

**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y VALORES ÉTICOS EN EL
SECTOR FINANCIERO COLOMBIANO. CASO BANCO BBVA COLOMBIA**

**NATALIA CASTAÑEDA ROMERO
LUISA FERNANDA MARÍN RAMÍREZ**

**UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERÍA
PREGRADO EN INGENIERÍA FINANCIERA
PEREIRA, JUNIO 30 DE 2016**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y VALORES ÉTICOS EN EL
SECTOR FINANCIERO COLOMBIANO. CASO BANCO BBVA COLOMBIA**

**NATALIA CASTAÑEDA ROMERO
LUISA FERNANDA MARÍN RAMÍREZ**

**ASESOR: JAIME ESPINOSA PEÑA
MAGISTER EN CIENCIAS FINANCIERAS Y DE SISTEMAS.**

**UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERÍA
PREGRADO EN INGENIERÍA FINANCIERA
PEREIRA, JUNIO 30 DE 2016**

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Pereira, Junio 30 de 2016

DEDICATORIA

A todos nuestros familiares, amigos y conocidos que estuvieron presentes en la elaboración de este proyecto incondicionalmente, y de igual manera a quienes no creyeron posible su culminación.

AGRADECIMIENTOS

A nuestras madres por toda una vida de amor y apoyo; por seguir sosteniéndonos de la mano cuando caemos, ya que nadie ha recibido más afecto ni un apoyo tan incondicional como el que ustedes nos han brindado.

A nuestras familias por el estímulo, consejo e inspiración.

A nuestros amigos por su paciencia, amor, amistad, sentido del humor y buena predisposición para acompañarnos en este largo camino; en especial a Jairo Villa quien ha estado incondicionalmente en los momentos en los cuales más lo hemos necesitado.

A nuestros hijos peludos Lulú, Toby y Wanda, por permitirnos sentir la clase de amor por el que la gente muere sin dudarlo.

A Jaime Espinosa Peña, al cual debemos una gratitud inmensa, gracias por todo lo que hizo por nosotras.

Tabla 1. TABLA DE CONTENIDO

	PÁG.
INTRODUCCIÓN	7
1. HISTORIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL RSE	10
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	11
3. OBJETIVOS	14
4. MARCO TEÓRICO.....	15
5. MARCO NORMATIVO Y LEGAL	26
6. MARCO HISTÓRICO.....	29
7. PRESENTACIÓN GENERAL DEL BANCO BBVA Y SU ESTADO EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	35
8. DIAGNÓSTICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN EL BANCO BBVA COLOMBIA.....	44
9. VISUALIZACIÓN DE LOS RESULTADOS Y ANÁLISIS	94
10. INDICADORES DE GESTIÓN BANCO BBVA	98
11. INDICADORES FINANCIEROS BANCO BBVA VS BANCO DE BOGOTÁ ...	104
CONCLUSIONES	110
RECOMENDACIONES.....	112
BIBLIOGRAFÍA.....	113

Fuente. Elaboración propia, con base en el desarrollo de la investigación

Tabla 2. LISTA DE TABLAS

	PÁG.
Tabla 1. Tabla de Contenido.....	4
Tabla 2. Lista de Tablas.....	5
Tabla 3. Lista de Figuras	6
Tabla 4. Evolución histórica del Banco BBVA a nivel internacional	29
Tabla 5. Composición Accionaria BBVA	36
Tabla 6. Calificación autoevaluación.....	47
Tabla 7. Variable de estudio. Condiciones Ambientales	47
Tabla 8. Horas de formación y capacitación de los trabajadores del BBVA	53
Tabla 9. Mapa laboral del banco BBVA	56
Tabla 10. Variable de estudio. Marketing Responsable.....	57
Tabla 11. Número de reclamaciones en relación con el respeto la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.....	63
Tabla 12. Tiempo de resolución de los reclamos (días hábiles)	63
Tabla 13. Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo.	64
Tabla 14. Porcentaje de quejas y reclamos gestionados por Soluciones Primer Contacto	64
Tabla 15. Variable de estudio. Protección al medio Ambiente.....	65
Tabla 16. Principales indicadores Impacto Ambiental.....	71
Tabla 17. Cifras de residuos aprovechables.	73
Tabla 18. Variable de Estudio: Apoyo a la Comunidad.....	74
Tabla 19. Inversión en programas sociales.	85
Tabla 20. Variable de estudio: Valores y Principios Éticos	87
Tabla 21. Contribución a la consecución de los ODM	93
Tabla 22. Resultados totales de la evaluación.....	94
Tabla 23. Indicadores de Banca Responsable BBVA 2012-2014 y su variación	98
Tabla 24. Cuadro comparativo entre los indicadores financieros del Banco.....	108

Fuente. Elaboración propia, con base en el desarrollo de la investigación

Tabla 3. LISTA DE FIGURAS

	PÁG.
Figura 1. Visiones de la Responsabilidad Social Empresarial	17
Figura 2. Proceso de expansión del Banco BBVA	31
Figura 3. Organigrama Internacional.	33
Figura 4. Organigrama general del Banco BBVA.....	36
Figura 5. Pilares del Banco BBVA	40
Figura 6. Organización de la función de RSC	42
Figura 7. Índice IRENE	61
Figura 8. Tiempo de resolución de los reclamos (días hábiles)	63
Figura 9. Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo.	64
Figura 10. Porcentaje de quejas y reclamos gestionados por Soluciones Primer Contacto	64
Figura 11. Principios orientativos del Código de Conducta de BBVA	90
Figura 12. Principales aspectos que pueden ser tratados en los canales de Actitud Responsable	91
Figura 13. Pentágono de visualización de resultados.....	95
Figura 14. Top 5 Bancos Colombianos	104
Figura 15. Top 5 Bancos extranjeros en Colombia	105
Figura 16. Política de Responsabilidad Social Corporativa. Banco de Bogotá. ..	1066

Fuente. Elaboración propia, con base en el desarrollo de la investigación

INTRODUCCIÓN

En la era de la globalización en la que nos encontramos, ni el tiempo ni la distancia son impedimentos para realizar negocios, entablar amistades o relaciones interpersonales, compartir conocimientos y desarrollar proyectos, pero a su vez, se han propiciado graves desequilibrios económicos y sociales que han afectado a todos los estamentos de la sociedad. La aparición de la producción en masa y la industria desde la Revolución Industrial (1760-1840) han avalado la aparición de una gran cantidad de empresas multinacionales por todo el planeta; dichas empresas de carácter capitalista, han absorbido gran parte de los mercados e incluso del poder político que gobierna las naciones, concentrando gran parte de la riqueza del mundo en sus cuentas, generando esto una situación de desigualdad entre aquellos que son extremadamente ricos y aquellos que por el contrario son extremadamente pobres¹.

En este orden de ideas, parece apenas lógico que quienes tienen el mayor poderío en todos los aspectos (no sólo el económico) sean los responsables también de emprender una serie de acciones para mitigar los problemas de desigualdad social y contaminación ambiental que ellas mismas en gran medida han generado. La empresa se considera en nuestros días como un “ciudadano corporativo” que cuentan con derechos y responsabilidades sociales básicas, éticas, laborales y medio ambientales, que van más allá de la maximización de ganancias de corto plazo. El conjunto tanto de deberes y responsabilidades frente al medio (la sociedad, el ambiente, las demás empresas, el desarrollo sociopolítico y económico del país, etc.) como su accionar frente a las mismas es conocido como Responsabilidad Social Empresarial, o Responsabilidad Social Corporativa, y es un concepto que cada día toma más fuerza a nivel mundial, pasando de ser un lujo

¹ Historia económica mundial. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.udc.es/dep/ecoapl2/esteco1/historia/RI.pdf>

que solo un cuantos se podían dar, a ser una obligación para con el medio y una necesidad competitiva para mantenerse en el mismo².

Por su parte, los bancos no son ajenos ni a este boom ni a esta responsabilidad, y el BBVA que es el centro de estudio del presente proyecto no se queda atrás en cuanto a su cumplimiento con la responsabilidad social y empresarial; BBVA es un grupo multinacional líder que ofrece servicios financieros en 31 países y a 51 millones de clientes en todo el mundo y que como lo profesa en su séptimo principio corporativo “La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo” y en su cultura corporativa³ “Más allá de las relaciones comerciales, de nuestra actividad en el sector financiero, en BBVA tenemos claro que trabajamos por un futuro mejor para las personas”, es un banco que día tras día emprende acciones para impactar positivamente la sociedad que lo rodea⁴. De este modo, se consideró importante realizar un estudio que permitiera conocer que ha logrado el Banco BBVA COLOMBIA S.A en la sociedad Colombiana, en el marco de la Responsabilidad Social Corporativa, partiendo del grado de sensibilización de los mandos directivos frente a la misma, así como el análisis de su estado como empresa comparado con el banco líder del mercado haciendo uso de indicadores financieros. Adicionalmente, se presentan las funciones del Comité de seguimiento o del área responsable, bajo los principios de la planeación, evaluación y ejecución de la Responsabilidad Social Corporativa, y complementariamente, se muestran los resultados de la evaluación del cumplimiento de los indicadores de gestión (de manera anual) en cuanto a servicio al cliente, calidad de los procesos y crecimiento de la organización, teniendo en cuenta la norma ISO 9001, la cual es la base del

² ¿Que es RSE? En línea. [Consultado 23 de junio 2016]. Disponible en: http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf

³ BANCO BBVA. En línea. [Consultado 10 de julio 2015]. Disponible en: <http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/informacion-corporativa/conozcanos/como-somos/cultura-corporativa/index.jsp>

⁴ Información corporativa BBVA. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/informacion-corporativa/conozcanos/como-somos/cultura-corporativa/index.jsp>

sistema de gestión de calidad ya que es una norma internacional que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios⁵.

⁵ Norma ISO 9001. En línea. [Consultado 24 de junio 2015]. Disponible en: <https://www.mct.es/sites/default/files/archivos/ISO-9001.pdf>

1. HISTORIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL RSE

La historia de la responsabilidad social Empresarial no tiene un inicio fijo, sin embargo, a fin de marcar algún antecedente, podríamos decir que existen situaciones que se han destacado en este tema, A continuación se presenta una tabla que relaciona año y acontecimiento presentado⁶.

AÑO	ACONTECIMIENTO
1820	Inicio de creación de fundación y proyectos de filantropía Empresarial
1919	Nace la Organización Mundial del Trabajo
1945	Creación de la Organización de las Naciones Unidas
1947	Se crea la ISO International Organization for Standardization ⁷
1948	Se crea la Unión Internacional para la conservación de la Naturaleza
1948	Declaración Universal de los derechos Humanos
1962	Principios de Responsabilidad Social Friedman
1971	Surge Greenpeace
1984	E. Freeman propone la teoría de los Stakeholders o Grupos de Interés
1987	Creación de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo
1993	Certificación ambiental Norma ISO 14000
1997	Publicación de la Norma SA8000 de Responsabilidad Social
1999	Norma AA1000
2000	La unión Europea publica el Libro Blanco sobre Responsabilidad Ambiental ⁸
2001	La comisión Europea publica el Libro Verde sobre la Responsabilidad Social de las Empresas
2003	Norma sobre la Responsabilidad de las Empresas Transnacionales y otras empresas Comerciales de Naciones Unidas ⁹
2004	Inicio grupos de trabajo para la Guía de Recomendaciones ISO 26000 de RSE
2004	Se crea el comité Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial
2007	El parlamento Europeo aprueba la Resolución RSC: Una nueva Asociación

⁶ Historia de la Responsabilidad Social Empresarial. En línea. [Consultado 24 de junio 2015]. Disponible en: <http://es.slideshare.net/usmac2005/historia-de-la-rse-responsabilidad-social-empresarial>

⁷ Historia de la ISO. En línea. [Consultado 24 de junio 2015]. Disponible en: <http://blogdecalidadiso.es/historia-de-la-iso/>

⁸ El Libro Blanco sobre Responsabilidad Ambiental. En línea. [Consultado 24 de junio 2015]. Disponible en: http://ec.europa.eu/environment/legal/liability/pdf/el_full_es.pdf

⁹ Norma sobre la Responsabilidad de las Empresas Transnacionales y otras empresas Comerciales de Naciones Unidas. En línea. [Consultado 24 de junio 2015]. Disponible en: <https://www.amnesty.org/download/Documents/96000/ior420022004es.pdf>

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El Estado de Bienestar¹⁰, cuyo modelo adoptaron e impulsaron los países desarrollados después de la Segunda Guerra Mundial, y que posteriormente, si bien de modo parcial, replicaron algunos países de la América¹¹, se atribuyó la ampliación de los derechos sociales y la procuración de condiciones aceptables de vida para la población, sin dejar de garantizar las bases para la creación de capital. Para lograr estos objetivos, el Estado amplió su campo de acción y fundó nuevas instituciones, desarrollando diversas estrategias de gestión pública para articular los esfuerzos colectivos.

