consultando acerca de tarifas, comisiones y beneficios “Mundo Sueldo”, recibiendo una respuesta inmediata. “Chat Mundo Sueldo” es otro canal innovador de comunicación que permite a nuestros clientes hacer sus consultas a un operador de servicios vía Chat en línea, desde la página web Mundo Sueldo o mientras navegan por Internet.

CLIENTES GLOBALES Y BANCA DE INVERSIÓN

Cientes Globales y Banca de Inversión, unidad de negocios del área de Wholesale Banking and Asset Management del Grupo BBVA en Perú, está compuesta por la unidad comercial Transaccional Banking, las unidades de producto Banca de Inversión, Servicios Transaccionales, Servicios Fiduciarios y un completo *staff* de profesionales orientados a brindar soluciones integrales a las grandes corporaciones, tanto locales como globales, con presencia en el país.

El 2009 se caracterizó por la implementación del nuevo modelo de negocios corporativo en Cientes Globales, que busca una mayor aproximación a éstos, basada en una asesoría financiera de calidad y un servicio de excelencia. Este nuevo modelo implicó una adecuada segmentación comercial para profundizar las relaciones estratégicas y enfocar la venta cruzada a productos de banca de inversión, derivados financieros y banca transaccional. Asimismo, este modelo favorece la concentración de esfuerzos hacia una cobertura especializada para atender a nuestros clientes estratégicos a cargo de los *industry bankers*. También favorece la atención enfocada a las necesidades bancarias tradicionales (transaccionales) de nuestros clientes, a cargo de los *account managers*. De esta forma, la actividad comercial de Cientes Globales mostró un desempeño destacado en créditos directos, principalmente por los préstamos comerciales, observándose en estos la estructuración de grandes y significativas operaciones vinculadas a clientes corporativos del sector infraestructura, construcción, petróleo, gas, electricidad, telecomunicaciones, minería y pesca, entre otros.

En cuanto a los recursos captados, durante el 2009 se maximizaron esfuerzos para lograr una mayor vinculación en los servicios de cobros y pagos de nuestros clientes corporativos, resaltando la gestión conjunta con las bancas de relación (Distribución Red Minorista y Banca Empresas y Corporativa), para bancarizar toda la cadena de pagos. Así se logró alcanzar un incremento anual de 12,1% en saldos medios de recursos frente al año anterior, en especial en los saldos de recursos transaccionales (cuentas corriente y de ahorro), cuyo incremento superó el 20,8% respecto al saldo al cierre 2008.

En este sentido, la gestión comercial realizada durante el año confirma el enfoque de atención integral a nuestros clientes corporativos, orientado no sólo a la satisfacción de sus necesidades financieras y transaccionales, sino al mismo tiempo a la atención de sus trabajadores, clientes y proveedores. Esto, junto a la amplia red de servicio ofrecida por el Grupo BBVA en el mundo, nos permite convertirnos en el asesor estratégico de nuestros clientes en el desarrollo de sus actividades de negocio en los países con presencia del BBVA, lo que se materializa en una “gestión global del cliente corporativo”.

Asimismo, durante el 2009 destacaron los excelentes resultados de la exitosa sinergia entre las Unidades de Cientes Globales y Banca de Inversión y Mercados Globales en Perú, lo que permitió superar el ambicioso objetivo anual para productos derivados, generando valiosas transacciones conjuntas de productos como Interest Rate Swaps (IRS), Cross Currency Swaps (CCS) y *swaps* de *commodities* con clientes corporativos.

BANCA DE INVERSIÓN PERÚ

Dentro del ámbito del mercado de capitales peruano, durante el primer trimestre de 2009 y parte del segundo, se presenció cierta reducción en los volúmenes de emisión de bonos y papeles comerciales, situación que se fue recuperando durante el segundo semestre del año. En este contexto, el BBVA Banco Continental mantuvo su posición de liderazgo y colaboró con diversos clientes en sus exitosos procesos de estructuración y colocación de instrumentos de deuda corporativos (empresas no financieras). El banco mantuvo su dinamismo en la presentación de soluciones de financiamiento a sus clientes, proporcionando acceso a las diversas fuentes de fondos y trabajando en aquellas más eficientes para ellos.

En el ámbito de préstamos de mediano plazo y préstamos sindicados, se estructuró y participó en diversas operaciones para los sectores de pesca, cementos, minería y hotelería, entre otros. Asimismo, el equipo de Banca de Inversión tuvo un activo rol en asesorías financieras exitosas en el sector eléctrico.

Durante el 2009 se trabajó en la consolidación de la plataforma de administración de los patrimonios en fideicomiso y los demás servicios de confianza, ex-

pandiéndose el número de encargos y la diversidad de los productos ofrecidos en el desarrollo del negocio de nuestros principales clientes corporativos.

SERVICIOS TRANSACCIONALES PERÚ

En el 2009 Servicios Transaccionales Perú continuó aportando crecimientos significativos en todos los indicadores relacionados al uso de canales electrónicos por parte de las empresas. También colaboró en lograr una mayor vinculación de los clientes en los servicios de cobros y pagos. De esta manera se busca contribuir a la generación de ingresos financieros mediante el incremento de los recursos transaccionales. Como resultado, en personas jurídicas se logró alcanzar un incremento anual de 22,4% en saldos de recursos vista y ahorros.

Durante este año, se consolidó la estrategia de pago a proveedores con el lanzamiento del portal E-mpresario. Dicho portal de negocios permite a nuestros clientes y proveedores, de manera simple, ordenada y a través de un entorno gráfico, interactuar y acceder a información en tiempo real de toda la cadena comercial, desde el abastecimiento hasta la obtención de los certificados de retención de impuestos.

A seis meses de su lanzamiento, los resultados de E-mpresario han sido tremendamente auspiciosos, habiéndose superado los objetivos iniciales del proyecto. En efecto, se logró sobrepasar nuestro presupuesto de clientes con uso del servicio en 55% y de proveedores cargados en el portal en más de 51%.

Dentro de la estrategia de migración de transacciones hacia canales electrónicos destaca la campaña de migración de pagos electrónicos de AFP. Dicha campaña no sólo ofrece a nuestros clientes significativos ahorro de tiempo y reducción de errores, sino que además implica una notable reducción de la carga operativa en oficinas. A diciembre de 2009, el número de planillas declaradas y pagadas a través de este medio se incrementó en más de 220%.

En conclusión, la Unidad de Servicios Transaccionales Perú se consolidó como unidad de negocios transversales, aportando su estrategia de Cash Management a Clientes Globales y Banca de Inversión, Banca de Empresas y Corporativa y a Distribución Red Minorista, basada en tres pilares estratégicos: desarrollo de productos, venta y postventa especializada de productos y servicios transaccionales.

MERCADOS GLOBALES

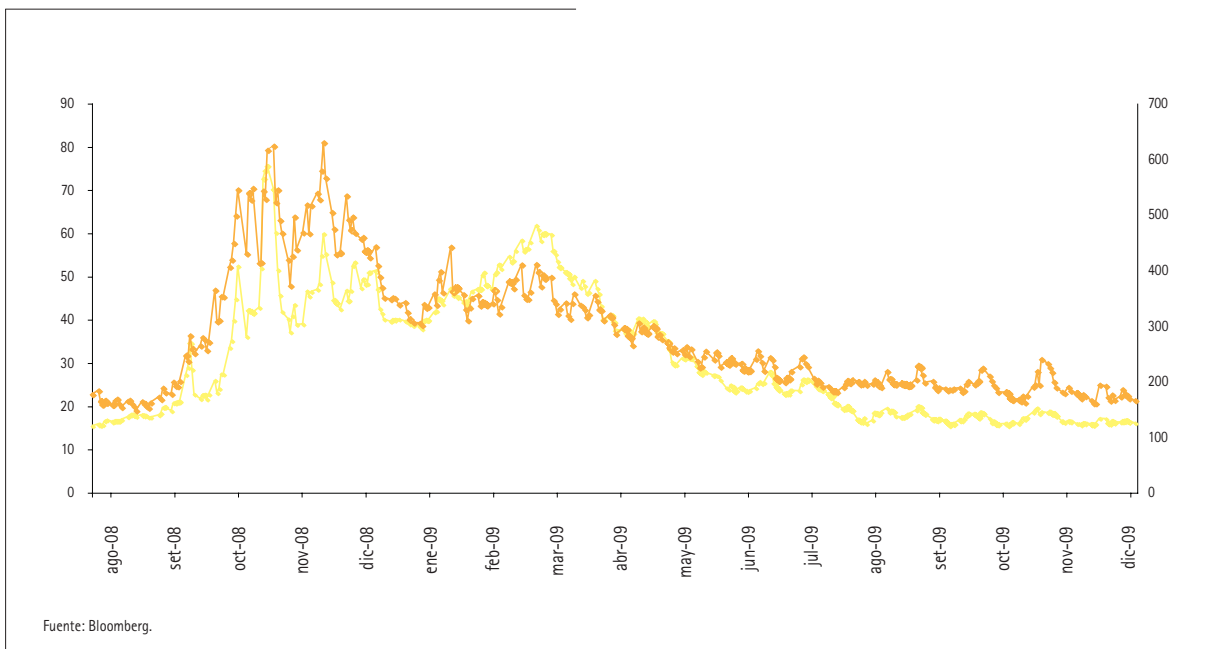
El 2009 será recordado como un año con alta volatilidad en los mercados financieros mundiales y locales, pero a la vez como el año que dio paso al comienzo de la estabilización de la economía global. Se inició un período de consolidación del sistema financiero global, con mayor regulación e intervención por parte de los entes reguladores y bancos centrales. Esta etapa de transición en los mercados financieros mundiales se caracterizó por un mayor protagonismo de los mercados emergentes, así como por ser el comienzo de una nueva relación entre las economías desarrolladas y aquellas en desarrollo, donde estas últimas –encabezadas por China– dejaron en claro que serán las economías con mayor crecimiento en los próximos años.