A partir de los setenta, el modelo de acción gubernamental para hacer frente a las numerosas necesidades sociales entró en crisis debido principalmente a la insuficiencia de recursos por parte del Estado. Sobresalientes y amplios esfuerzos de investigación se han dedicado a abordar sus causas, resultando destacables la corrupción, el descontrol político y presupuestal, el dominio del paradigma neoclásico, la gestión estratégica y los recursos públicos insuficientes¹². A la reducción de las posibilidades de maniobra de los gobiernos, hay que sumar el descrédito en el que han incurrido sindicatos y partidos políticos, ya no digamos para garantizar un mejor nivel de vida de sus seguidores, sino para establecerse como canales de intermediación eficaces y de representación real.

Lejos de ser una moda pasajera como otras muchas provenientes del Mercado, el paso de los años y de las experiencias van convirtiendo a la RSC (Responsabilidad

¹⁰ ¿QUE ES EL ESTADO DE BIENESTAR? [En línea], [Consultado, Diciembre 15 de 2014]. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/freccdos/freccdos9.htm>

¹¹ COMPORTAMIENTOS SOCIALMENTE RESPONSABLES EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DE LA CIUDAD DE MANIZALES. [En línea], [Consultado, Diciembre 08 de 2014]. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/1850/1/gonzalorestrepoquintero.2010.pdf>

¹² COMPORTAMIENTOS SOCIALMENTE RESPONSABLES EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DE LA CIUDAD DE MANIZALES. [En línea], [Consultado, Diciembre 08 de 2014]. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/1850/1/gonzalorestrepoquintero.2010.pdf>

Social Corporativa) o RSE (Responsabilidad Social Empresarial) en un elemento cada vez más indispensable para la supervivencia de las Organizaciones¹³.

Indispensable, porque el perfil del consumidor de nuestros días demanda una Empresa comprometida Socialmente, Responsable, donde lo ético tenga un papel preponderante; Y también se convierte en indispensable porque todos los grupos de interés de la empresa, Empleados, Sindicatos, Proveedores, medios de Comunicación, Instituciones y demás Stakeholders (Grupos de interés Freeman) desean cada vez más entablar relaciones con Empresas que sean Responsables Socialmente; ¿Se implementa la RSC y la ética en las Entidades Financieras Colombianas?¹⁴

Al fin y al cabo, las empresas son unidades económicas de producción que se desarrollan en Sociedad, y que fuera de ellas carecen de sentido, porque es en ellas donde sus Bienes y Servicios tienen Valor.

Si se mira atrás, se encontrarán cuatro fases básicas de evolución de la empresa hacia la RSC.

En una primera fase, las empresas eran solo unidades de producción cuyo principal interés era el de proveer de productos y servicios a las sociedades, y su contribución no iba más allá del mero intercambio comercial de productos y servicios y de trabajo por salario.

¹³ LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. VENTAJAS Y CLAVES PARA SU IMPLANTACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES, OSCAR FAJARDO. [En línea], [Consultado, Diciembre 10 de 2014]. Disponible en: <https://fbusiness.wordpress.com/2008/05/31/la-responsabilidad-social-corporativa-ventajas-y-claves-para-su-implantacion-en-las-organizaciones/>

¹⁴ LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. VENTAJAS Y CLAVES PARA SU IMPLANTACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES, OSCAR FAJARDO. [En línea], [Consultado, Diciembre 10 de 2014]. Disponible en: <https://fbusiness.wordpress.com/2008/05/31/la-responsabilidad-social-corporativa-ventajas-y-claves-para-su-implantacion-en-las-organizaciones>

En una segunda fase, comienzan a producirse los primeros movimientos de asociación y sindicales en las empresas, que demandan una mayor protección y respeto a los trabajadores, con lo que las empresas deben empezar a contemplar una vertiente más social respecto a sus empleados, pero siguen sin contribuir abiertamente al bienestar social más allá de los beneficios propios de la labor comercial de dinamización y creación de riqueza.

Una tercera fase, proviene ya de la demanda por parte de instituciones y consumidores para que la empresa, al igual que se aprovecha de sus derechos por vivir y desarrollarse en sociedad, también tiene unas obligaciones a las que debe hacer frente, y entre las que se empiezan a incluir asuntos relacionados con la RSC.

Y se llega a la fase en la que se está actualmente, en la cual son las propias empresas las que descubren que es mucho más beneficioso ser proactivos en el desarrollo de políticas de responsabilidad social que no hacerlo; y son ellas las que comienzan a imponerse acuerdos y actividades que proporcionen beneficios a la sociedad.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el estado de la Responsabilidad Social Corporativa y valores Éticos del Banco BBVA Colombia S.A. en la sociedad colombiana.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Determinar el grado de sensibilización del personal directivo del Banco, con respecto a la Responsabilidad Social Corporativa.
- ❖ Dar a conocer la situación actual del Banco BBVA Colombia S.A. en lo referente a la Responsabilidad Social Corporativa.
- ❖ Realizar un diagnóstico de la Responsabilidad Social Corporativa en el Banco BBVA Colombia S.A. mediante la metodología DERES
- ❖ Analizar los indicadores de gestión e indicadores financieros del Banco BBVA Colombia S.A. frente al Banco de Bogotá.

4. MARCO TEÓRICO

La apertura económica y comercial de los mercados ha planteado nuevos retos para las empresas, destacando esencialmente el de su persistencia frente a la competitividad. Esta competitividad ha implicado establecerse más allá de su estricta lógica de generación de riqueza y empleo, a efecto de reorientar su rol en agentes de cambio y desarrollo para las comunidades en las cuales se desenvuelven.

4.1. Conceptualización de Responsabilidad Social Corporativa

Antes que nada es importante primero definir la Responsabilidad Social Empresarial, y comprender los ámbitos bajo los cuales se da su desarrollo.

“El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), nació del cambio del modelo corporativo predominante económico a un modelo socioeconómico más amplio. El modelo económico daba más importancia a la producción, el aprovechamiento de los recursos, los intereses individuales, un rol menor para el gobierno, y un punto de vista general de las empresas como un sistema cerrado. En contraste, el modelo socioeconómico subraya la calidad general de vida, la conservación de los recursos, los intereses comunitarios, una participación activa del gobierno y un punto de vista de las empresas como un sistema abierto.

El concepto de RSE asume una forma de autocontrol más que de aplicación forzada de ciertos tipos de comportamiento a partir de fuentes externas. Está estructurado para hacer que los intereses privados de las corporaciones respondan a las necesidades sociales. En cierto sentido es una alternativa a otras formas de control social como el mercado, las regulaciones

gubernamentales, las actividades de los sindicatos y las presiones de los grupos de interés. Como forma de autocontrol, la RSE prevé ciertas restricciones en el comportamiento de las empresas, así como un enfoque altruista e imperativos morales¹⁵

No existe realmente una definición universal de la Responsabilidad Social Empresarial, pero si es posible hablar de sus orígenes y conceptualizaciones.

El concepto de RSE tiene sus orígenes en el mundo académico en 1953, cuando en el libro de Howard Bowen, *Social Responsibilities of the businessman*, se plantea por primera vez el cuestionamiento sobre cuáles son las responsabilidades que los empresarios deben o no asumir con la sociedad. Este concepto señala que el accionar de las grandes empresas provoca un impacto concreto en una cantidad importante de ciudadanos, por lo que se presenta como necesaria la vinculación de políticas y toma de decisiones en las firmas con base en los objetivos y valores de la sociedad.¹⁶

En la década de 1960, Davis propuso que la responsabilidad de las empresas se da en función de la cantidad de poder que estas tienen sobre la sociedad. Así, entre más poderío económico o político tendrá la empresa, mayor será su responsabilidad social empresarial¹⁷.

Por esa misma época, el Premio Nobel de Economía Milton Friedman ofreció una versión diferente al afirmar que la responsabilidad de los directivos o puede ser otra que aumentar los beneficios de sus accionistas; además consideró la RSC como una doctrina subversiva¹⁸. Friedman señaló como irresponsable la donación

¹⁵ Clasificación tomada de: "Impacto de la RSE en los Consumidores Chilenos". FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS. Universidad de las Américas.

¹⁶ Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York, Estados Unidos: Harper & Row.

¹⁷ Davis, K (1960). "Can business Afford to Ignore Social Responsibilities?" *California Management Review*, 2(3), pp.70-76

¹⁸ Friedman, M. (1962), *Capitalism and freedom*. Chicago: University of Chicago Press.

o el gasto del dinero en actividades que no están directamente relacionadas con el manejo del negocio, lo cual generó una vinculación de la RSE con la filantropía.

Por otro lado, en 1971, Johnson habló de cuatro visiones del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) presentadas en la siguiente figura¹⁹:

Figura 1. Visiones de la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Johnson, H.L Business in contemporanysociety:framework and issues.
Belmont, Cal: Wadsworth Pub. Co,1971.

En general, se dice que cualquier tipo de empresa, con independencia de su tamaño y razón social, debe entre sus actividades de mejoramiento elaborar un plan de RSE en donde incluya:²⁰

¹⁹ RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL En línea. [Consultado 23 de junio 2016]. Disponible en: <https://prezi.com/hbyhdx6yyhr/responsabilidad-social-empresarial/>

²⁰ LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA En línea. [Consultado 23 de junio 2016]. Disponible en: <http://www.foroempresarias.com/userfiles/archivos/Documentaci%C3%B3n/Gu%C3%ADa%20RSE%20PYME%20DEFINITIVA.pdf>

4.2. RSC y Estrategia

Se toma en consideración la integración de la RSC en:

- ❖ La misión, visión y valores de la empresa.
- ❖ La existencia de un Departamento de RSC dentro de la estructura.
- ❖ Si la empresa cuenta con un Comité de RSC y la integración de esta disciplina dentro del Órgano de Gobierno.
- ❖ El uso de un Código de Conducta.
- ❖ La implantación de un sistema de incentivos para los programas de RSC para empleados si la empresa se acoge a indicadores establecidos externamente (por ejemplo, *Global Compact*).
- ❖ Y la implantación de un cuadro de mando integral que incluya la RSC.

4.3. Gestión de los Grupos de Interés (Stakeholders)

Se debe analizar:

- ❖ Si la RSC se limita a tener en cuenta la opinión y necesidades de los accionistas, empleados y clientes de la empresa o si se extiende, además, a instituciones y ONG, administraciones públicas, sindicatos, mercado, etc.
- ❖ También se estudia la comunicación de la RSC y si la misma incluye la publicación de Informes de RSC (mayoritariamente incluidos en la memoria anual y página web de la empresa y en su Intranet).

4.4. Gestión Técnico-Económica

En este espacio se debe estudiar:

- ❖ La aplicación de la Cuenta de Resultados tradicional frente a la Triple Cuenta de Resultados basada en parámetros económicos, medioambientales y sociales (las empresas líderes en RSC vienen aplicándola mayoritariamente hace años).
- ❖ Se valora la innovación empresarial responsable destinada a medio ambiente y acción social.

- ❖ También se considera si la empresa participa en índices bursátiles de sostenibilidad y/o si ofrece a sus empleados planes de pensiones y otros productos en ISR o en el mercado bursátil convencional.

4.5. Gestión del Gobierno Corporativo

Con respecto al Órgano de Gobierno, se busca:

- ❖ Si la RSC tiene calado en el Consejo de Administración, valorándose las decisiones de los administradores de la empresa.
- ❖ Si la misma ha impuesto un Código de Buen Gobierno.
- ❖ También se analiza si la gestión de riesgos utiliza criterios éticos, medioambientales, económicos y sociales.
- ❖ La publicación de Informes sobre el Buen Gobierno es una tendencia mayoritaria.

4.6. Gestión Social Externa e Interna

Se estudia la gestión social externa que:

- ❖ Normalmente, se focaliza en la acción social (frecuentemente confundida con la RSC). Es de destacar que tradicionalmente la acción social es uno de los campos más frecuentados por las empresas y por ello suele contar con una estructura organizativa.
- ❖ Se valora la evolución desde la mera aportación económica hasta la diversificación en fórmulas más comprometidas e útiles socialmente como la prestación de servicios gratuitos, el marketing responsables, las vacaciones solidarias, la cesión de activos, el tiempo de empleados y directivos, la promoción del voluntariado interno...

4.7. El análisis de la gestión social interna se centra en:

- ❖ La política de Recursos Humanos de la empresa y en su vinculación e integración con criterios y prácticas de RSC.
- ❖ Se valora calidad del empleo y la creación de empleo.

- ❖ La seguridad y salud laboral (objetivos e indicadores, formación de la plantilla, revisiones de resultados) que siempre mejora en caso de contar con certificación externa.
- ❖ El respeto a los derechos humanos (no discriminación por razón de sexo o religión, la multiculturalidad, los trabajos forzados, el empleo de menores, la libertad de asociación...).
- ❖ La integración de discapacitados y excluidos.
- ❖ La formación, el desarrollo y gestión del talento.
- ❖ La participación de los empleados en la RSC de la empresa (sensibilización, formación e información en materia de RSC, encuestas de clima laboral, programas de evaluación del desempeño de la RSC, sistema de gestión de sugerencias, participación de los empleados en las estrategias y políticas de empresa...).
- ❖ El voluntariado corporativo (principalmente destinado a la acción social que mejores resultados obtiene cuanto mayor es la implicación de la empresa en la cesión de tiempo de directivos y empleados para este fin).
- ❖ La conciliación de la vida laboral y familiar (flexibilidad horaria, mejora de permisos más allá de la legislación -maternidad, excedencia...-, teletrabajo, etc.).
- ❖ Los préstamos especiales extrasalariales.
- ❖ Los servicios especiales (guardería, cuidado familiares mayores).
- ❖ El apoyo profesional (asesoramiento profesional, familiar, legal...).

4.8. Gestión Ambiental y Sostenibilidad

Se valoran:

- ❖ Las políticas y sistemas de gestión medioambiental de la empresa y ciclo de vida de los productos.
- ❖ Su plan de reducción de consumo de materias básicas (electricidad, papel, agua, material informático, tóner).

- ❖ Su plan de minimización y gestión de residuos y sus acciones o programas para la mejora de la ecoeficiencia.
- ❖ Normalmente se observan mejores resultados en las empresas que cuentan con certificación medioambiental.

A su vez, la Responsabilidad Social y empresarial tiene una clasificación de acuerdo a su nivel de actuación, así: ²¹

4.9. Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial Interna y Externa

Por una parte, la responsabilidad social interna de la empresa se refiere al desarrollo de acciones, políticas y programas relacionados a dos aspectos:

- ❖ La responsabilidad económica de la empresa para con sus accionistas o dueños.
- ❖ La responsabilidad de la empresa en materia laboral, para con los trabajadores.

La responsabilidad social que la empresa lleva a cabo de manera interna, en los dos aspectos mencionados, es indispensable para que logre la subsistencia dentro de la industria con un funcionamiento adecuado a las exigencias del mercado. Es importante destacar que ambos aspectos dependen directamente el uno del otro. Por un lado, la responsabilidad económica de la empresa es necesaria para aumentar el nivel de empleo, ampliando su alcance a un mayor número de personas pertenecientes a la fuerza de trabajo; además, si la empresa se desempeña eficientemente, con un nivel de rentabilidad acorde a las exigencias de los inversionistas, le será más fácil cumplir con sus deberes como empleadora,

²¹ Clasificación tomada de: "Impacto de la RSE en los Consumidores Chilenos". FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS. Universidad de las Américas. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.lossabios.com/Documentos/responsabilidad-social-empresarial-chile.html>

teniendo la posibilidad de brindar una mayor gama de beneficios a sus trabajadores. Por otro lado, si la responsabilidad laboral de la empresa se logra efectivamente, la firma podrá alcanzar mayores niveles de productividad, con un personal motivado y de mayor rendimiento, lo que se traduce en una mayor rentabilidad, contribuyendo al logro de su responsabilidad económica. En cuanto a la responsabilidad social empresarial externa, ésta se refiere a acciones, políticas y programas orientados a la comunidad, a cualquier grupo o problema social, no directamente relacionado con la empresa mediante una relación contractual o económica.

Con el fin de profundizar en dicha clasificación, a continuación se señalan algunas acciones y beneficios con respecto a la RSE interna y externa:

ACCIONES Y BENEFICIOS DE LA RSE INTERNA Y EXTERNA

- **Acciones al interior de la empresa**

Acciones responsables hacia los empleados y ambiente laboral:

Permitirles el equilibrio entre trabajo y descanso, vida de familia; propiciar espacios de formación, educación y crecimiento personal; respetar creencias religiosas y diferencias culturales; procurarles condiciones de ambiente saludable y agradable y herramientas adecuadas; realizar campañas de salud, prevención de vicios, protección al medio ambiente; estimular el deporte y expresión artística; educar con respecto al manejo de presupuestos; no discriminar, contratar a minorías; informarles de pérdidas y ganancias en general, etc. Se logra, en resumen, mejorar las condiciones de trabajo, reducir gastos, evitar pérdidas, orientando a los empleados a servir con mayor eficiencia al cliente.

Acciones responsables hacia la familia de los empleados:

Preocuparse de que los empleados no se descuiden de dedicarle tiempo a su familia; fomentar espacios de recreación y ocio donde participe la familia; hacer participar a la familia en planes de formación y capacitación, manejo de conflictos en la pareja y los hijos, salud, eventos culturales, deportivos y actividades recreativas; beneficios por convenios con la empresa; brindarles alguna atención en eventos o días especiales, etc. Se logra que la familia se transforme en un aliado de la empresa; ella evitará que el empleado cometa actos indebidos en la empresa; minimizar conflictos familiares, que afectan el desempeño del empleado; el empleado es más leal a la empresa, acata normas, pone más amor por lo que hace.

- **Acciones al exterior de la empresa:**

Acciones responsables hacia la comunidad y clientes que generan costo para la empresa: apoyar actividades desarrolladas en escuelas, patrocinar parques, hacer donaciones, etc., lo que dependerá de la fortaleza financiera de la empresa.

Acciones responsables hacia la comunidad y clientes que no genera costos para la empresa (o son mínimos):

Tener una política de uso racional de recursos; crear una cultura de reciclaje; respetar espacios públicos; mantener la empresa limpia y presentable; participar en la acción comunal (junta de vecinos, eventos sociales, etc.); no sobornar, no comprar artículos ilegales; contratar a discapacitados o gente excluida laboralmente; no participar de actividades que atenten contra la moral; realizar publicidad que no induzca a hábitos negativos, al contrario, promover valores

éticos, crear sistemas de aislamiento de la contaminación acústica y de generación de olores desagradables; invertir en investigaciones sociales; patrocinio de deportistas, eventos comunales, etc.

Beneficios de la RSE Interna:

- ❖ Mayor confianza de los empleados por la empresa, la sienten como suya; se eliminan probabilidades de conflictos relacionados a la productividad, aumentando la disposición al trabajo; reducción de ausentismo.
- ❖ Aumento de calidad, y por ende, mayor satisfacción del cliente.
- ❖ Disminución de la rotación de personal y de los costos de reclutamiento y entrenamiento.
- ❖ Mayor aporte de los trabajadores, por ejemplo, mediante la innovación directa; simplificación de procesos, disminución de costos, mayor eficiencia, mayor alcance de metas.

Beneficios de la RSE Externa:

- ❖ Mayor confianza de la clientela y el mercado, mejor imagen, por lo que se facilita el acceso a nuevos mercados.
- ❖ Mayor apoyo de la comunidad y autoridades, beneficiando el flujo de procedimiento y la seguridad.
- ❖ Ahorro de daños por huelgas, paros, demandas y deterioros intencionales por parte de los empleados.
- ❖ Aspecto ambiental: Reciclaje y reutilización conducen al ahorro, recuperación de la inversión y optimización.
- ❖ Minimización de problemas: Devoluciones por mala calidad, no pago de la cartera, negación de deudas, entre otros.
- ❖ Mejora la imagen y reputación ante clientes, canales de distribución y ventas.

5. MARCO NORMATIVO Y LEGAL

5.1. Indicadores ETHOS de autoaplicación de la RSE

El Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (Plarse) es una realización del Instituto Ethos con la colaboración de la Fundación Avina, de la Organización Intereclesiástica de Cooperación para el Desarrollo – ICCO y del Fórum Empresa. El mismo presenta indicadores de RSE como herramienta de medición y seguimiento de los resultados y normativas modelo para la elaboración de indicadores de autoevaluación y aprendizaje de la RSE²².

Su objetivo es fortalecer el movimiento de responsabilidad social empresarial en América Latina, mediante el intercambio de conocimientos y experiencias entre las organizaciones participantes y la consolidación de alianzas que contribuyan a la creación de un ambiente favorable a la gestión socialmente responsable en la región.

La publicación comprende indicadores comunes a todos los países de la región que forman parte del programa y la adaptación a cada país.²³

5.2. Global Reporting Initiative (GRI)²⁴

Estas guías proporcionan un marco de referencia para que una organización informe acerca del desempeño económico, ambiental y social, con independencia

²² Consejo empresarial colombiano para el desarrollo sostenible (CECODES). En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.cecodes.org.co/index.php/beneficios/plarse.html>

²³ PLARSE. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: http://www.plarse.org/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=13&lang=pt

²⁴ Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>

de su tamaño, sector o localización y pueden ser utilizadas tanto para pequeñas empresas como en aquellas con gran volumen de operaciones que operan en distintas áreas geográficas al mismo tiempo.²⁵

5.3. ISO 26000

La ISO 26000 es una guía internacional reguladora, de carácter voluntario, que puede implementarse en todo tipo de organizaciones. Entre sus principales aspectos se encuentran: alcance de la RSE, términos y definiciones de la RSE, principios fundamentales, reconocimientos de la RSE y compromiso con los grupos de interés a través de la gestión de la política corporativa, los derechos humanos, las prácticas laborales, el ambiente, las operaciones justas, los consumidores y el desarrollo de la comunidad. Además, establece recomendaciones para implementar prácticas de RSE.

La ISO 26000 busca servir de enlace entre los principios establecidos en materia de RSE y las diversas iniciativas que presentan indicadores más puntuales; de esta forma. Igual que el GRI, se posiciona como una guía para aquellas empresas que tienen interés en reportar sus avances en materia de RSE y sustentabilidad. A diferencia de las demás normas ISO, la 26000 no se presenta como un modelo de gestión, por lo que no puede obtenerse una certificación externa. La ISO 26000 no se presenta como un modelo de gestión, por lo que no puede obtenerse una certificación externa. La ISO 26000 se queda a nivel de lineamientos y recomendaciones, es decir, es de carácter voluntario.²⁶

²⁵ GLOBAL REPORTING INICIATIVE. En línea. [Consultado 10 de julio 2015]. <http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/SpanishPage.htm>

²⁶ La RSE en perspectiva. En línea. [Consultado 10 de julio 2015]. <https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2015/07/RSE-en-perspectiva-web.pdf>

5.4. Institute of Social and Ethical Accountability Normativa AA1000

El aseguramiento de la RSE realizado aplicando la AA1000AS facilita a los proveedores de servicios de aseguramiento de un instrumento para ir más allá de la simple verificación de datos, evaluar cómo las organizaciones gestionan la sostenibilidad y reflejar dicha gestión y el desempeño resultante en su informe de aseguramiento.

Asimismo, sirve para que la organización informe sobre los asuntos de sostenibilidad, a través de una evaluación de su cumplimiento según los Principios de Account Ability 1000 y de la calidad de la información divulgada relativa al desempeño en sostenibilidad.