El Grupo BBVA siguió aprovechando su globalidad y fortaleza a todo nivel para continuar consolidando su franquicia en Latinoamérica. El Área de Mercados Globales de BBVA Banco Continental, por medio de sus diferentes unidades de negocio, mantuvo su liderazgo en los mercados locales de renta fija, divisas y dinero. Además, se consolidó como el principal creador de mercado y banco líder en la distribución de productos financieros derivados, en los segmentos de clientes globales, corporativos, inversionistas y empresariales. Adicionalmente, el enfoque en el cliente siguió siendo el centro de nuestra estrategia.

Como parte del Área Global de Wholesale Banking & Asset Management, Mercados Globales Perú permitió a nuestros clientes canalizar sus inversiones en los mercados nacionales e internacionales, contando con asesoramiento e información permanente sobre la marcha de éstos. Diariamente apoyamos a los principales clientes del Banco en su gestión de liquidez, en operaciones en los mercados de divisas y derivados financieros para que puedan hacer frente a sus distintas obligaciones en moneda extranjera o moneda local, en la rentabilización de las puntas de tesorería que pudieran tener, así como brindándoles los instrumentos financieros derivados que les permitan expresar sus visiones sobre las tendencias de los diferentes factores de mercado.

Adicionalmente, asesoramos a nuestros clientes en la manera de hacer frente a los distintos riesgos de mercado que pudieran afectar sus balances y cuen-

→ **Evolución Índice VIX vs. CDS Perú 5 Años**



tas de resultados, ofreciendo distintos productos de cobertura para éstos. Durante el 2009 BBVA Banco Continental continuó siendo la entidad de referencia en los distintos mercados financieros locales. Si bien la economía peruana sufrió también los efectos de la crisis financiera global, éstos fueron moderados en relación a la mayoría de economías.

El 2009 fue un período durante el cual el BCRP bajó su tasa de referencia hasta el 1,25%, el mercado de renta fija soberana local siguió atrayendo nuevos inversionistas y el BBVA Banco Continental continuó expandiendo su penetración en el segmento empresarial mediante la venta de coberturas con instrumentos financieros derivados. Nuestros Centros Regionales de Derivados en Ciudad de México y Madrid se constituyeron en piezas claves para ofrecer soluciones de alto valor a nuestros clientes, dándoles acceso a arbitrajes financieros que les permitieron lograr mejores condiciones en sus tasas de financiamiento. La presencia global y local de BBVA continuó siendo en suma un elemento diferenciador frente a nuestra competencia.

GESTIÓN DEL RIESGO

BBVA Banco Continental está encaminado a la mejora constante de su modelo de gestión del riesgo sobre la base de aportación de valor, lo que le ha permitido lograr niveles de calidad que lo ubican como un referente del sistema financiero. Dicho modelo se incorpora en el proceso de toma de decisiones del Banco con un enfoque estratégico, creando una ventaja competitiva a través de una exposición adecuada a los riesgos inherentes de la actividad de negocio que realiza. Esta gestión le permite identificar, valorar e integrar todos los riesgos, de manera que el perfil sea el deseado por la institución.

La gestión global y estratégica del riesgo aporta al Banco una visión integral de políticas generales y procedimientos. Uno de sus elementos básicos es la correcta medición y cuantificación del riesgo, siendo necesario para lograrla el desarrollo de metodologías y modelos. Es así que en el Área de Riesgos se contempla la implementación, alcance del uso y mantenimiento de las herramientas que participan en el proceso de admisión y seguimiento del riesgo, afrontando un entorno económico complicado con la mejor calidad crediticia.

Soluciones metodológicas como el *rating* (empre-

sas), *scoring* (pequeños negocios), *scorings* reactivos (hipotecas, tarjetas, consumo), *scorings* de buró (personas y empresas), *scorings* proactivos y comportamentales son modelizaciones que, incorporadas en la actividad diaria, coadyuvan a una moderna gestión del riesgo y ayudan a identificar las mejores oportunidades de negocio. Dichas herramientas se basan en un profundo conocimiento de la exposición a la incertidumbre y en la incorporación de características cuantitativas y cualitativas de los clientes, que se tornan cada vez menos estandarizadas al tener distintos perfiles de riesgo y diferentes comportamientos.

Asimismo, dentro de este marco se viene implementando el modelo corporativo RAR (Rentabilidad Ajustada al Riesgo), alineado con los principios del Nuevo Acuerdo de Capital de Basilea II (BIS II). Su objetivo es facilitar el cálculo de la pérdida esperada y capital económico de las operaciones de activo propuestas, introduciendo en la gestión del Banco la rentabilidad sobre el capital como palanca esencial para la creación de valor, desagregada para todos los riesgos y actividades.

En el año transcurrido se ha efectuado una revisión integral del modelo antes indicado, identificando inicialmente las mejoras necesarias y efectuando luego un reproceso histórico de toda la información cargada en RAR. Esto ha permitido estimar parámetros de riesgo de acuerdo a los estándares requeridos por el Grupo BBVA para su gestión y para los entes reguladores. Con ello BBVA Banco Continental es el pionero en el sistema financiero local en la migración hacia modelos internos avanzados.

GESTIÓN DEL RIESGO CREDITICIO

Para la admisión del riesgo de la banca de personas, se ha avanzado en forma notable con nuevas herramientas de análisis. Además del existente Credit Scoring de productos: préstamos de consumo, hipotecarios y tarjetas de crédito, hoy se cuenta con el Score de Buró que evalúa el comportamiento histórico de los pagos, el Score Proactivo y pronto se dispondrá del Score Comportamental de Tarjetas.

Para la gestión del riesgo en el segmento de las empresas se tiene el modelo paramétrico del Rating, cuya función es establecer una calificación a nuestra cartera de clientes sobre la base de variables cuantitativas (económico-financieras) y cualitativas (actividad, mercado, productos, etc.). El uso de esta herra-

mienta nos ubica un paso adelante respecto a otras instituciones financieras locales en la medida en que logramos tener un mejor conocimiento del portafolio, lo que agiliza el análisis y admisión del riesgo crediticio. La potencia de esta herramienta también nos posibilita establecer campañas de productos por segmentos específicos, así como una política de precios (tasa de interés) para las colocaciones, correlacionada con el nivel de riesgo que presenta la empresa. Todo ello nos permite avanzar hacia un modelo de gestión de negocios en base a la rentabilidad ajustada al riesgo.

Como parte del propósito de brindar un servicio de calidad a nuestros clientes internos y externos, Riesgos Empresas continuó y profundizó el programa de visitas a nivel nacional, con clientes de las distintas áreas de negocio. Asimismo, el fortalecimiento de nuestra cultura de riesgo se evidencia en el permanente plan de formación que se realiza a lo largo de todo el año, particularmente con la red de oficinas.

Dentro del sistema financiero nacional, el Banco es, además, pionero en integrar aspectos medioambientales en la gestión del riesgo de crédito. En este sentido se ha creado la unidad de Gestión del Riesgo Medioambiental, encargada de implementar el sistema de gestión de riesgo ambiental y social, que es la principal herramienta para gestionar los riesgos ambientales y sociales asociados a las operaciones de crédito que financia el banco. El enfoque de la gestión medioambiental en el manejo del riesgo nos ubica a la vanguardia de la tendencia mundial del mercado financiero y evidencia su compromiso de lograr un modelo de desarrollo sostenible.

Una actividad permanente de la Subunidad de Seguimiento es el monitoreo de la calidad de cartera a nivel banco, unidad de negocio y territorios. Esta subunidad evalúa el comportamiento de la cartera según varios indicadores que incluyen los ratios de cartera atrasada, pesada y entradas y salidas de mora, evaluando en estas últimas perfiles de morosidad por producto y a qué cosecha corresponden.

Los ratios de morosidad se mantienen en niveles bajos principalmente por la gestión de seguimiento con anticipación desde el riesgo vivo.

En el ámbito de las recuperaciones, consolidado ya el concepto de la Unidad de Recuperaciones como una unidad de negocio para el Banco, durante el 2009 se ha privilegiado la negociación con el deudor como herramienta primordial para la gestión recupe-

ratoria. Asimismo, esta gestión se ha adaptado a la nueva composición de la mora en la que ahora prevalecen los créditos masivos, de importes menores y sin garantías reales, tales como tarjetas de crédito. Para ello se han creado dos equipos diferenciados de gestión: el equipo de Gestión del Portafolio Masivo, basado en comportamientos estadísticos de repago de cartera que le permiten optimizar campañas, y el equipo de Gestión Personalizada del Portafolio, que se encarga de negociar individualmente con los clientes, en base a la casuística particular y a la posición que tiene el Banco con éstos.

Los excelentes resultados del 2009 se vieron reflejados en la aportación de valor vía recobro de deudas y su efecto en la cuenta resultados como consecuencia de la liberación de provisiones, así como en el excelente ratio de cartera atrasada, cerrando el año –una vez más– con uno de los ratios más bajos del sistema financiero, consolidando el liderazgo de nuestro Banco en la gestión de la cartera atrasada.

RIESGO DE MERCADO

BBVA Banco Continental gestiona el riesgo de mercado dentro del marco de un modelo definido, que cuenta con varios años de recorrido desde que fuera implementado. Existen distintas metodologías según el ámbito por evaluar y la finalidad es mantener un perfil de riesgo adecuado y un capital económico suficiente para las características de operación de la entidad.