La norma actualizada de aseguramiento de la sostenibilidad es la versión del año 2008.²⁷

5.5. Social Accountability International: Normativa SA8000

Normativa que establece objetivos a cumplir por las organizaciones en materia de derechos humanos y las condiciones en los lugares de trabajo. Incluye el trabajo infantil, la fuerza de trabajo, la seguridad y la salud ocupacional, la libertad de asociación, la discriminación, las prácticas disciplinarias, el horario de trabajo, las remuneraciones y las responsabilidades de la gerencia de mantener y mejorar las condiciones de trabajo.²⁸

²⁷ INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY NORMATIVA AA1000. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.accountability.org/uploadedFiles/publications/AA1000AS%202008%20espa%C3%B1ol.pdf>

²⁸ SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. En línea. [Consultado 10 de Julio 2015]. Disponible en: <http://www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf>

6. MARCO HISTÓRICO

El Banco BBVA originariamente es de Bilbao, España; creado en 1857 bajo el nombre de Banco de Bilbao siendo un banco de emisión y descuento. A partir de allí su evolución se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 4. Evolución histórica del Banco BBVA a nivel internacional

AÑO	ACONTECIMIENTO
1857	Creación Banco Bilbao
1872	Banco Hipotecaria (BHE)
1878	Banco Bilbao pierde la facultad de emitir billetes propios y se reorganiza como banco de préstamos y descuento.
1901	Fundación Banco de Vizcaya
1902	Fusión Banco de Bilbao con Banco del Comercio
1909	Creación Caja Postal como entidad de derecho público
1916	Caja postal empieza a prestar servicio con la emisión y administración de libretas de ahorro.
1920	Constitución Banco de Crédito Industrial (BCI) con la finalidad explícita de impulsar, mediante la concesión de créditos a largo plazo, la instalación y consolidación industrial
1923	Se crea el Servicio Nacional de Crédito Agrícola, dependiente del Ministerio de Agricultura, que concede créditos a asociaciones agrícolas y ganaderas con la responsabilidad solidaria y mancomunada de sus asociados.
1925	Creación Banco de Crédito Local (BCL) como sociedad anónima, con el objeto de financiar a entes locales y otras instituciones públicas.
1929	Se constituye Banco Exterior (BEX) con las funciones de fomentar el comercio exterior, buscar nuevos mercados para los productos nacionales y facilitar a las compañías españolas la canalización de importaciones y exportaciones.
Década 1960	Banco de Bilbao aumenta su dimensión integrando otros bancos y comienza a crear un grupo financiero
	Caja Postal amplía los servicios que presta a los clientes con la apertura de cuentas corrientes, compra-venta de valores y la concesión de créditos en algunas líneas específicas.
1962	La Ley de Ordenación Bancaria de 1962 nacionaliza BCI, BHE y BCL, y transforma el Servicio Nacional de Crédito Agrícola en Banco de Crédito Agrícola (BCA), convirtiendo a los cuatro bancos en entidades de derecho público
1971	Se convierten en entidades oficiales de crédito (Ley de Organización y Régimen de Crédito Oficial) como sociedades anónimas.

AÑO	ACONTECIMIENTO
1980	Banco de Bilbao basa su estrategia en alcanzar una mayor dimensión que le permita acceder a los negocios financieros que surgen de los avances tecnológicos.
1984	Compra de Banca Catalana 1984 por parte del Banco de Vizcaya
1988	Se firma el acuerdo de fusión de Banco de Bilbao y Banco de Vizcaya para crear BBV.
1991	Se constituye la Corporación Bancaria de España como sociedad estatal y entidad de crédito con estatuto de banco.
1998	Se integran Corporación Bancaria de España (ya privatizada vía OPVs), BEX (fusionado con BCI), BHE y Caja Postal en un solo banco que opera con la marca Argentaria.
1999	Fusión BBV y Argentaria. Nace BBVA
2000	Adopción de la marca única BBVA
	Elegido como el mejor banco del mundo (Forbes) y de España (The Banker)
2001	Culminación del proceso de integración de BBVA (BBV, Argentaria, Banca Catalana, Banco del Comercio y Banco de Alicante)
	Elegido como el mejor banco de Latinoamérica (Forbes) y mejor banco europeo (Lafferty)
2013	BBVA unificó en mayo de 2013 su red de oficinas en Catalunya, tras culminar el proceso de adquisición de Unnim Banc

Fuente. Construcción propia a partir de la información Institucional de la página del BBVA

Cabe aclarar que para afrontar las crisis futuras el banco BBVA tiene claras algunas acciones y objetivos concretos en pro de mitigar el impacto de dichas crisis, entre las que se encuentran:

Esto se traduce en unos objetivos concretos:²⁹

- Ser uno de los bancos con mayor perfil de crecimiento de su grupo de referencia.
- Ser el banco de mayor fortaleza estructural frente a los ciclos de su grupo de referencia, con la mejor gestión de los recursos escasos.

²⁹ El futuro del BBVA. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/informacion-corporativa/conozcanos/historia/el-futuro/index.jsp>

- Ser el banco más eficiente, productivo y conveniente para nuestros clientes mediante el uso intensivo e inteligente de la tecnología.
- Potenciar la transversalidad y globalidad, maximizando el potencial de las funciones y negocios.
- Y, por último, seguir generando valor en todas las sociedades en las que operamos a través de nuestro negocio bancario (banca responsable) y de nuestra labor social.

6.1. PROCESO DE EXPANSIÓN DEL BANCO BBVA

En la figura 2 puede observarse como ha sido el proceso de expansión del Banco BBVA a nivel mundial

Figura 2. Proceso de expansión del Banco BBVA



Fuente: Página oficial Banco BBVA

6.2. POSICIONAMIENTO CORPORATIVO

Actualmente el Banco BBVA es un grupo multinacional líder que ofrece servicios financieros en 31 países y a 51 millones de clientes en todo el mundo. BBVA cuenta con un modelo de hacer banca basado en cuatro elementos que lo hace diferente:

1. Un modelo de portafolio diversificado y equilibrado, en término de geografías, negocios y segmentos, con posición de liderazgo en las franquicias en las que está presente.
2. Un modelo de negocio centrado en el cliente, con unos modelos de distribución líderes en eficiencia y muy apalancados en la innovación y la tecnología
3. Un modelo de gestión basado en la prudencia, la anticipación y la globalidad
4. Y por último, un modelo de rentabilidad ajustada a principios, que busca generar el máximo valor para el accionista.

El Grupo tiene una sólida posición de liderazgo en el mercado español, donde nació hace más de 150 años. Además, es la primera entidad financiera de México, y cuenta con franquicias líder en América del Sur y la región del Sunbelt en Estados Unidos. Hoy, BBVA emplea a cerca de 109.000 personas en todo el mundo y tiene cerca de un millón de accionistas.³⁰

6.3. PRESENCIA INTERNACIONAL Y ORGANIGRAMA INTERNACIONAL

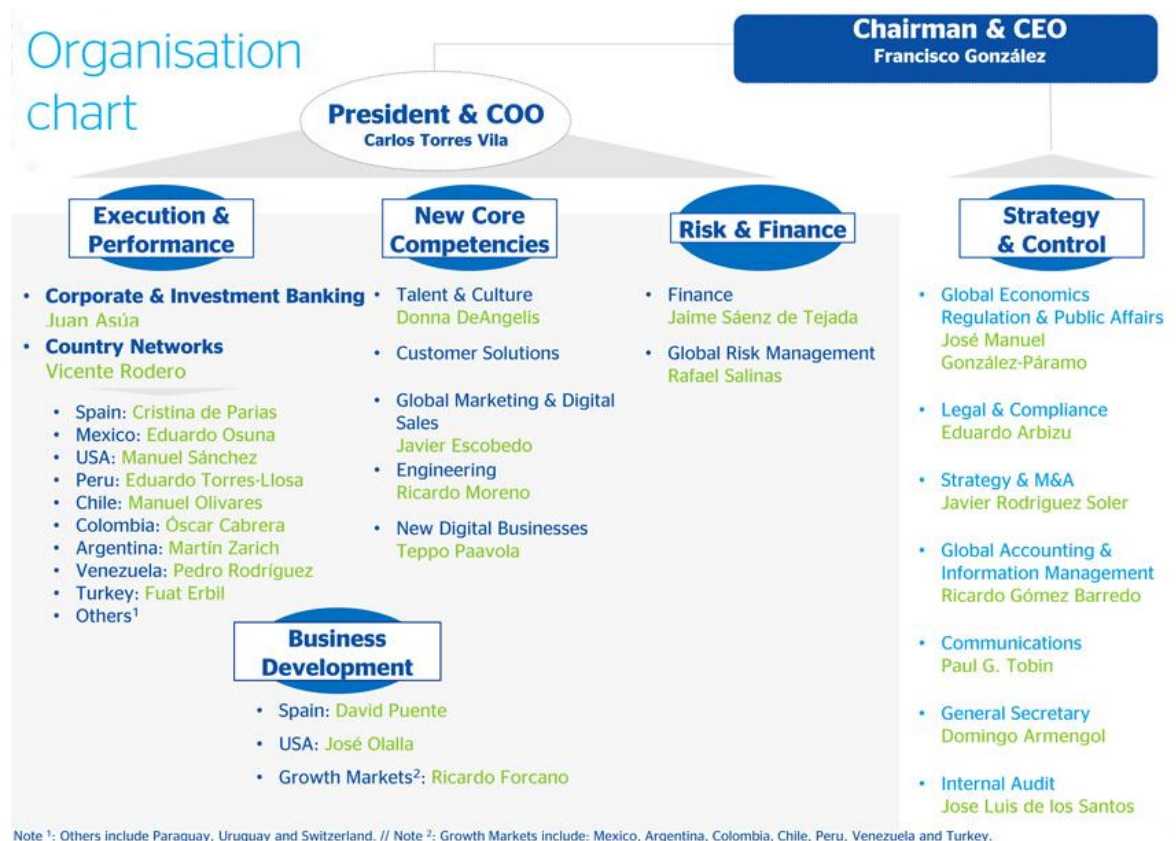
Algunos países en los que está presente el Banco BBVA son: España (país origen), Filiales, sucursales y oficinas de representación en Alemania, Bélgica,

³⁰ Posicionamiento Corporativo. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/informacion-corporativa/conozcanos/posicionamiento/index.jsp>

Francia, Italia, Portugal, Reino Unido, Rusia, Suiza y Turquía, Bancos filiales en Estados Unidos y México, Filiales bancarias en Argentina, Chile, Colombia, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela; gestora de fondos de pensiones en Bolivia y oficina de representación en Brasil. Sucursales en Tokio, Hong Kong, Singapur, Seúl y Taipéi; y oficinas de representación en Beijing, Shanghái, Yakarta, Mumbai, Sídney y Abu Dhábi, entre otros.

El organigrama internacional puede observarse en la figura 3

Figura 3. Organigrama Internacional.



Fuente: <http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/informacion-corporativa/conozcanos/organigrama/index.jsp>

6.4. BBVA EN COLOMBIA

El Banco BBVA Colombia tiene sus orígenes en el Banco Ganadero el cual fue fundado en 1956 para fomentar la industria agropecuaria colombiana, y en 1996 se fusionó con el Banco Bilbao Vizcaya que obtuvo el 40% del capital accionario de éste. Para el año 1998 dicho banco tenía el control total del Banco Ganadero al adquirir un 15% adicional de sus acciones.

Explicado con anterioridad, para el año 2004 y gracias a la fusión internacional entre el Banco Bilbao Vizcaya y el Banco Argentaria, el banco BBVA Banco Ganadero pasó a llamarse BBVA Colombia.

En el 2005, “el BBVA Colombia adquirió la entidad financiera estatal Banco Granahorrar, por el precio de \$970 mil millones de pesos (aproximadamente US\$ 443 millones) en una subasta en Octubre de dicho año. Con la compra del 98,78% de las acciones de Granahorrar y la fusión legal con ese banco en mayo del 2006, BBVA se posicionó como un líder en el mercado hipotecario, dado que 53% de la cartera del antiguo Granahorrar fue compuesta de créditos hipotecarios.”³¹

En cuanto a activos totales se refiere, el Banco BBVA se ha constituido como el tercer banco más grande del país, antecedido por los bancos nacionales Bancolombia y Banco de Bogotá. BBVA Colombia tiene 359 sucursales en 89 municipios distintos, y una red de cajeros automáticos con más de 750 máquinas.

BBVA es además dueño de BBVA Horizonte Pensiones y Cesantías (AFP Horizonte), BBVA Seguros, BBVA Fiduciaria, y BBVA Valores, haciéndolo una de las entidades financieras más poderosas y diversificadas del país.

³¹ Historia del BBVA. . En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/informacion-corporativa/conozcanos/historia/index.jsp>

7. PRESENTACIÓN GENERAL DEL BANCO BBVA Y SU ESTADO EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

El presidente nacional del Banco BBVA Oscar Cabrera Izquierdo, dice en su carta introductoria al Informe de Responsabilidad Social Corporativa para el año 2014 que:

“Nuestra inversión en iniciativas sociales en Colombia supera los 32.000 millones de pesos, lo que nos ha permitido apoyar a más de 250.000 niñas, niños y jóvenes con útiles escolares de manera permanente; a más de 15.000 niños con becas y uniformes; a más de 30 deportistas nacionales y a 180 jóvenes con becas para la educación superior y técnica en diferentes ciudades del país. Resultados que claramente tienen que ver con nuestra situación en el mercado financiero colombiano en el que hemos venido consolidándonos y que nos ha permitido en 2014 terminar con 514 oficinas, más de 1.200 cajeros automáticos, 11.160 corresponsales bancarios y más de 6.000 empleados en nuestra plantilla.”³²

BBVA está presente en Colombia a través de las siguientes entidades: BBVA Colombia con sus filiales BBVA Fiduciaria S.A. y BBVA Valores S.A. De igual forma, existen otras empresas del Grupo BBVA en Colombia: Compañía de Seguros BBVA Seguros Generales S.A. y BBVA Seguros de Vida S.A.

BBVA llegó a Colombia en 1996, como resultado de la compra del 40 % del Banco Ganadero por parte de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. y Bilbao Vizcaya América; la razón social de la entidad cambió así a Banco Bilbao Vizcaya Argentaria Colombia S.A. —BBVA Colombia—. Durante los años siguientes (1997-

³² Informe de Responsabilidad Corporativa 2014. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <https://www.colombia.bancaresponsable.com/index.php?page=125>

2001) BBVA realizó operaciones de compra sobre la porción remanente de las acciones, hasta alcanzar una participación de 95,16 % en abril de 2001.

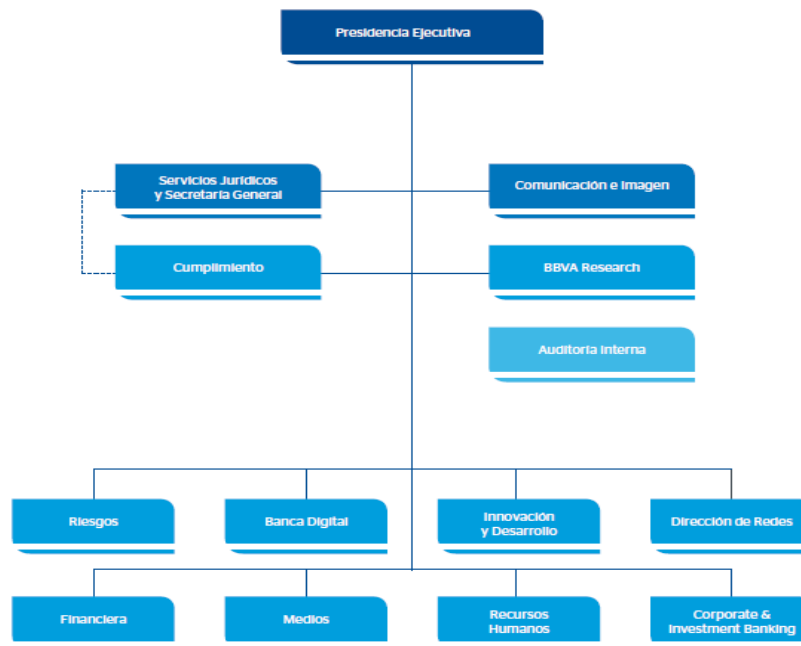
Actualmente, el Grupo BBVA cuenta con una participación accionaria de 95,43 % en BBVA Colombia, como puede observarse en la tabla 2.

Tabla 5. Composición Accionaria BBVA

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

Fuente. Informe de Responsabilidad Social Corporativa. 2014.

Figura 4. Organigrama general del Banco BBVA
Organigrama del Banco BBVA 2015



Fuente. Banco BBVA

7.1. VISIÓN

Basada en 3 pilares: las Personas, los Principios y la Innovación, la visión del Banco BBVA es:

«Trabajamos por un futuro mejor para las personas»

7.2. MISIÓN

Derivada de la visión, la misión del Banco BBVA es:

«Entregar los mejores productos y servicios financieros»

- Sencillez significa para BBVA agilidad, cercanía, accesibilidad y claridad.
- Responsabilidad como una relación equilibrada y a largo plazo con los clientes.

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

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

7.3. POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

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

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

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

- Desarrollar en todo momento su actividad principal de forma excelente.
- Minimizar los impactos negativos derivados de la actividad de negocio.
- Desarrollar “oportunidades sociales de negocio” que generen valor social y valor económico para BBVA.
- Invertir en las sociedades donde esté presente mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente relacionadas con la educación.

7.4. LOS 7 PRINCIPIOS CORPORATIVOS DE BBVA

Los siete (7) principios corporativos del Banco BBVA son:

1. Cliente

El cliente como centro de nuestro negocio.

2. Creación de valor

La creación de valor para los accionistas como resultado de nuestra actividad.

3. Equipo

El equipo como artífice de la generación de valor.

4. Estilo de Gestión

El estilo de gestión como generación de entusiasmo.

5. Ética e Integridad

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

6. Innovación

La innovación como palanca de progreso.

7. Responsabilidad Social

La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo.

BBVA es una organización que construye y se construye a partir de principios de integridad, prudencia y transparencia.

- La integridad como manifestación de la ética en las actuaciones y en sus relaciones con los grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad en general).
- La prudencia, entendida como el principio de precaución en la asunción del riesgo.
- La transparencia como máxima de toda su actividad para ofrecer un acceso a la información clara y veraz dentro de los límites de la legalidad.

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

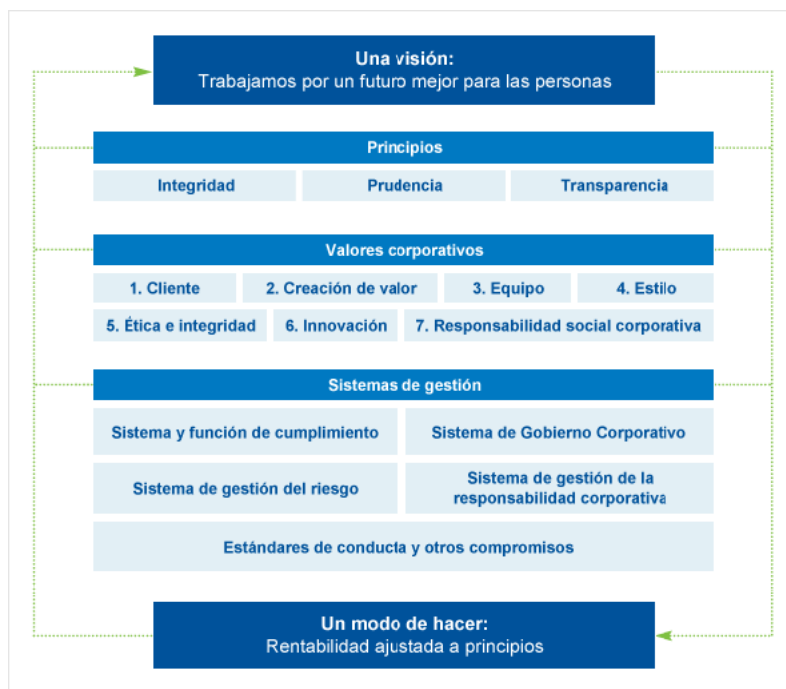
7.5. PRINCIPIOS, POLÍTICAS Y GOBIERNO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DEL BANCO BBVA

Los **retos** de la política de Responsabilidad Corporativa (RC) del Grupo BBVA se enmarcan dentro de la visión “Trabajamos por un futuro mejor para las personas”.

La **misión** de la política de Responsabilidad Corporativa de BBVA consiste en definir e impulsar comportamientos que permitan generar valor para todos sus grupos de interés: clientes, empleados, accionistas, proveedores y la sociedad a través de una creciente integración en el negocio de las variables ambientales, sociales, éticos y de gobierno bajos los principios corporativos de integridad, prudencia y transparencia.

Los pilares pueden observarse en la figura 5.

Figura 5. Pilares del Banco BBVA



FUENTE: Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2014

En el 2011, se produjo un gran avance en el sistema de gobierno de la responsabilidad corporativa: el propio Comité de Dirección del Grupo pasó a ejercer la función del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC), lo que eleva estas cuestiones al máximo órgano ejecutivo del banco. Ese mismo modelo se replicará a nivel local en los principales países.

Así el nuevo sistema de gobierno de la Responsabilidad y Reputación Corporativas está configurado de la siguiente forma:

- **Consejo de Administración.**
Es responsable de la aprobación y seguimiento de la política de responsabilidad corporativa.
- **Comité de Dirección del Grupo.**
Se encarga del impulso y el seguimiento de los programas de RRC a nivel global.
- **Comités de Dirección locales y en áreas de negocio.**
Su cometido consiste en el impulso y seguimiento de los programas de RRC a nivel local o en el área de negocio concreta. Estos comités estarán presididos por el Country Manager o máximo responsable del área de negocio.
- **Comités operativos de carácter transversal:**
Estos comités tienen la labor de implantar y ejecutar los programas de RRC. En el 2011 se crearon los siguientes comités operativos, cuya secretaría ostenta el departamento de Responsabilidad Corporativa:
 - Comité de Ecoeficiencia y Compras Responsables, presidido por el director de Compras, Inmuebles y Servicios del Grupo (CIS).
 - Comité de riesgos sociales, ambientales y reputacionales, presidido por el director de Riesgos del Grupo

Organización Internacional del Trabajo y a las líneas directrices de la OCDE para las empresas multinacionales actualizadas en el 2011. En cuanto a la nueva política sobre Responsabilidad Social Corporativa publicada en octubre del 2011 por la Comisión Europea, BBVA muestra compromiso y alineamiento con la misma.

En el 2011, BBVA entró a formar parte del programa piloto del Comité Internacional de Informes Integrados(más conocido por sus siglas en inglés **IIRC**). El IIRC ha seleccionado más de 40 empresas de primer orden de todo el mundo como participantes en la iniciativa del Programa Piloto del IIRC. Este programa para el desarrollo de Informes Integrados del IIRC durará dos años y está destinado a un conjunto selecto de empresas que colaborarán en red con las organizaciones de un mismo grupo de referencia a fin de intercambiar conocimientos y compartir experiencias. Estas empresas tendrán un papel clave en el desarrollo del marco, pensado como respuesta práctica a los principales retos de esta evolución en la producción de informes corporativos.

8. DIAGNÓSTICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN EL BANCO BBVA COLOMBIA

8.1. METODOLOGÍA DERES³⁴

Para realizar cualquier tipo de propuesta y evaluación de algo, se debe primero conocer su estado actual, es decir, diagnosticar su situación; para este caso puntual, antes de evaluar y comparar la Responsabilidad Social Empresarial del Banco BBVA con respecto a otras empresas, se debe primero hacer un diagnóstico de lo que se tiene actualmente. Para esto se hará uso de la metodología de autoevaluación para la RSE, plasmado en el manual de autoevaluación de Responsabilidad Social Empresarial de DERES, empresa Uruguaya dedicada a desarrollar en el marco de la alta gestión gerencial el concepto de Responsabilidad Social de las empresas y organizaciones empresariales. Este método permite “realizar un análisis tanto cuantitativo como cualitativo de las variables más relevantes, como lo son: Valores y Principios Éticos, Condiciones de Ambiente de Trabajo y de Empleo, Apoyo a la Comunidad, Protección del Medio Ambiente y finalmente Marketing Responsable”³⁵

La descripción de dichas variables fue sustraída del documento mencionado con anterioridad y se presentan a continuación:

- Valores y Principios Éticos

Se refiere a cómo una empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la toma

³⁴ CURSOS METODOLOGIA DE APLICACIÓN RSE. DERES. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.deres.org.uy/cursos>

³⁵ MANUAL DE AUTOEVALUACIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DERES. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/Manual_Autoevaluacion.pdf

de decisiones organizacionales. Esto se conoce como "enfoque de los negocios basado en los valores" y se refleja en general en la Misión y Visión de la empresa, así como en sus Códigos de Ética y de Conducta.

- **Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo**

Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc.

- **Apoyo a la Comunidad**

Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad.