El Banco cuenta con un modelo para estimar los riesgos y requerimientos de capital en el libro de mercados globales, cuyo principal pilar es la metodología “Valor en Riesgo” (VaR, por sus siglas en inglés). El proceso comienza con los presupuestos de actividad en mercados, lo que permite simular el capital económico requerido para el año en curso.

Posteriormente la herramienta corporativa AC-VaR calcula la pérdida máxima que podría sufrir la cartera, como consecuencia de cambios en las condiciones generales de los mercados financieros, manifestados en alteraciones de los tipos de interés y de los tipos de cambio, bajo el supuesto de que la cartera permanezca inalterada durante un período temporal determinado. Esta herramienta sigue un modelo paramétrico para un nivel de confianza del 99% y un horizonte temporal de diez días.

Además de contrastar la precisión y suficiencia de

los sistemas de seguimiento del riesgo, se realizan regularmente pruebas de validaciones históricas (*back-testing*) y análisis de impacto en la cuenta de resultados de escenarios críticos (*stresstesting*), que pueden ser históricos o previsionales.

Para completar el modelo, BBVA Banco Continental cuenta con un marco de límites y sublímites con seguimiento diario, entre los que están los consumos de VaR, lo que permite una toma de decisiones ágil ante cambios en el mercado y así acotar las posibles pérdidas.

RIESGO DE INTERÉS ESTRUCTURAL

El riesgo estructural está compuesto por el riesgo de interés y el riesgo de liquidez. El riesgo de interés hace referencia al impacto que las variaciones en las tasas de interés pueden tener sobre el margen financiero y el valor económico de una entidad. El punto de partida de esta metodología es el análisis de las brechas temporales de reprecación de los activos y pasivos del balance por moneda y tramo de plazo.

En BBVA Banco Continental la exposición al riesgo de interés se mide desde una doble perspectiva: resultados y valor económico. A partir de estos indicadores es posible calcular el capital económico requerido para realizar nuestras actividades financieras, el que es estimado a partir del proceso de presupuesto.

Desde la óptica de los resultados, el análisis se limita a un horizonte temporal de 12 meses, en el que se evalúa la incidencia de variaciones en las tasas de interés sobre el margen financiero anual.

Adicionalmente se realiza el cálculo del MER (Margen en Riesgo), que se entiende como la máxima desviación desfavorable en el margen financiero para un nivel de confianza predeterminado.

Desde la perspectiva del valor económico, el horizonte de análisis se extiende a la totalidad del balance mediante la evaluación del efecto de movimientos en las curvas de mercado en el valor de los activos y pasivos.

Existe también un seguimiento activo y permanente de límites y alertas para estos indicadores, lo que permite una gestión activa del balance por parte del Área de Finanzas.

Por el lado del riesgo de liquidez se hace referencia a la posibilidad de que una entidad no pueda atender a sus compromisos de pago o que, para aten-

derlos, tenga que recurrir a la obtención de fondos en condiciones poco favorables.

En BBVA Banco Continental, la exposición al riesgo de liquidez se mide desde una doble perspectiva temporal: corto y mediano plazo. Para el corto plazo, se realiza un seguimiento diario, que busca anticiparse a las necesidades de liquidez y detectar posibles situaciones que puedan derivar en un escenario de crisis. Para el mediano plazo, se hace un seguimiento a la evolución esperada del *gap* de liquidez (o posición neta) en un horizonte de 12 meses. Dicha evolución es estimada sobre la base de la proyección de las diferentes masas del balance PEN y USD.

En forma complementaria se realiza un análisis de *stress*, que busca poner en tensión el modelo de liquidez de corto plazo. Para esto se definen tres escenarios: crisis propia, crisis sistémica y FSA (*Financial Service Authority*).

Finalmente se cuenta con un plan de contingencias, cuyo único objetivo es estar preparados lo mejor posible para hacer frente a posibles problemas de liquidez, tratando de prever eventuales situaciones de crisis, tanto propias como de mercados, que puedan surgir en algún momento futuro para BBVA Banco Continental.

RIESGO OPERACIONAL

En los últimos años el BBVA Banco Continental ha consolidado su modelo de gestión de riesgo operacional sustentado en metodologías y procedimientos que permiten identificar, evaluar y seguir esta clase de riesgo. Se facilita así el establecimiento de medidas de control/mitigación convenientes en cada caso, reduciendo con ello el impacto de este riesgo hacia la organización.

El éxito en la implementación de este modelo está respaldado por el compromiso de todas las unidades que conforman la organización. Esto ha permitido una descentralización, de modo que cada gerencia de unidad es responsable de incluir las políticas y procedimientos de gestión de riesgo operacional como parte integrante de las prácticas que rigen su actividad.

Esta gestión se materializa a través de los comités de control interno y riesgo operacional. La organización y conducción de estos comités recae en la figura del gestor de control interno y riesgo operacional, quien es el encargado de fomentar la gestión del

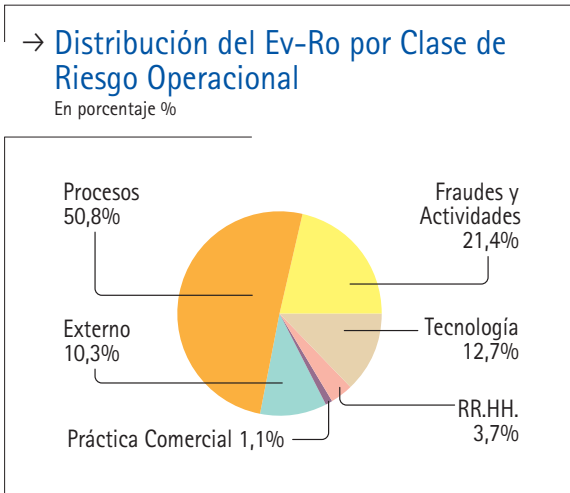
riesgo operacional en su respectiva unidad, vigilando que esta se encuentre dentro de los estándares establecidos por la dirección, con la ayuda de las herramientas de gestión corporativas para minimizar los impactos de los riesgos en la cuenta de resultados.

La Unidad de Riesgo Operacional y Control Interno tiene a su cargo la coordinación de los comités mencionados, el seguimiento de los planes de mitigación y la implantación de las herramientas de gestión corporativas.

Un hito trascendente en la gestión del riesgo operacional durante el 2009 fue la autorización de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) al BBVA Banco Continental para el uso del método estándar alternativo para el cálculo de requerimiento de patrimonio efectivo por riesgo operacional. Esta autorización, otorgada inicialmente hasta diciembre de 2010 y que constituye un reconocimiento a esta gestión, ha permitido optimizar el requerimiento de capital regulatorio, teniendo en cuenta que éste tiene un costo de oportunidad. La gestión efectiva de este riesgo permite que el requerimiento de capital refleje el perfil de riesgo de la entidad, evitando con ello su uso ineficiente, pero garantizando al mismo tiempo su solvencia.

A nivel de herramientas, podemos indicar que la actualización anual de los Ev-Ro se concluyó satisfactoriamente. Este proceso ha significado la incorporación de nuevos factores de riesgo, el agrupamiento de los factores de riesgo duplicados y la recuantificación de factores en base a la revisión de su impacto y frecuencia.

A la fecha, el BBVA Banco Continental y sus subsidiarias cuentan con un nuevo mapa de riesgos actualizado, que contiene 1.124 riesgos potenciales identificados con un impacto potencial anual de S/. 112,2 millones. La nueva distribución de impactos por clase de riesgos muestra un incremento en los riesgos asociados a procesos que pasan del 41% al 51% del impacto anual, mostrando una mayor sensibilidad de las diferentes unidades con esta clase de riesgo:



El Trans-Var es la herramienta de gestión del riesgo operacional que usa indicadores, los cuales se identifican y extraen de los procesos que gestionan las unidades. A través de 22 indicadores genéricos y comunes a todo el Banco y al Grupo BBVA se obtiene una visión homogénea del riesgo operacional que permite establecer comparaciones entre las distintas unidades.

Con esta herramienta se establece una relación directa entre el riesgo operacional y sus causas con una naturaleza predictiva, permitiendo realizar una gestión del riesgo operacional ex ante. Al cierre del año el 100% de las unidades evaluadas muestra un indicador dentro de los rangos “muy bajo” y “bajo”.

El SIRO es la base de datos de eventos de riesgo operacional en la que se identifica en forma detallada la ocurrencia de los eventos por línea de negocio y

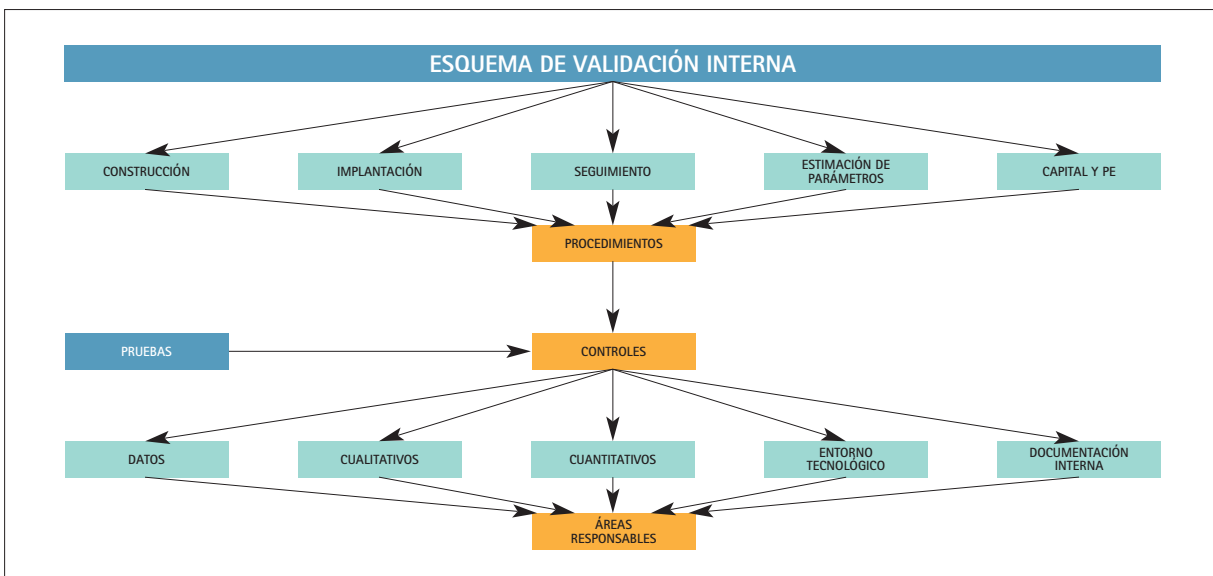
por clase de riesgo, manteniéndose un registro sistemático.