- **Protección del Medio Ambiente**

Es el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal. Esto, que hoy inclusive se encuentra normatizado, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones.

- Marketing Responsable

Se refiere a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad.

“Para el desarrollo de esta metodología se requiere completar un cuestionario de Autoevaluación ya establecido por DERES, con la participación de diferentes personas de la organización, con el fin de compartir y focalizar información en términos de la aplicación de la RSE en la compañía, de otro lado es imposible visualizar fortalezas y debilidades que a veces la misma empresa desconoce, para tomar acciones correctivas o preventivas, según sea el caso.”³⁶

DERES en su manual, hace énfasis en que “Esta práctica es muy valorada por distintos "públicos interesados" ("stakeholders") tales como clientes, consumidores, inversores, comunidad, etc. siendo tomado como señal de transparencia, compromiso y fortaleza, mejorando a su vez la imagen de la empresa”³⁷

Ahora bien, la metodología como tal consiste en que en cada una de las áreas se establecen afirmaciones referidas a acciones y políticas de la empresa.

Para responder, a la izquierda se dispone de una grilla numerada.

El rango es de 1, 2, 3 y N/C, donde:

³⁶ Diseño de un modelo de responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la compañía CHAMELEON SPORT S.A.S como herramienta de gestión.

³⁷ MANUAL DE AUTOEVALUACIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DERES. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/Manual_Autoevaluacion.pdf

Tabla 6. Calificación autoevaluación.

3	SI (Siempre)
2	A veces
1	NO (Nunca)
N/C	No corresponde, no es aplicable para este caso.

Fuente. Manual Responsabilidad Social Empresarial DERES.

A continuación se presentan las tablas correspondientes a cada una de variables objeto de estudio descritas con anterioridad:

8.2. CONDICIONES AMBIENTALES

Las principales variables de las condiciones ambientales se presentan a continuación:

Tabla 7. Variable de estudio. Condiciones Ambientales

CONDICIONES AMBIENTALES					
3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
Inversión en Prevención de Salud Y Seguridad					
		X		En el presupuesto anual se prevé un monto destinado a la prevención de salud y seguridad	NO APLICA
		X		Capacita anualmente en Salud y Seguridad	NO APLICA
		X		Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los trabajadores y/o sus familiares	Montura de gafas, auxilio óptico, auxilio de maternidad, entre otros.
	X			La empresa otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo	Auxilio de maternidad.

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
Participación de Fuerza de Trabajo por Géneros					
		X		Existe una política de dar oportunidades a discapacitados	NO APLICA
X				Existe una política de dar oportunidades a jóvenes	BBVA mantiene convenios con instituciones universitarias de primer nivel para promover el inicio en la vida laboral de Practicantes Universitarios, es así como durante 2012 se han vinculado 149 practicantes universitarios con contrato de aprendizaje y posteriormente gracias a su desempeño vinculamos 18 directamente con el Banco. Esta misma practica se tiene en el nivel tecnológico a través del SENA y otras instituciones técnicas a nivel nacional, brindado patrocinio a 359 aprendices y vinculado directamente a 30, representando para estos jóvenes su primer empleo.
X				Existe una política de dar oportunidades a mujeres	Se ha trabajado en materia de diversidad de género. El Plan Global de Diversidad de Género se centra en tres vectores de actuación: maternidad, promoción y desarrollo y sensibilización, y cuenta con ocho iniciativas corporativas ya implantadas, Además, en los países/áreas se desarrollan iniciativas de carácter local. Se busca igualdad de oportunidades tanto a hombre como a mujeres. 59% de la población trabajadora del banco son mujeres. <ul style="list-style-type: none"> • Plan Global de Diversidad de Género • Fundación Microfinanzas BBVA.
	X			Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres.	En los mandos directivos tan solo el 25% está ocupado por mujeres.
Capacitación del Personal y Desarrollo Profesional					
X				La empresa prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados	En grandes cifras durante de 2014 se realizaron 335.841 horas de formación con 123.815 participantes, equivalente a 57.6 horas por empleado. De estas 335.841 horas, el 70.4% se realizaron a través de canal virtual y el 29.6% presencial, incentivando el uso de la plataforma Campus BBVA.
	X			Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa.	Otorga auxilio para la carrera para los empleados que no son profesionales, el 40% para estudios de posgrado, auxilio de maternidad, alimentación, transporte.
		X		Apoya económicamente y /o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas no relacionadas a la empresa	NO APLICA

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
Transparencia de Información					
X				Se brinda a los trabajadores información financiera	Existe transparencia en la información de la empresa, y son de carácter público cierta parte de sus informes.
		X		Se brinda a los trabajadores información de producción	NO APLICA
X				Se brinda a los trabajadores información sobre objetivos estratégicos	Son de carácter público en la empresa.
Libertad de Sindicalización					
X				La libertad de asociación o sindicalización es efectivamente ejercida por los empleados.	Sindicato de Trabajadores del BBVA (SintraBBVA). En materia de libertad de asociación y representación sindical, BBVA entiende que el diálogo y la conciliación son la mejor manera de solucionar conflictos y alcanzar consensos, de conformidad con las distintas regulaciones vigentes en los países en los que BBVA está presente, Los derechos y condiciones laborales se encuentran recogidos en normas, convenios y acuerdos suscritos por cada entidad con las correspondientes representaciones de los trabajadores.
		X		Se prevén mecanismos de expresión de los trabajadores	NO APLICA
Estructura de las Retribuciones					
X				Existe un componente de participación en los resultados	Compensación variable, que recompensa la creación de valor a través de cada una de las unidades que configuran BBVA, remunerando las aportaciones individuales, las de los equipos y la agregación de todos ellos. La retribución variable está orientada a recompensar el logro de resultados individuales, grupales y organizativos, medidos a través de indicadores de cliente, financieros, etc.
X				Existen incentivos por desempeño	
Despidos					
	X			La situación social del empleado es considerada al momento de su despido	NO APLICA
Plan de Retiro					
		X		Existe un plan de apoyo para el momento del retiro de los trabajadores	NO APLICA

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
Rotación y Retención de los Empleados					
	X			Existe una política de retención de los empleados en la empresa	Durante el 2014 se ofertaron internamente, 372 publicaciones de cargos puntuales y 70 ofertas anticipadas para cargos de alta rotación en la red, a través de un mecanismo corporativo de ámbito global para la publicación de vacantes denominado a la Apúntate a la Vacante. Gestión que se vio reflejada en 494 promociones efectuadas a lo largo del año que representaron mejoramiento para nuestros empleados en condiciones de desarrollo y salariales.
El Trabajador y su Familia					
	X			La empresa desarrolla actividades sociales en las cuales participan los trabajadores y sus familias	Créditos familiares, programas de voluntariado familiar, entre otros.
	X			La empresa apoya a las familias de los trabajadores por medio de convenios, programas o acuerdos especiales (educativos, créditos, canastas, etc.)	
Percepción y Evaluación Interna					
	X			La empresa realiza evaluaciones sobre la percepción de la misma por parte de los trabajadores	La encuesta de satisfacción de empleados, realizada cada dos años a todos los empleados del Grupo y con una participación este año de 78,4%, permite conocer la opinión de los empleados respecto a cuales son los elementos más importantes para hacer de BBVA un buen lugar de trabajo que genere motivación y satisfacción. De las entrevistas realizadas a la Dirección de BBVA se desprende que lo que les hace sentirse orgullosos de trabajar en BBVA y pensar, qué es un banco responsable, son tres elementos: orientación a largo plazo, mantener una relación equilibrada con nuestros clientes (sin asimetrías, trato justo, lenguaje claro, diseño responsable de productos, buenas prácticas comerciales) y el compromiso con el impacto y el desarrollo de los países.
	X			La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores	

	X			La empresa realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados	
<p>Porcentaje de mujeres sobre el total de personal <u>59%</u> Porcentaje de mujeres en cargos gerenciales sobre el total de cargos gerenciales <u>25%</u></p> <p>FUENTE. Informe de Responsabilidad Corporativa BBVA³⁸</p>					

Fuente. Elaboración propia, con base en al Manual de RSE. DERES

8.3. SELECCIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO

En BBVA promovemos futuro, nuestro crecimiento siempre ha venido acompañado de las personas. De este modo, y como primera opción durante el 2014 ofertamos internamente, 372 publicaciones de cargos puntuales y 70 ofertas anticipadas para cargos de alta rotación en la red, a través de un mecanismo corporativo de ámbito global para la publicación de vacantes denominado a la Apúntate a la Vacante. Gestión que se vio reflejada en 494 promociones efectuadas a lo largo del año que representaron mejoramiento para nuestros empleados en condiciones de desarrollo y salariales.

De ellas el 58.3% fueron mujeres y el 41,7% hombres. Con el convencimiento de que esta dinámica trae consigo democracia y transparencia en la cobertura de vacantes.

Dentro de estas promociones vale la pena destacar un número de 79 profesionales que antes de ocupar sus cargos ingresaron a un programa de entrenamiento y

³⁸ INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA BBVA 2014. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: <https://www.colombia.bancaresponsable.com/index.php?page=125>

formación para desempeñar sus funciones en cargos de red correspondientes al Plan de Expansión.

En 2014 efectuamos 615 vinculaciones, lo que muestra un banco dinámico creciente y en expansión. De los cuales el 64% son mujeres y un 36% hombres. BBVA mantiene convenios con instituciones universitarias de primer nivel para promover el inicio en la vida laboral de Practicantes Universitarios, es así como durante 2012 hemos vinculado 149 practicantes universitarios con contrato de aprendizaje y posteriormente gracias a su desempeño vinculamos 18 directamente con el Banco. Esta misma practica la tenemos en el nivel tecnológico a través del SENA y otras instituciones técnicas a nivel nacional, brindado patrocinio a 359 aprendices y vinculado directamente a 30, representando para estos jóvenes su primer empleo.

En temas de formación, durante 2014 consolidamos nuestra marca CAMPUS BBVA, con el lanzamiento de la nueva plataforma de formación, de idiomas y BBVA Games fortaleciendo nuestras escuelas formativas: Negocio cliente, Management y habilidades, Finanzas y riesgos, Innovación y tecnología, Idiomas, Requerimientos legales y Recursos humanos y cultura, a través de formaciones presenciales (99.390 horas) y de virtuales a través de la plataforma Campus BBVA (236.439 horas), llegamos al 100% de la plantilla.

Nuestro pilar de actuación es realizar una oferta atractiva para todos los colaboradores en BBVA Colombia y sus empresas, con el fin de desarrollar las habilidades y competencias que nos ayuden a impulsar el desarrollo personal y profesional de cada uno, siempre partiendo que el desarrollo parte de cada uno y que en conjunto

Entendiendo que como área impactamos a los objetivos estratégicos de BBVA, el 89% de nuestras formaciones tuvieron foco en Servicio al Cliente, certificación en

productos, gestión del riesgo, requerimientos legales, y un completo programa de tutorización y adecuación al cargo para nuestros nuevos colaboradores en línea con el plan BBVA X 3.

En grandes cifras durante de 2014 se realizaron 335.841 horas de formación con 123.815 participantes, equivalente a 57.6 horas por empleado. De estas 335.841 horas, el 70.4% se realizaron a través de canal virtual y el 29.6% presencial, incentivando el uso de la plataforma Campus BBVA

Tabla 8. Horas de formación y capacitación de los trabajadores del BBVA

Horas de Formación		
	N. Horas	% total horas
Presencial	99.399	29,6
Virtual	236.442	70,4
Total	335.841	100

FUENTE: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

El desarrollo de los colaboradores también es un pilar de actuación en RRHH es por eso que durante 2014 se realizaron diferentes actividades enmarcados en clima laboral: Espacios cercanos donde se visitaron 124 oficinas y 1.800 colaboradores, 169 Procesos de Coaching con 1.104 horas, Talleres de Clima cubriendo el 100% de líderes en la Red, se entrevistó al 100% Pool Talento y al 100% de los líderes nuevos en la organización.

8.4. DIVERSIDAD Y CONCILIACIÓN

Para favorecer la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, desde hace tiempo hemos venido trabajando en materia de diversidad de género.

El Plan Global de Diversidad de Género se centra en tres vectores de actuación: maternidad, promoción y desarrollo y sensibilización, y cuenta con ocho iniciativas corporativas ya implantadas, Además, en los países/áreas se desarrollan iniciativas de carácter local.

En el 2014 se consolidaron inicialmente las iniciativas enfocadas a maternidad, tales como: se realizaron 118 valoraciones ergonómicas de los puestos de trabajo de madres gestantes, cubrimiento al 100% de las licencias por maternidad, plan de tutorización, opción de obtener licencias no remuneradas de 1 a 9 meses, envió de un kit de Baby en el mes de nacimiento. La retroalimentación de todas estas medidas se realiza en las entrevistas de incorporación realizadas por el área de Gestión Humana. Para 2015, se espera ir incursionando en las diferentes iniciativas corporativas que impacten positivamente en la plantilla del Banco.

8.5. COMPENSACIÓN Y REMUNERACIÓN

BBVA considera la política de compensación como un elemento clave para la creación de valor. Para ello cuenta con un sistema retributivo avanzado, basado en la generación recíproca de valor para los empleados y para el Grupo, alineado con los intereses de los accionistas y supeditado a una gestión prudente del riesgo, que atiende a los siguientes principios:

- Crear valor a largo plazo.
- Recompensar la consecución de resultados basados en una asunción prudente y responsable de riesgos.
- Atraer y retener a los mejores profesionales.
- Recompensar el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional.
- Velar por la equidad interna y la competitividad externa.

- Contar con referencias de mercado, a través de análisis realizados por compañías de reconocido prestigio y líderes en el sector de consultoría de compensación.
- Asegurar la transparencia en su política retributiva.
- Garantizar que no existen diferencias retributivas por género.

Este sistema retributivo se adapta en cada momento incorporará, además, los estándares y principios de las mejores prácticas nacionales e internacionales generalmente aceptadas en materia de retribuciones y de buen gobierno de sociedades en cada momento, configurándose como un sistema dinámico en constante evolución y mejora.

En conclusión, la combinación de los elementos antes citados conforma un sistema retributivo equilibrado, coherente con la estrategia del Grupo y con sus valores, así como con los intereses de sus accionistas.

La retribución se compone de dos partes claramente diferenciadas:

- ❖ Compensación fija, que se establece tomando en consideración el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional del empleado en el Banco, fijándose una referencia salarial para cada función.
- ❖ Compensación variable, que recompensa la creación de valor a través de cada una de las unidades que configuran BBVA, remunerando las aportaciones individuales, las de los equipos y la agregación de todos ellos. La retribución variable está orientada a recompensar el logro de resultados individuales, grupales y organizativos, medidos a través de indicadores de cliente, financieros, etc.

- **Condiciones Laborales**

En materia de libertad de asociación y representación sindical, BBVA entiende que el diálogo y la conciliación son la mejor manera de solucionar conflictos y alcanzar consensos, de conformidad con las distintas regulaciones vigentes en los países en

los que BBVA está presente, Los derechos y condiciones laborales se encuentran recogidos en normas, convenios y acuerdos suscritos por cada entidad con las correspondientes representaciones de los trabajadores.

Tabla 9. Mapa laboral del banco BBVA

Mapa Laboral Banco	Porcentaje
Pacto	79,7
Neutro	0,8
Convención	19,5

FUENTE: Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2014

- Voluntariado

BBVA desarrolla iniciativas para facilitar e impulsar la participación de los empleados en programas sociales en el marco del Plan Global de Voluntariado Corporativo.

En 2014, 297 funcionarios de BBVA y sus familias, que hacen parte del programa Voluntarios BBVA, fueron los encargados de sembrar 2.000 árboles que dieron inicio al tercer bosque BBVA en las inmediaciones de Zipacón, un pintoresco municipio del oriente de Cundinamarca a donde llegaron desde las primeras horas del día, bajo un inclemente aguacero que los acompañó durante toda la jornada.

El bosque BBVA, que tendrá 10.000 árboles, se suma a otros dos, uno iniciado en 2012 en la reserva El Encenillo, del municipio de Guasca y otro en 2010 en el embalse del Neusa, en Zipaquirá, ambos en Cundinamarca y son uno de los aportes que hace la entidad financiera al cuidado del medio ambiente y a fomentar en la familia BBVA, una verdadera conciencia ecológica.

Entre otras actividades que Voluntarios BBVA ha llevado a cabo, se pueden contar: la I Feria Social, tres jornadas de siembra de árboles y una jornada solidaria con más de 15 fundaciones de Bogotá, dedicadas al cuidado de niños, ancianos y de prevención y ayuda a adolescentes en embarazo.

8.6. MARKETING RESPONSABLE

Las principales variables con respecto al marketing responsable, se presentan a continuación:

Tabla 10. Variable de estudio. Marketing Responsable.

MARKETING RESPONSABLE					
3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
Consideración de la Opinión del Cliente					
X				La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes	Encuesta de reputación externa, RepTrack, realizada todos los años a clientes y no clientes, que complementa y valida los resultados de la anterior investigación (1.000 entrevistas por país y año). Con ella identificamos qué variables impactan más para construir reputación emocional. Las variables medidas: Orientación al cliente, Ética, Ciudadanía, Trabajo, Liderazgo, Finanzas, e Innovación. Se trata de un tracking o encuesta continua en los ocho principales países en los que opera el Grupo.
X				Considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios	En 2012 se puso en marcha una metodología global basada en la recomendación de nuestros clientes, denominada IReNe (Índice de Recomendación Neta), y que durante 2014 se ha continuado desplegando en toda la geografía nacional. La metodología IReNe, inspirada en la metodología de referencia mundial Net Promoter® Score (NPS), consiste en preguntar en qué medida recomendarían nuestros clientes los productos o servicios de BBVA, calificando de 0 a 10 su propensión a recomendarnos. El grado de recomendación da una medida de cómo los clientes están satisfechos con nosotros.

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
X				La empresa capacita en forma regular en "Atención al Cliente"	La relación con el cliente está estrechamente vinculada con el trato que da el Banco a los empleados (segundo escalón de la pirámide). Los clientes esperan que el Banco forme y de pautas a sus empleados para que la relación con ellos sea profesional e integra.
X				En la empresa existe un departamento de "Atención al Cliente" ó una persona responsable de la atención al Cliente	
X				Se comparte con los trabajadores de la empresa la opinión de sus clientes	
Proceso de Reclamaciones					
X				La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada	Gestión de quejas y reclamaciones. En 2014, se estabilizó el modelo de atención de quejas y reclamos con acciones encaminadas a la estandarización de la operación y mitigación de quejas alertando sobre las mismas y atacando sus causas. Se afianzó el modelo de atención en primer contacto para personas naturales superando el objetivo propuesto para la atención en esta línea e implantando la atención de solicitudes para personas jurídicas.
X				La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones	Se llevan estadísticas claras y acumulativas de: Número de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes, Tiempo de resolución de los reclamos (días hábiles), Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo, Porcentaje de quejas y reclamos gestionados por Soluciones Primer Contacto,
Relaciones en las Cadenas de Proveedores					
			X	Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores	NO APLICA
			X	En la selección de proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social.	NO APLICA

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
Investigación y Desarrollo					
X				Se consideran los requerimientos de clientes con capacidades diferentes	
X				Se busca un continuo perfeccionamiento de sus productos y servicios para que sean más seguros y representen menor riesgo para el consumidor	
Marketing y Comunicación					
X				Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.)	Educación Financiera.
Marketing y Comunicación					
X				Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece	"Código de Comunicación Publicitaria TCR". Comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR) que ayude a los clientes a tomar decisiones informadas.
X				La empresa promueve prácticas de ventas con criterios éticos	
X				Existen políticas de comunicación interna alineadas a valores y principios éticos	
X				Existen políticas de comunicación externa alineadas a valores y principios éticos (publicidad, difusión, etc.)	

X					<p>Se examinan previamente las campañas publicitarias verificando que las mismas estén alineadas con los valores de la empresa.</p>	
<p>Cantidad de reclamaciones de clientes recibidas en el último año.... Mes diciembre de 2014: <u>5510</u> Porcentaje de reclamaciones de clientes respondidas en el último año....Mes diciembre de 2014: <u>94,18% reclamos respondidos a tiempo</u></p> <p>FUENTE: Informe de responsabilidad social corporativa 2014³⁹</p>						

Fuente. Elaboración propia, con base en al Manual de RSE. DERES

- Conocimiento del Cliente

Nuestro objetivo es ser el banco más recomendado por los clientes en todo el territorio nacional. Para ello, en 2012 pusimos en marcha una metodología global basada en la recomendación de nuestros clientes, denominada IReNe (Índice de Recomendación Neta), y que durante 2014 hemos continuado desplegando en toda la geografía nacional⁴⁰.

La metodología IReNe, inspirada en la metodología de referencia mundial Net Promoter® Score (NPS), consiste en preguntar en qué medida recomendarían nuestros clientes los productos o servicios de BBVA, calificando de 0 a 10 su

³⁹ INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2014. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: https://www.bbva.com.co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2014

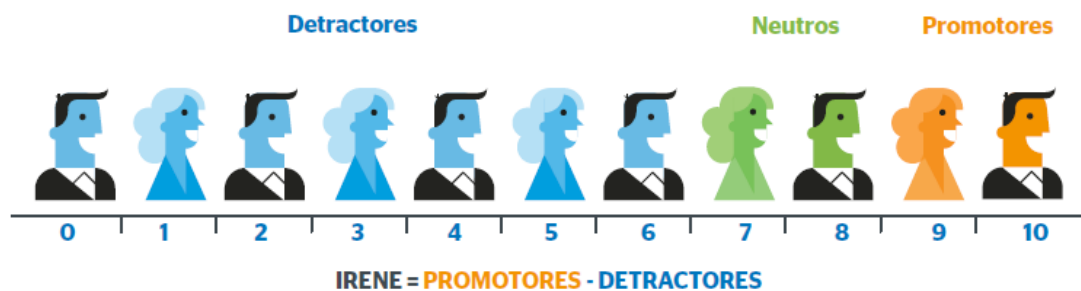
⁴⁰ INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2014. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: https://www.bbva.com.co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2014

propensión a recomendarnos. El grado de recomendación nos da una medida de cómo los clientes están satisfechos con nosotros⁴¹.

El análisis de las respuestas de clientes nos permite saber cuáles son los motivos para recomendar, las experiencias críticas para ellos y en qué medida estamos cumpliendo sus expectativas. Esto nos permite conocer los temas en los que debemos profundizar para seguir satisfaciéndolos.

Aunque se siguen realizando, BBVA le ha apostado por utilizar el índice IReNe como medida de la satisfacción de nuestros clientes, con reporte y seguimiento al más alto nivel de gestión. Más que una métrica, lo entendemos como una disciplina para mejorar nuestros procesos, el modelo de atención y poner de manifiesto el compromiso de toda la organización con el cliente en general.

Figura 7. Índice IRENE



FUENTE: Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2014

- Gestión de Quejas Y Reclamaciones

⁴¹ Conocimiento del cliente, Banca Responsable. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://bancaresponsable.com/irc/informacion-de-responsabilidad-corporativa-2013/otras-lineas-estrategicas/clientes/conocimiento-del-cliente>

Las reclamaciones y quejas de clientes constituyen un punto de partida excepcional para mejorar los procesos del Banco, ya que nos señalan de manera precisa qué partes de los procesos deberían modificarse para hacer la vida más fácil a nuestros clientes. La coyuntura económica en la que nos encontramos, el crecimiento del negocio y la evolución de las Normativas y Regulaciones Financieras exigentes con las entidades financieras, nos exigen un mayor esfuerzo en la gestión de cualquier petición, sugerencia o inconformidad por parte de nuestros clientes.

Los modelos de gestión de quejas y reclamaciones están siendo revisados constantemente para primar la agilidad en su recepción, gestión y resolución, utilizar canales más eficientes y, en general, simplificar los procesos. Fruto de este trabajo se están reduciendo los tiempos medios de gestión de reclamaciones y mejorando la percepción del cliente sobre la calidad del proceso.

En 2014, se estabilizó el modelo de atención de quejas y reclamos con acciones encaminadas a la estandarización de la operación y mitigación de quejas alertando sobre las mismas y atacando sus causas. Se afianzó el modelo de atención en primer contacto para personas naturales superando el objetivo propuesto para la atención en esta línea e implantando la atención de solicitudes para personas jurídicas.

Estas acciones redundaron en importantes mejoras en los indicadores como son: pasar del puesto 9 al 12 en el informe de quejas reportado a la Superintendencia Financiera y llegar al sexto puesto en el ranking publicado por este organismo de control.