Como parte de nuestras actividades de sensibilización, a lo largo del 2009 se dictaron charlas sobre riesgo operacional a las distintas unidades del Banco, con la participación de más de 460 personas. También se desarrolló un curso en E-learning sobre riesgo operacional. Adicionalmente, cabe destacar la ejecución del Programa de Formación Anual dirigido a todos los gestores de control interno y riesgo operacional, con la finalidad de actualizarles en el manejo de las herramientas corporativas, así como en los conceptos relacionados con la gestión del riesgo operacional.

VALIDACIÓN INTERNA

El Nuevo Acuerdo de Capital de Basilea (BIS II) establece que los bancos deberán contar con un sólido sistema para validar la precisión y coherencia de los sistemas de calificación, procesos y estimación de todos los componentes relevantes de los modelos de riesgo de crédito. Con la finalidad de dar respuesta a este requerimiento regulatorio, el BBVA Banco Continental ha implementado la función de validación interna desde el último trimestre del 2008.

La Subunidad de Validación Interna tiene como finalidad realizar el seguimiento de los modelos internos, creando mecanismos de revisión en los procesos de gestión del riesgo de crédito que permitan asegurar la razonabilidad del capital estimado por el Banco.



El esquema general de esta subunidad indica los procedimientos y controles que deben cumplirse en cada una de las etapas que conforman los modelos internos (construcción, implantación, seguimiento, estimación de parámetros de riesgo y cálculo de pérdida esperada y capital), con lo que se asegura su integridad. En dicho esquema, Validación Interna tiene la responsabilidad de decidir, dentro del Área de Riesgos, qué controles se realizan, su diseño adecuado y quién debe realizarlos.

Adicionalmente, la función de la Subunidad de Validación Interna es emitir una opinión propia, basada en pruebas específicas, teniendo en cuenta las particularidades del sistema de gestión del riesgo y el perfil de actividad de la entidad.

Como parte del trabajo realizado durante el 2009, se elaboró el Manual de Validación de Modelos de Riesgo de Crédito. Asimismo se implementó en las distintas áreas implicadas en los modelos de riesgo de crédito, para cada una de sus fases, el Esquema de Validación con sus respectivos procedimientos y controles.

En abril de 2009 se presentó al supervisor los *dossiers* de seguimiento de los modelos de Rating Empresas, Scoring Consumo, Scoring Hipotecas y Scoring Tarjetas (con datos a enero de 2009 y parámetros de riesgo con información hasta diciembre de 2007). En diciembre de 2009 se actualizó y presentó el *dossier* de Rating Empresas (con datos a octubre de 2009 y parámetros de riesgo con información hasta diciembre de 2008). En paralelo, Validación Interna ha desarrollado diferentes pruebas para verificar el adecuado funcionamiento del modelo de empresas con miras a la elaboración y presentación del primer informe de validación de acuerdo al último *roll-out* propuesto al supervisor.

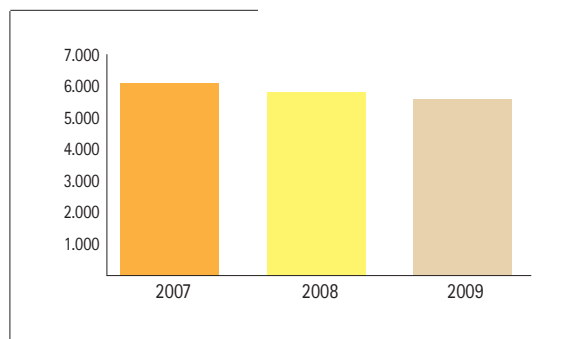
SUBSIDIARIAS

CONTINENTAL BOLSA SAB

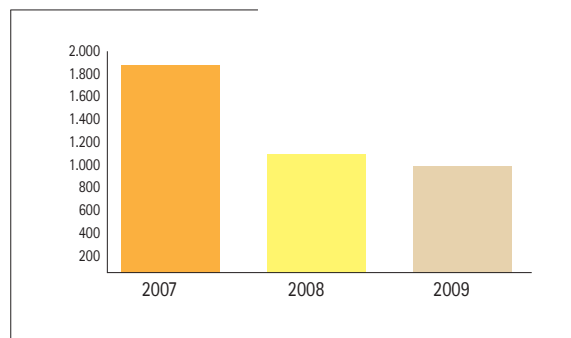
Durante el 2009, Continental SAB mantuvo su posición de liderazgo en la intermediación de operaciones de renta variable y renta fija.

En lo que respecta al mercado de renta variable, Continental SAB negoció S/. 5.666 millones, lo cual representó el 23,9% del total transado durante el ejercicio; posicionándose como la segunda sociedad agente de bolsa en volumen de negociación. Las operaciones más significativas fueron reorganizaciones en los grupos económicos que controlan Edegel, Edelnor y Telefónica del Perú.

→ Montos Negociados en el Mercado Local – RV Continental Bolsa SAB
En millones de Nuevos Soles



→ Emisiones Primarias – RF Continental Bolsa SAB
En millones de Nuevos Soles



En el mercado de renta fija, Continental SAB ocupó el tercer lugar en el ranking al realizar colocaciones primarias por un monto de S/. 1.018 millones, equivalente al 23,4% del monto total colocado. Des-

tacan entre sus principales emisores Telefónica del Perú, Edelnor, Cementos Lima y Banco Continental. Asimismo, en negociación secundaria se registró la intermediación por la suma de S/. 780 millones, lo cual representa el 24,6% del total negociado.

CONTINENTAL SOCIEDAD TITULIZADORA

Continental Sociedad Titulizadora S.A. es la subsidiaria del BBVA Banco Continental facultada para constituir y administrar patrimonios fideicometidos que respalden emisiones de valores mobiliarios. Durante el 2009 se mantuvo la administración de diversos patrimonios de titulización cuyos valores fueron emitidos en años anteriores. En el mes de junio se constituyó el Patrimonio en Fideicomiso TRUPAL, DL 861, Título XI, relacionado con los flujos dinerarios sobre un contrato de arrendamiento celebrado por el originador.

Durante el 2009 estuvieron vigentes los siguientes encargos fiduciarios: Patrimonio en Fideicomiso DL 861, Título XI “Bonos de Titulización @VE”, Patrimonio en Fideicomiso DL 861, Título XI “Instrumentos de Titulización Hipotecaria del Banco Continental – Primera Emisión y Patrimonio en Fideicomiso DS 093-2002-EF”, Título XI “Aeropuertos del Perú”. En el mismo ejercicio se iniciaron las gestiones de liquidación de los bonos titulizados respaldados por el Patrimonio DL 861, Título XI “Bonos de Titulización CLN”, los cuales ya se encuentran redimidos.

BBVA FONDOS CONTINENTAL

El 2009 fue un año muy bueno para la industria de fondos mutuos en un escenario de disminución de tasas de interés por parte del BCR. Los fondos de renta fija brindaron rentabilidades muy buenas. Esto se vio reflejado en los volúmenes administrados por la industria, los cuales se vieron incrementados en un 58,6%, alcanzando los S/. 14.038 millones.

Por el lado de partícipes, muchas personas que salieron durante el 2008 debido a la crisis internacional, regresaron a los fondos de renta fija en ambas monedas: soles y dólares. Dentro de este contexto BBVA Fondos Continental crece alrededor del 15,8% en el número de partícipes, cerrando el año con 58.594 clientes en todos los fondos.

En este buen contexto para la industria, BBVA Fondos Continental logra terminar el año 2009 administrando más de USD 1.000 millones en todos los fondos, cifra por demás histórica, no alcanzada desde abril del 2008 en pleno auge bursátil de la plaza limeña. Esto nos sigue consolidando como la segunda administradora de fondos del sistema.

Fondos Garantizados de Renta Fija

BBVA Fondos Continental, siempre pionero en la industria, lanzó en el 2009 los primeros Fondos Garantizados de Renta Fija del mercado, en un contexto donde los partícipes solicitaban retomar la confianza en dichos fondos a través de alguna garantía. Fueron lanzados dos Fondos Garantizados de Renta Fija, teniendo como subyacentes certificados de depósito del BCR, papeles de la más alta calidad crediticia.

Estos fondos permiten al partícipe tener no sólo una garantía sobre el capital invertido, sino una rentabilidad fija garantizada si se mantiene en el fondo. Esta nueva modalidad de fondos es muy común en mercados desarrollados, en donde representan un buen porcentaje de la industria.

Así, en Perú, BBVA Fondos Continental, no sólo se consolida como el único gestor en ofrecer este tipo de productos, sino como innovador en el segmento de garantizados, brindando así la mejor oferta de la industria para los partícipes.

Durante el 2010 nos comprometemos a seguir proporcionando las mejores alternativas y continuar innovando para brindarle a nuestros clientes la mejor y más completa oferta de fondos mutuos que se adapte a sus necesidades y a su perfil de inversión, aprovechando la ventaja que significa estar dentro de un grupo líder en la industria global de fondos de inversión.

MEDIOS

El Área de Medios es el área soporte de la Gerencia General y de las Áreas de Negocio y Apoyo, proporcionando soluciones efectivas y eficientes sobre la base de un conocimiento técnico bien cimentado.

Durante el presente año se completó la Gerencia de Seguridad Física y se creó la Gerencia de Seguridad de la Información y Prevención del Fraude, esta última con la intención de reforzar la seguridad de la información y tener un manejo globalizado que permita gestionar mejor la eventualidad de fraudes. Todos estos cambios han introducido dinamismo al área, lo que ya se ha reflejado en los resultados obtenidos a lo largo del año.

La estrategia emprendida ha sido mejorar la eficiencia de los procesos y priorizar proyectos urgentes, todo ello enfocado en tres frentes de acción: los proyectos del Banco, los proyectos estratégicos del Área de Medios y las labores del día a día. La gran tarea para el 2010 es trabajar en mejorar los procesos críticos del Banco, ordenar el desarrollo de aplicativos y soporte tecnológico, dinamizar el soporte operativo y de servicios al negocio, y optimizar el presupuesto y los controles.

COMPRAS, INMUEBLES Y SERVICIOS GENERALES

Durante el 2009 se continuó con los procesos de optimización, lo cual ha permitido dar un mejor soporte a nuestros clientes internos en la gestión de compras a través del uso intensivo de la herramienta electrónica ADQUIRA, la que nos sirve para registrar y controlar en línea las operaciones de compras.

Se retomó la expansión y mejoras en la red de oficinas con el plan Servicing, cuyo objetivo es marcar un nuevo concepto de infraestructura de las plazas, renovando nuestra imagen y calidad de servicio.

Asimismo se ha puesto en marcha el proyecto de expansión en cajeros automáticos a nivel nacional y el proyecto FASA con aproximadamente 100 cajeros automáticos funcionando en la actualidad, además de implementaciones de Agentes Express, Agentes Express Plus y Saldo Express.

OPERACIONES CENTRALIZADAS

Durante este año se consolidó la mejora de procesos críticos de impacto, generando descarga operativa a la

red de oficinas con la estructura de operaciones centralizadas, diseñada en base a productos y procesos.

Los logros que han impactado en la mejora de la productividad en los tiempos y calidad de atención a nuestros clientes internos son:

- Reducción de tareas manuales vía automatización.
- Consolidación de la Central de Atención de Reclamos del banco (CAR), incorporando los Tiempos Óptimos de Respuesta (TOR) al análisis de los reclamos de nuestros clientes.
- Incorporación de objetivos al equipo de gestores operativos hipotecarios los cuales son comunes a la Red Minorista. Esta iniciativa consensuada con la Gerencia de Negocio Hipotecarios ha tenido un impacto muy positivo en tiempos y calidad de atención.

GESTIÓN DE LA DEMANDA

Durante este año Gestión de la Demanda ha consolidado su rol como interlocutor principal entre las áreas de negocio y como apoyo respecto a necesidades de automatización y de mejora de las plataformas de atención.

Con la finalidad de contribuir a una llegada oportuna del negocio al mercado, incrementando así el *time to market*, se ha iniciado el proyecto de implementación del modelo de Software Factory bajo el esquema corporativo, adecuándonos a lo establecido por el Grupo BBVA.

En busca de la mejora continua de sus procesos, Gestión de la Demanda ha trabajado en la mejora de la calidad, con una considerable reducción en las cancelaciones e incidencias, así como una optimización en el uso de los recursos dedicados, logrando una disminución de los consumos *batch-línea*.

TECNOLOGÍA Y EXPLOTACIÓN

Durante este año se ha desarrollado el Plan Estratégico de Tecnología (PET) como herramienta para ordenar los esfuerzos de estabilización y evolución de la Tecnología de Información (TI) en el Banco. Este plan está basado en dos pilares: Gobernabilidad de TI –que comprende el modelo de gestión por procesos, los modelos de relación con otras áreas, la metodología de gestión de proyectos y la gestión del talento humano– y Desarrollo de Proyectos, que comprende los proyectos propios de TI.

En cuanto al modelo de gestión por procesos, los logros más destacados son la implementación del servicio de Mesa de Ayuda con un promedio de atención de 8.500 llamadas mensuales, la implementación del proceso de instalaciones que abarca el despliegue de equipos de cómputo a nivel nacional tanto para requerimientos específicos como para los originados por proyectos, y la implementación de los procesos de gestión de incidencias, problemas y cambios basados en la metodología ITIL.

El modelo de relación permite formalizar y mantener estándares en las actividades de las diferentes unidades, agilizando el tiempo de entrega de elementos tecnológicos requeridos por el negocio (*time to market*).

Además, se está implementando la metodología de gestión de proyectos internos que permitirá optimizar la calidad y tiempo de los entregables, así como reducir costos de operación.

El Desarrollo de Proyectos de TI contiene los proyectos de estabilización, crecimiento y evolución. Entre los proyectos de estabilización tenemos la herramienta de monitoreo y gestión de cajeros automáticos, que ha permitido reducir su tiempo de afectación en 50%; la herramienta de monitoreo y gestión de los equipos de comunicaciones, que optimiza la detección y atención de las incidencias, minimizando en un 20% los tiempos de impacto por caídas; y la implementación de la nueva red central de datos para mejorar los tiempos de disponibilidad y respuesta a todos los usuarios, así como el esquema de virtualización del procesamiento de los sistemas distribuidos (70 servidores).

Entre los proyectos de crecimiento se encuentran la ampliación de ancho de banda de la red de oficinas y servicios, así como de la red de conexiones con entidades externas para brindar diferentes servicios de recaudo y de operaciones: GloboKas, Unique, Sunat, MobilGate, TIR AFP, entre otros.

Finalmente, dentro de los proyectos de evolución que permiten al Banco generar ventajas competitivas mediante el uso de la tecnología, se puede mencionar: multimedia en ATM y los servicios colaborativos, que posibilitan reuniones virtuales al más bajo costo, etc.

TRANSFORMACIÓN Y PRODUCTIVIDAD

En coordinación con la Unidad de Operaciones Centralizadas se realizó su transformación, orientándola hacia un funcionamiento por procesos. Ello se reflejó

en la mejora sustancial de los primeros indicadores de eficiencia (hasta 27%) y productividad. Con el seguimiento de estos indicadores y otros de gestión, en el 2010 podremos realizar una gestión efectiva y de calidad frente a la demanda del negocio.

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y PREVENCIÓN DEL FRAUDE

De acuerdo al modelo corporativo del Grupo BBVA, en el 2009 se creó la Unidad de Seguridad de la Información y Prevención del Fraude, con el objetivo de definir, mantener y asegurar el cumplimiento del sistema de gestión de seguridad de la información del Banco. Entre otras funciones se ocupa de prevenir, detectar, investigar y mitigar los diferentes fraudes electrónicos y operativos a los que puede estar expuesto el Banco, para lo cual se ha definido una serie de controles y medidas administrativas, lógicas y físicas.

ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y GESTIÓN DE MEDIOS

Durante este año se ha trabajado en la consolidación del ordenamiento, seguimiento y control del presupuesto de inversiones y gasto del Área de Medios, así como en la centralización del proceso de recepción y procesamiento de facturas de proveedores, en coordinación con el Área de Finanzas.

En lo que a control presupuestal se refiere, se trabajó coordinadamente con las distintas áreas del Banco para la elaboración del presupuesto de gastos e inversiones 2010.

Como coordinadores generales de continuidad de negocio, se realizó la segunda prueba del *site* alternativo para las actividades críticas de la sede central, encargándonos de la coordinación general de las Pruebas BRS (Backup Recovery Services) juntamente con BBVA Bancomer y el Centro Corporativo Regional (CCR) de Monterrey. La gran tarea en esta actividad para el 2010 es continuar impulsando –junto con las áreas de negocio– la existencia de planes de continuidad para cada área y la implementación de un *site* alternativo de procesamiento que garantice la continuidad de los servicios de tecnología que se efectúan en el centro de cómputo de la sede central y que en conjunto con el *site* alternativo operativo dejaría al Banco en excelentes condiciones para enfrentar escenarios de contingencia de mayor gravedad.

RECURSOS HUMANOS

En línea con la estrategia corporativa del Grupo BBVA, durante el 2009 la gestión de Recursos Humanos estuvo enfocada principalmente en tres pilares: talento, calidad y clima laboral. Este último fue el factor de productividad clave, pues condujo al logro de excelentes resultados de negocio. Cabe resaltar que gracias a la consolidación del trabajo de un equipo multidisciplinario, nuestro banco fue reconocido en la última encuesta de *Great Place to Work* Institute como una de las empresas más grandes del país con un buen clima laboral. Dicha distinción es una clara señal de un elevado estándar de calidad.

GESTIÓN DE PERSONAS

Dentro del objetivo de atraer, retener y motivar a los colaboradores del Banco, hemos identificado el talento del capital humano y logrado su desarrollo.

Selección

Continuando con lo descrito en el párrafo anterior, hay que mencionar que los procesos de reclutamiento, selección y contratación de personal están alineados con el modelo corporativo de gestión por competencias y se sustentan en los principios corporativos expresados en nuestra cultura. Esta base permite que todos los procesos de gestión estén enfocados en nuestro activo más valioso: las personas.

Durante el 2009 tuvimos procesos de selección masivos e individuales. Lograron ingresar al Banco 509 personas (66% para asesores de servicio y 34% para posiciones especializadas).

Feria de Empleo Virtual

Para poner en valor nuestra marca como empleadores, propiciando la publicación de las vacantes y la captación curricular, este año se lanzó la Feria de Empleo Virtual (www.feriaempleo.bbva.com). A la fecha tenemos más de 227.600 currículos, lo cual demuestra el fuerte interés por postular a nuestra empresa. El Campus Virtual del Empleo BBVA es la única exposición *on line* donde las sociedades BBVA de Iberoamérica abren las puertas a los usuarios que quieren conocernos y formar parte de nuestro equipo. El Campus Virtual funciona de forma permanente las 24 horas del día y los 365 días del año.

Otra forma de captación se realizó bajo el concepto “Bienvenido a tu Futuro”. A través de un *stand* que llevaba este lema participamos en 10 ferias de trabajo realizadas en diversas universidades y en una escuela de postgrado de Lima. En total tuvimos más de 4.000 visitantes.

Evaluación de competencias

Con la finalidad de fortalecer nuestras sinergias con las universidades, a nivel pregrado, se lanzó en noviembre el proyecto “Evaluación de Competencias”, dirigido a los alumnos de los últimos ciclos de las carreras relacionadas al negocio. Esta evaluación consta de tres etapas: *assessment* virtual, entrevista personal y *feedback*, siendo esta última la más significativa, pues ayuda al estudiante a reconocer sus fortalezas y áreas de mejora para enfrentar una entrevista laboral. A la fecha hemos evaluado a 23 personas.

A nivel corporativo, cabe señalar que seguimos trabajando en la evolución del Modelo de Selección Externa-BBVA, que cuenta con cuatro ejes de actuación: atracción, gestión de candidaturas, evaluación e inducción, cada uno con diferentes planes que se vienen implementando desde el 2008.

Gestión de personas

Hemos cumplido un rol de asesoría de las diferentes áreas para la revisión y contraste del perfil, potencial y posibilidades de desarrollo de los equipos. El éxito de esta gestión se basa en la estrategia de conocer a los integrantes de nuestra plantilla a través del programa de entrevistas realizadas a lo largo del año. Ello permite identificar colaboradores de alto potencial con la finalidad de asegurar las líneas de sucesión, sobre todo en posiciones estratégicas, así como conocer las expectativas de nuestros colaboradores.

Durante el 2009 se han realizado 1.089 movimientos a nivel Banco y subsidiarias. Estos movimientos se deben principalmente a cambios de empresa, promociones y consolidaciones.

Apúntate

Con la finalidad de apoyar a los colaboradores en la gestión de su carrera profesional, se lanzó en octubre esta herramienta corporativa, como un autoservicio que tiene el concepto comunicacional de “Apuesto Futuro”. Con esta herramienta, el colaborador puede postular a cargos que se encuentran disponibles dentro de la organización. Sólo debe ingresar a Intranet

→ **Movimientos de Personal**

Empresas	Tipo de movimiento	N° de movimientos
BBVA Banco		
Continental	Cambio de empresa	14
	Consolidaciones	314
	Promociones	591
	Otros	147
	Total	1.066
Subsidiarias	Cambio de empresa	15
	Consolidaciones	2
	Promociones	6
	Otros	0
	Total	23

– Portal de Parati RRHH e informarse de los procesos de selección internos. Si cumple con el perfil, entonces puede postular. A la fecha se han publicado 10 puestos y hemos tenido 140 postulaciones.

Línea de carrera

Como parte de la gestión de desarrollo de las personas se lanzó el programa “Línea de Carrera” para el Área de RRHH. Esta iniciativa brinda la posibilidad de seguir una línea de desarrollo dentro del área en la que se están desempeñando las funciones.

Para atraer nuevos talentos y apoyar a los estudiantes de pregrado a aplicar sus conocimientos y aptitudes mediante una situación real de trabajo, el año pasado ingresaron 33 practicantes, de los cuales dos han pasado a ocupar plazas fijas.

In house

Asimismo, dentro del programa de desarrollo profesional *in house* para detectar el potencial, durante el 2009 se ha promovido a 18 colaboradores para ocupar –en el mediano plazo– posiciones en la parte comercial. El resultado al finalizar el año fue: un gerente de oficina, tres gestores comerciales, un ejecutivo BEC, un responsable de administración de Fondos Mutuos, un jefe de seguimiento y un jefe Clientes Preferentes.

Nueva generación

Dentro de los programas de entrenamiento Nueva Generación –que buscan contar con personal, para ocupar puestos comerciales en la red de distribución–

en el 2009 se incorporaron 16 colaboradores (12 de Lima y cuatro de provincias). Hasta fines de año, tuvimos asignados 13 colaboradores en diferentes posiciones comerciales: siete gestores comerciales, dos gestores internos BEC, un especialista en calidad, un especialista en Comex, un gestor de formación y un gestor de gestión.

FORMACIÓN Y BIENESTAR**Formación**

Los principales ejes de actuación que aportan valor al negocio son: priorización de las necesidades críticas (en estrecha coordinación con el cliente interno), optimización de las metodologías de formación (presencial, distancia, E-learning, otros), una adecuada gestión presupuestal y niveles de calidad óptimos de la formación.

La actividad de este año al respecto destaca por las 301.455 horas de formación realizadas, que representan un incremento del 8% con respecto al año anterior, con un promedio de 67 horas per cápita. El 66% de la formación se realizó vía *on line*, con un nivel de efectividad de 4,43/5,00.

E-campus

Plataforma corporativa de formación *on line*, lanzada en abril, que facilita el acceso a los cursos de formación con una serie de ventajas: disponibilidad de tiempo, acceso desde cualquier punto de Internet y estandarización de la formación, entre otras. De esta forma, cada colaborador gestiona su propio desarrollo.

Esta herramienta esencial también ha permitido que los expertos de las diferentes áreas trasladen sus conocimientos para diseñar más de 50 cursos, disponibles ahora para todo el Grupo BBVA.

Cabe resaltar que el 31% de la formación se realizó vía e-campus con 4.377 colaboradores participantes, quienes realizaron 89.974 horas de formación.

Programa de calidad

En línea con el objetivo estratégico de lograr el liderazgo en la calidad del servicio al cliente, lanzamos la “Escuela Con Mucho Gusto”, donde se impartió el primer curso “Líderes en Calidad de Servicio”. Con este programa se reforzaron las habilidades de calidez y agilidad, así como la de facilitarle la vida al cliente, pilares de nuestro modelo de calidad. En el 2010 seguiremos capacitando al resto de los equipos de la red.

Programa para los asesores de servicio

Más de 300 nuevos asesores de servicio de la red participaron del “Programa de Nuevos Ingresos” para incorporarse a la empresa. Este programa se ha optimizado con la inclusión de un módulo de estudio a distancia, previo a la contratación y mejora en la metodología de enseñanza, tanto en aulas como en oficinas. Todo esto impacta en el mejor nivel de calidad profesional para este fundamental puesto de la red.

Otros programas para el negocio

En Clientes Globales y Banca de Inversión destacaron:

- Taller de ventas Spin (metodología basada en la venta consultiva, de elevado reconocimiento en el mercado).
- Taller de fundamentos de riesgos.
- Actualización en productos y en materia legal.

En Banca Empresas y Corporativa destacaron:

- Taller de liderazgo y dirección de equipos.
- Taller de desarrollo de habilidades personales.
- Taller de atención al cliente.

Programas para diferentes áreas: cursos de finanzas avanzadas y mercados (riesgos), certificación del auditor interno (auditoría), taller de liderazgo por valores, taller de inteligencia emocional, gestión de procesos, curso de Project (medios), curso de inteligencia comercial (innovación y desarrollo) y cursos de actualización (finanzas), entre otros.

Programa de formación no tradicional

Es esencial precisar el interés por implementar metodologías de formación no tradicional. El objetivo es promover una forma de aprendizaje que incluya aspectos lúdicos, interactivos y multimedia. Nuestra primera experiencia se ha plasmado en el “BBVAgrama”, un crucigrama multimedia que mezcla los contenidos regulatorios con los de cultura general. De esta forma los colaboradores “aprenden como jugando”.

Bajo este sistema de formación se realizó el curso regulatorio “Seguridad y Salud en el Trabajo” con 4.217 participantes

Formación predirectiva y directiva

El refuerzo de las habilidades, principalmente las vinculadas con la dirección de equipos, fue una prioridad en la gestión formativa. Por ello, 11 directivos

participaron de los diferentes programas de la Escuela de Management, impartidos en Madrid, en alianza con prestigiosas escuelas de negocios como el IESE, el Center for Creative Leadership (CCL) y la Escuela de Negocios de la Universidad de Navarra. En este mismo rubro, llevamos a cabo las siguientes actividades:

- Primer “Programa de Desarrollo Directivo”, con una metodología mixta que combina la formación presencial y el uso de e-campus.
- Segunda edición del “Programa de Liderazgo”, el cual incorpora la metodología del *coaching* como un soporte esencial para el desarrollo personal y profesional.
- Cursos de Dirección Eficaz (metodología mixta) y Diplomado en Gestión Empresarial, para los colaboradores que no han concluido sus estudios superiores.

Formación en productos y servicios

La gestión formativa orientada al negocio fue muy intensa, destacando en Red Minorista los siguientes programas:

- Integrales para ejecutivos VIP.
- Gestores comerciales.
- Gestores de plataforma.
- Asesor de servicio – Gestor de plataforma.
- Asesor de servicio – Subgerente.
- Concurso de conocimientos “Que Levante la Mano”, para la formación en productos y habilidades de ventas.

Una línea significativa de acción para los puestos de gerentes de oficina y gestores comerciales fue el “Plan de Choque en Riesgos”, programa que consolidó los conocimientos en temas de análisis de estados financieros y procesos de riesgos que facilitan la gestión comercial de las oficinas.

Programa de idiomas

En la Escuela de Idiomas se han formado más de 80 colaboradores, cuyo perfil del puesto requiere el conocimiento del idioma inglés.

Pasión por las personas

Gracias a este programa corporativo, los colaboradores y sus familias cuentan con un portafolio de cuidados para su bienestar: beneficios, calidad de vida, deportes y cultura, camaradería y voluntariado.

Respecto a los cuatro primeros ejes se llevaron a cabo las siguientes actividades durante el 2009.

Beneficios

- Tasas preferenciales y préstamos a través de la OFICINA 199 para hacer realidad los proyectos de los colaboradores y sus familias.
- “Medio día libre” para que nuestros colaboradores disfruten de su cumpleaños.
- Reconocimiento a la excelencia: devolución del dinero invertido en estudios de maestrías, para quienes ocupen los primeros puestos.
- Plan de salud: con las mejores condiciones del mercado.
- Condiciones preferenciales para los seguros: vehicular, SOAT, domiciliario y oncológico.
- Disfruta BBVA: convenios de descuentos preferenciales con empresas para los colaboradores.
- Pack del bebé: Bienvenida a los recién nacidos de nuestros colaboradores.
- Uniforme BBVA: con nueva imagen más cercana y moderna.
- “Viernes Casual”: los colaboradores pueden asistir ese día de la semana sin el uniforme. Los colaboradores de provincias reciben polos casuales.
- Ferias y campañas gratuitas: prevención y cuidado de la salud.
- Centro Médico Empresarial y Centro Médico Odontológico.

Calidad de vida

- Campaña de vacunación AH1N1 a nivel nacional.
- Feria de la Salud.
- Acceso al centro recreacional Chaclacayo para la familia y amigos.
- Cobertura de los gastos de salud para jubilados y padres de los colaboradores.
- “Viernes... a casa temprano”. El personal de la sede central, durante todo el año, puede retirarse a partir de las 4:30 p.m. y en horario de verano a las 3:00 p.m.
- Servicio gratuito de Sala Cuna Integral para los hijos de los colaboradores durante sus 12 primeros meses.

Camaradería

- Vacaciones divertidas (para los hijos de nuestros colaboradores).
- Día de la Madre.

- Día del Niño.
- Día de la Secretaria.
- Brindis por el Día del Padre.
- Celebración de Fiestas Patrias.
- Día de la Familia BBVA.
- Almuerzo para los jubilados.
- Feria de maestrías.
- Fiesta de fin de año.
- Brindis de Navidad.

Deporte y cultura

- IV Concurso Internacional de Dibujo BBVA.
- II Concurso Internacional de Fotografía BBVA.
- Ruta Quetzal.
- Maratón 5K.
- Campeonato Deportivo ASBANC.

Comunicaciones de Recursos Humanos

Desde este año se implementó una nueva gestión de las comunicaciones de RRHH, con el objetivo de impulsar la difusión de los beneficios y facilidades, tanto de los nuevos como de los ya existentes. Las iniciativas más destacadas fueron las siguientes:

- Buzón “T-COMUNICO”: Creado con el objetivo de optimizar el volumen de los comunicados que se difunden diariamente a los correos de los colaboradores desde dos buzones: “Comunicaciones Internas” y “Para ti dRRHH”.
- Revista interna *Nosotros*: Tiene una publicación bimestral. En ella se comparten experiencias, visitas de los directivos del Grupo BBVA y los logros profesionales de nuestros colaboradores. Se informa asimismo sobre las principales actividades realizadas mes a mes.
- Intranet corporativa: Se lanzó una nueva Intranet con enfoque y contenidos locales y globales (<http://intranetbbva.peru.igrupobbva/>). Contiene herramientas tecnológicas actualizadas, televisión IP para visualización de imágenes y videos de todas las comunidades del Grupo BBVA. Permite acceder a encuestas y nuevos *links*. Esta plataforma actualiza hasta tres noticias diarias y hace más cercanas e inmediatas las novedades de interés para los colaboradores.
- Servicio de Atención al Empleado (SAE): Es un canal que permite atender al colaborador de manera personalizada y lo orienta en la búsqueda de soluciones a sus dudas y necesidades relacionadas con los procesos de recursos humanos.

- Encuestas de satisfacción: Después de cada campaña, actividad o nuevo proceso generado desde recursos humanos, se realizan encuestas que permiten medir el impacto de las iniciativas, así como recopilar información de interés para diseñar nuevas acciones o mejorar las existentes.

ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL Y MARCO LABORAL

Para mejorar la eficiencia de los procesos de recursos humanos, se implementó el “Proyecto Aristos”. Se trata de una plataforma común que se encuentra en Intranet y que integra la información de los empleados a través de la herramienta *People Soft*. Dicha plataforma cuenta con las siguientes ventajas: desarrolla un modelo corporativo que responde a las necesidades del Grupo BBVA, permite la evolución a entornos más avanzados sobre la base de tecnología de Internet, facilita la interacción con los colaboradores a través de los autoservicios y la realización de consultas y actualizaciones de datos personales.

Posteriormente se lanzó la “Boleta Electrónica”, para contar con información oportuna y al detalle de los conceptos remunerativos.

A través de la “Campaña Tarjetas de Crédito” se implementó otra mejora para nuestros colaboradores y familias, consistente en el incremento de sus líneas de crédito, subrogación de deudas, reducción de tasas de interés y cambio de plástico. Con ella se beneficiaron 1.200 empleados.

→ Indicadores Capital Intelectual

	Dic. 2009
Plantilla estructural	4.284
Plantilla coyuntural	43
Plantilla nómina	4.327
Edad media (años)	34,89
Diversidad hombres/mujeres (%)	53 / 47
Movimientos de personal	
Cambio funcional	436
Promociones	597

ACTIVIDADES INSTITUCIONALES

COYUNTURA: REUNIÓN PARA EJECUTIVOS

En su cuarto año, las conferencias “COYUNTURA: Reunión para Ejecutivos” estuvieron dirigidas a los principales clientes del Banco, brindándoles información actualizada y oportuna para la buena orientación de sus negocios.

La Unidad de Imagen y Comunicación, responsable de la organización de estos eventos, llevó a cabo a lo largo del año tres reuniones que contaron con la participación de destacados expositores como Augusto Álvarez Rodrich, Pedro Pablo Kuczynski y el ex ministro de economía Luis Carranza. Los temas tratados fueron “El cambiante escenario político del año 2009”, “Reflexiones sobre la coyuntura política y económica peruana” y “Proyecciones y posibilidades de la economía peruana”, respectivamente.

FOROS NACIONALES

XVIII Congreso Nacional de la Empresa Privada

Este congreso, realizado por la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP), ha logrado constituirse como uno de los más importantes espacios de debate sobre temas vinculados al desarrollo económico y social del país. Este año, el Comité Organizador del Congreso desarrolló el programa en torno a la integración física y social. El Banco participó como auspiciador del evento.

47 Conferencia Anual de Ejecutivos

El Instituto Peruano de Administración de Empresas (IPAE) realizó la 47 Conferencia Anual de Ejecutivos (CADE) en la ciudad de Arequipa, donde el Banco estuvo presente en calidad de auspiciador.

Durante el evento se revisó la transformación del empresariado en el Perú y el mundo, los desafíos para el país frente al futuro, el contexto de la crisis internacional y las oportunidades empresariales. Asimismo, se trató acerca de la urgencia de la innovación y desarrollo tecnológico y de las prioridades para los próximos años en el propósito de gestionar el talento de los peruanos.

FUNDACIÓN BBVA BANCO CONTINENTAL

ACTIVIDADES DE ACCIÓN SOCIAL

Programa "Leer es estar adelante"

El diseño del programa, que se encuentra en su tercer año de aplicación, contempla un proceso de medición de aprendizajes en habilidades de comprensión lectora para los estudiantes beneficiarios.

El aprendizaje de los estudiantes se midió en dos grados: tercero y quinto de primaria, haciéndoles un seguimiento hasta los grados cuarto y sexto respectivamente. Los resultados arrojan que en el tercer grado se ha reducido casi en 50% la cantidad de alumnos por debajo del nivel 1, el más grave de todos. En quinto grado, se ha reducido en 26% la cantidad de alumnos en el nivel más bajo (-1).

Campaña "Abrigando corazones"

En una intensa jornada realizada con los colaboradores del Banco y AFP Horizonte, se realizó esta campaña, respondiendo al llamado de Cáritas del Perú para atender a las poblaciones del sur del país que se vieron afectadas por el friaje.

Programa de Voluntariado

El objetivo principal del Voluntariado BBVA Continental es contribuir a elevar el nivel de vida de personas de escasos recursos, especialmente niños con discapacidad, a través de sus diversas acciones.

A lo largo del año, los voluntarios realizaron numerosas actividades, entre las que destacan las presentaciones de cuentacuentos, llevadas a cabo en diversas instituciones como:

- Hospital Cayetano Heredia – Pediatría.
- Posadita del Buen Pastor - Pintado de Aulas de Aprendo Contigo.
- Hogar Reina de La Paz, madres adolescentes de 11 a 17 años.
- Cuna de Hospital Edgardo Rebagliati Martins – EsSalud.
- Visita de niños con habilidades especiales a la residencia americana.
- Defensoría Municipal del Niño y del Adolescente (DEMUNA) Lince - CONAD: Niños en situación de riesgo.
- CEBE Sagrado Corazón de Pucusana, niños con discapacidad.

- Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas (INEN) – Pediatría.

Los voluntarios BBVA Continental, a través de sus presentaciones, han logrado trascender y por ello reciben invitaciones de diferentes instituciones y albergues. Para lograr una excelente puesta en escena, los voluntarios del módulo de teatro efectúan cada semana intensos talleres en la sede central del Banco, bajo la supervisión de un especialista en la materia. Asimismo, otro grupo de voluntarios realiza funciones específicas de logística y montaje de las obras. El grupo total de voluntarios está conformado por aproximadamente ochenta trabajadores de distintas áreas u oficinas, que dedican tiempo adicional para participar en esta noble causa.

ACTIVIDADES CULTURALES

Teatro "Mario Vargas Llosa"

La Fundación BBVA Banco Continental continuó participando de las actividades culturales realizadas en el teatro "Mario Vargas Llosa" de la Biblioteca Nacional del Perú. Las obras presentadas durante el año por la Asociación Cultural Plan 9, con la intervención de destacados artistas nacionales, fueron: *Mundo de todos*, *El misterio de Irma Vap*, *La pareja dispareja*, *El rey ciervo*, *Esta obra es un desastre*, *Amigos invisibles* y *La Chunga*. En esta última puesta en escena se contó con la asistencia del escritor Mario Vargas Llosa, a quien se le rindió un homenaje.

Convenio con Asociación Romanza

Durante el 2009, el BBVA Banco Continental firmó un convenio con la Asociación Cultural Romanza y la Asociación Amigos de la Ópera, con el fin de participar en las presentaciones de este género musical.

La primera de ellas fue la ópera *Atila* de Giuseppe Verdi, montada en el Teatro Municipal Alejandro Granda del Callao y auspiciada por la Fundación BBVA Banco Continental en el marco del II Festival Internacional de Ópera "Alejandro Granda".

Con el auspicio de la Fundación BBVA Banco Continental, el mundialmente conocido tenor peruano Juan Diego Flórez se presentó ante miles de personas en el Estadio Miguel Grau del Callao, en una noche que combinó lo mejor de la música clásica y popular. Los clientes VIP de BBVA Banco Continental y AFP Horizonte gozaron del espectáculo desde una ubicación preferencial, además de un cóctel pre-

vio a la función, preparado exclusivamente para ellos.

La Fundación BBVA Banco Continental viene apoyando por segundo año consecutivo las presentaciones de este notable intérprete peruano. Antes lo hizo con la ópera *Rigoletto*, de Giuseppe Verdi, presentada en el Teatro Alejandro Granda del Callao, que fue transmitida a todo el país en directo por TV Perú (Canal 7), gracias al auspicio de la Fundación BBVA Banco Continental y AFP Horizonte en su afán de llevar la cultura y el arte a todos los segmentos y ciudades del país.

Ruta Quetzal

La vigésimoquinta edición de Ruta Quetzal BBVA, “Rumbo a la isla de Robinson Crusoe. La Tierra de Juan Fernández en Chile”, se inició en España, lugar de encuentro para los más de 270 expedicionarios procedentes de 53 países, entre los que se encontraban cinco estudiantes peruanos.

Los jóvenes iniciaron el viaje por tierras españolas, visitando primero el convento de las Carmelitas de Ocaña, lugar donde está enterrado Alonso de Ercilla, autor de *La Araucana* y luego Madrid, donde fueron recibidos por los príncipes de Asturias en el palacio de El Pardo de Madrid, ciudad en la que además visitaron el Museo del Prado, el Real Jardín Botánico, el Observatorio Nacional y el Palacio Real, entre otros lugares. Siguieron el viaje por las comunidades de Valencia, Murcia, Andalucía, Castilla y León, La Rioja y Madrid, tras la huella de emprendedores españoles que tuvieron gran importancia en la conformación de Chile.

La ruta concluyó a finales de julio en Madrid con un acto organizado por la Universidad Complutense, que dirige el programa académico de este proyecto educativo y cultural.

En diciembre se realizó la segunda parte del programa Ruta Quetzal 2009, viajando a Chile por primera vez, donde por casi tres semanas los jóvenes participantes, entre otras actividades, rememoraron la aventura del marinero escocés Alexander Selkirk, náufrago que inspiró el personaje de Robinson Crusoe al novelista Daniel Defoe, y que vivió en la isla (conocida como isla Alexander Selkirk o isla Robinson Crusoe) desde 1704, cuando fue abandonado por el galeón “Cinque Ports”, hasta 1709, al ser rescatado por el “Duke” que le llevó de regreso a Inglaterra. Los jóvenes embarcaron en Valparaíso para lle-

gar a la mencionada isla, que forma parte de un archipiélago descubierto por el navegante español Juan Fernández hacia 1574, quien consiguió un gran avance en el derrotero hacia el sur del país andino, reduciendo el tiempo de navegación a Concepción, segunda ciudad de la República de Chile.

Otro de los aspectos más relevantes de la Ruta Quetzal BBVA en Chile fue seguir la estela de sus dos premios Nobel: Gabriela Mistral (Vicuña, 1889-Nueva York, 1957) y Pablo Neruda (Parral, 1904-Santiago de Chile, 1973), prolíficos escritores del siglo pasado.

Aprendo BBVA

Este programa, en su sexto año, recibió a 594 niños principalmente de instituciones educativas ubicadas en los conos de la ciudad. Con el objetivo de brindar conocimientos de forma clara y amena acerca del sistema financiero, los escolares asisten a una charla informativa, visitan las instalaciones del banco y participan de juegos donde se busca reforzar los conceptos aprendidos en el aula.

Auspicios y donaciones

Con un fin altruista, tanto el Banco como la fundación participan auspiciando y promoviendo actividades a favor de los más necesitados, principalmente en los campos de la educación y la cultura.

Algunas instituciones favorecidas en el 2009 fueron:

- Biblioteca Nacional del Perú.
- Asociación de Artes Culturales Romanza.
- Olimpiadas Especiales.
- Asociación Aprendo Contigo.
- Asociación Hogares Nuevo Futuro-El Rastrillo.
- Asociación Mensajeros por la Paz.
- Instituto Nacional de Cultura.
- USEA – Noche de Arte.
- Sociedad de Beneficencia Israelita Sefardí.
- Grupo de Teatro La Tarumba.
- Fundación Peruana Cardioinfantil.
- Universidad del Pacífico.
- Centro Peruano de Audición y Lenguaje.
- Asociación de Asistentes Sociales en Empresa.
- Prelatura de Yauyos.

PREMIOS 2009

GLOBAL FINANCE: MEJOR BANCO DE PERÚ 2009

La revista internacional *Global Finance* designó al BBVA Banco Continental por sexto año consecutivo como el “Mejor Banco de Perú” en la decimosexta edición de su premio a los Mejores Bancos de Latinoamérica, en virtud de los notables resultados que logró en 2008.

La calificación fue otorgada por un conjunto de analistas, ejecutivos corporativos y consultores financieros de distintos países. Los criterios utilizados para elegir a los ganadores fueron, entre otros, crecimiento en activos, rentabilidad, servicio al cliente, alianzas estratégicas, precios competitivos y capacidad de innovación.

LATIN FINANCE: BANKS OF THE YEAR 2009

La prestigiosa revista norteamericana *Latin Finance* designó al BBVA Banco Continental como “Mejor Banco de Perú” en los premios “Banks of the Year 2009” por contar con la más alta rentabilidad del sistema financiero peruano, respaldado por una amplia red de negocios y *back-office*.

AMÉRICA ECONOMÍA: 25 MEJORES BANCOS

La reconocida revista *América Economía* ubicó al BBVA Banco Continental en el primer lugar entre los bancos peruanos, en el ranking anual que realiza para elegir a los 25 mejores bancos de América Latina.

Asimismo, el BBVA Banco Continental ocupó el cuarto lugar en la lista general de los mejores bancos de la región, destacando tanto por su alto nivel de rentabilidad como por su bajo índice de morosidad.

RANKING PODER: 50 MEJORES BANCOS DE AMÉRICA LATINA

La revista *Poder*, editada en más de seis países incluyendo Estados Unidos, ubicó al BBVA Banco Continental entre los cinco mejores bancos de América La-

tina y primero entre los bancos peruanos, según el ranking de los 50 Mejores Bancos de América Latina que elabora este medio.

PREMIO A LA CREATIVIDAD EMPRESARIAL: E-MPRESARIO.COM

La plataforma E-mpresario.com del BBVA Banco Continental recibió el premio a la Creatividad Empresarial en la categoría de Servicio a Clientes, otorgado por la UPC, por crear un portal que permite interactuar a los clientes del Banco, sean estos compradores o proveedores, y hacerles el día a día más fácil a las empresas.

PRINCIPIOS DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

Cabe resaltar la inclusión del BBVA Banco Continental en el Índice de Empresas que Cumplen con los Principios de Buen Gobierno Corporativo, elaborado durante el primer semestre del año 2009 por la Bolsa de Valores de Lima. Al cierre del año 2009 el BBVA Banco Continental es el único banco del sistema financiero que forma parte de este índice.

RANKING GREAT PLACE TO WORK 2009

El BBVA Banco Continental se ubicó dentro del ranking de las “Empresas más grandes con mejor clima laboral del 2009” que cada año elabora Great Place to Work Institute Perú, sobre la base de encuestas aplicadas a las organizaciones participantes.

Los criterios tomados en consideración incluyen políticas laborales, responsabilidad social, influencia de las políticas en el entorno, prácticas de gobierno corporativo y la reputación que ostenta la marca en las diferentes entidades.