Tabla 11. Número de reclamaciones en relación con el respeto la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.

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

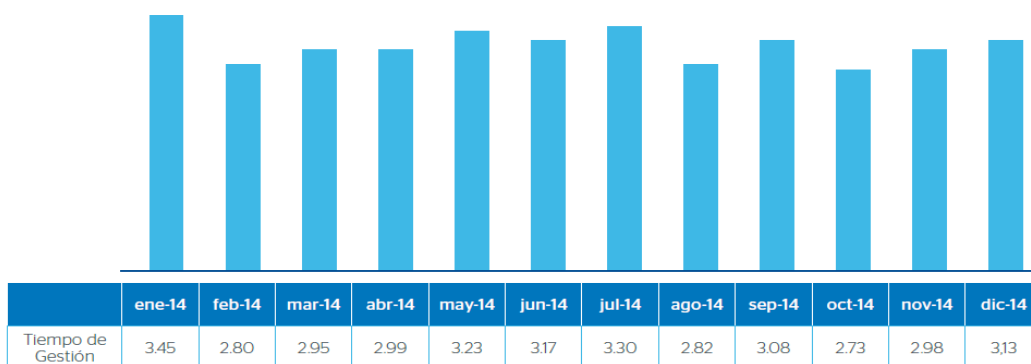
Tipología	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14	Total 2014
Ley protección datos personales	4	1	6	1	0	6	2	4	4	4	5	1	38

Fuente: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

**Tabla 12. Tiempo de resolución de los reclamos (días hábiles)
Figura 8. Tiempo de resolución de los reclamos (días hábiles)**

Tiempo de resolución de los reclamos (días hábiles)

	ene 2014	feb 2014	mar 2014	abr 2014	may 2014	jun 2014	jul 2014	ago 2014	sep 2014	oct 2014	nov 2014	dic 2014
Tiempo de Gestión	3,45	2,80	2,95	2,99	3,23	3,17	3,30	2,82	3,08	2,73	2,98	3,13

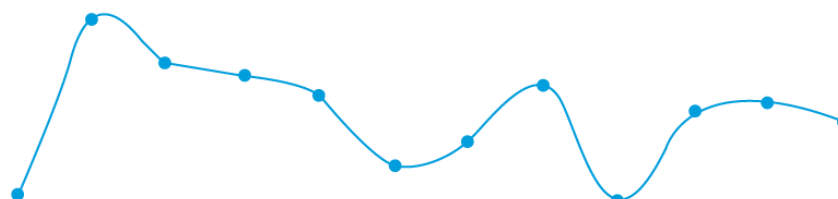


Fuente: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

Tabla 13. Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo.
Figura 9. Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo.

Porcentaje de reclamos resueltos a tiempo

	ene 2014	feb 2014	mar 2014	abr 2014	may 2014	jun 2014	jul 2014	ago 2014	sep 2014	oct 2014	nov 2014	dic 2014
Porc/ de Oportunidad	92,52%	96,63%	95,53%	95,20%	94,79%	93,12%	93,76%	95,04%	92,37%	94,53%	94,62%	94,18%



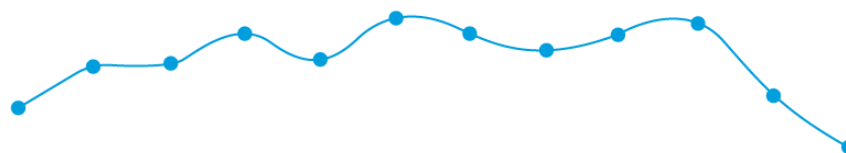
	ene 2014	feb 2014	mar 2014	abr 2014	may 2014	jun 2014	jul 2014	ago 2014	sep 2014	oct 2014	nov 2014	dic 2014
% Part.	92,52%	96,63%	95,53%	95,20%	94,79%	93,12%	93,76%	95,04%	92,37%	94,53%	94,62%	94,18%

Fuente: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

Tabla 14. . Porcentaje de quejas y reclamos gestionados por Soluciones Primer Contacto
Figura 10. Porcentaje de quejas y reclamos gestionados por Soluciones Primer Contacto

Porcentaje de quejas y reclamos gestionados por Soluciones Primer Contacto

	ene 2014	feb 2014	mar 2014	abr 2014	may 2014	jun 2014	jul 2014	ago 2014	sep 2014	oct 2014	nov 2014	dic 2014
Reclamos Radicados Call Center	5.520	5.291	5.064	5.094	5.655	5.479	6.820	6.147	6.059	6.561	5.366	5.510
Reclamos Gestionados SPC	3.062	3.139	3.033	3.203	3.381	3.527	4.278	3.734	3.777	4.188	3.024	2.838
Porc/ de Participación	55,47%	59,33%	59,89%	62,88%	59,79%	64,37%	62,73%	60,75%	62,34%	63,83%	56,35%	51,51%



	ene 2014	feb 2014	mar 2014	abr 2014	may 2014	jun 2014	jul 2014	ago 2014	sep 2014	oct 2014	nov 2014	dic 2014
% Part.	55,47%	59,33%	59,89%	62,88%	59,79%	64,37%	62,73%	60,75%	62,34%	63,83%	56,35%	51,51%

FUENTE: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

8.7. PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE

Las principales variables con respecto a la protección del medio ambiente, se presentan a continuación:

Tabla 15. Variable de estudio. Protección al medio Ambiente.
PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
El medio Ambiente como Compromiso Empresarial					
X				La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales	Durante 2014 se adelantaron diferentes campañas en las que a través de los empleados y sus familias, proveedores y clientes han servido para tomar conciencia sobre la importancia de adelantar buenas prácticas en el cuidado del medio ambiente y en la búsqueda de frenar el impacto del cambio climático. Este ejercicio mediante el cual cada uno de los empleados de los edificios involucrados participa de manera directa adelantando cada uno en su puesto de trabajo la separación de los diferentes tipos de basura en los recipientes respectivos, con la supervisión del personal de aseo que fue capacitado por la Ecoplanet y de acuerdo al desempeño de cada uno de los pisos se obtiene una calificación, que va de rojo, para los que estén en situación crítica, a verde, para los óptimos, pasando por el amarillo que se asigna a los pisos que están en situación intermedia.
X				La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales.	Durante 2014 se adelantaron diferentes campañas en las que a través de los empleados y sus familias, proveedores y clientes han servido para tomar conciencia sobre la importancia de adelantar buenas prácticas en el cuidado del medio ambiente y en la búsqueda de frenar el impacto del cambio climático. Este ejercicio mediante el cual cada uno de los empleados de los edificios involucrados participa de manera directa adelantando cada uno en su puesto de trabajo la separación de los diferentes tipos de basura en los recipientes respectivos, con la supervisión del personal de aseo que fue capacitado por la Ecoplanet y de acuerdo al desempeño de cada uno de los pisos se obtiene una calificación, que va de rojo, para los que estén en situación crítica, a verde, para los óptimos, pasando por el amarillo que se asigna a los pisos que están en situación intermedia.

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIOS
X				La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente	En 2014, 297 funcionarios de BBVA y sus familias, que hacen parte del programa Voluntarios BBVA, fueron los encargados de sembrar 2.000 árboles que dieron inicio al tercer bosque BBVA en las inmediaciones de Zipacón, un pintoresco municipio del oriente de Cundinamarca a donde llegaron desde las primeras horas del día, bajo un inclemente aguacero que los acompañó durante toda la jornada.
X				La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental.	Teniendo como premisa la política medioambiental, en 2014 BBVA impulso iniciativas direccionadas a mitigar los efectos directos e indirectos de las actividades en el entorno, donde se destaca la reducción en el consumo de agua, de electricidad y de papel, que apuntan a una mayor eficiencia en el uso de estos recursos.
			X	Se consideran aspectos ambientales al seleccionar proveedores	NO APLICA
Se desarrollan prácticas de cuidado del medio Ambiente					
X				Se promueve el reciclado de insumos y otros productos	Por tercer año consecutivo BBVA Colombia participó del Protocolo Verde, una iniciativa del sector financiero del país y el que BBVA se compromete de manera voluntaria a implementar políticas y prácticas que puedan ser reconocidas como ejemplares en términos de responsabilidad ambiental.
	X			Se tiene establecido un sistema de retorno de envases, embalajes, productos obsoletos, etc. generados por la propia empresa	
		X		Se dispone de una política tendiente al uso de combustibles/energías menos contaminantes.	NO APLICA
			X	Se busca minimizar la liberación a la atmósfera de gases nocivos para la capa de ozono (CFC, etc.)	NO APLICA

8.7.1. Soporte de la Información⁴²

Medio Ambiente

Nuestros actos sobre el medio ambiente del planeta son cada vez más notorios, por eso en BBVA venimos desarrollando iniciativas que reduzcan los efectos nocivos de las actividades en el entorno de operación.

Política ambiental y sistema de gestión ambiental

Desde 2003 BBVA viene aplicando políticas ambientales con un modelo de desarrollo sostenible en las actividades económicas, sociales y ambientales, dicha política busca darle al banco un plus que haga la diferencia en el sector financiero colombiano, estando conscientes de nuestro entorno y de la forma en la que podemos ser más responsables.

Los pilares de nuestra política ambiental son:

- Actitud responsable con los recursos naturales.
- Respeto a las normas actuales.

Estudio de riesgos ambientales en las actividades financieras.

- Diseño e implementación de productos y servicios financieros.
- Prácticas ambientales responsables de los grupos de interés.

Impacto ambiental directo

⁴² INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2014. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: https://www.bbva.com.co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2014

Ecoeficiencia

El Plan Global de Ecoeficiencia tiene como fin disminuir los impactos ambientales directos; para alcanzar los objetivos de gestión e implementar prácticas ambientales correctas desde 2007 se realiza seguimiento y compilación los indicadores ambientales del banco, durante estos años se han aplicado mejoras en la calidad de los datos que reportamos.

Teniendo como premisa la política medioambiental, en 2014 BBVA impulso iniciativas direccionadas a mitigar los efectos directos e indirectos de las actividades en el entorno, donde se destaca la reducción en el consumo de agua, de electricidad y de papel, que apuntan a una mayor eficiencia en el uso de estos recursos.

Iniciativas Medioambientales

En 2014 conscientes del problema de la deforestación y con el objetivo de mitigar el impacto que le generamos al medioambiente se continuo con el proyecto BOSQUE BBVA, que inicio en al año 2013 y hace parte de las iniciativas ambientales del plan de Responsabilidad Corporativa.

Este proyecto cierra 2014 con un total de 12.000 nuevos árboles en Colombia, que fueron sembrados en zonas de gran importancia dentro de la dinámica de protección y conservación del recurso hídrico.

Los árboles fueron asignados a los proyectos de protección del Rio Combeima y Coello, en el Municipio de Ibagué, Departamento del Tolima y en el municipio de Zipacon en Cundinamarca mejorar la regulación hídrica de la zona con el fin de

garantizar el abastecimiento de agua de dos acueductos de la vereda Paloquemao a largo plazo⁴³.

Por medio de la siembra de estos nuevos árboles se generan múltiples beneficios sociales y ambientales, la reforestación protectora produce un impacto positivo en las poblaciones donde éstas se llevan a cabo; construyendo tejido social en zonas marginadas, aportando recursos adicionales para las familias campesinas y mejorando su calidad de vida por medio de los servicios ecosistémicos que provee el bosque.

Las siembras realizadas permitirán la recuperación de la cobertura vegetal y el mejoramiento en el suministro de los servicios ecosistémicos de soporte, aprovisionamiento y regulación que presta esta área:

- Soporte: se destaca la formación y protección de suelos y la reactivación del ciclo de nutrientes, la polinización y la dispersión.
- Aprovisionamiento: se encuentra la disponibilidad de especies útiles, aumentando la oferta de fibras y leña, así como alimento para la población aledaña y fauna circundante y un lugar de esparcimiento a las personas con un paisaje agradable.
- Regulación: esta la captura y acumulación de CO₂ (280 kg CO₂/árbol durante 20 años), con la siembra de 12.000 árboles se fijarán 3.360 toneladas de CO₂ en 20 años. Así mismo, disminuirá la erosión pues las gotas de lluvia impactarán con menos energía el suelo y mejorará la regulación hídrica, pues los árboles incrementarán la infiltración.

Estas siembras materializan el compromiso de BBVA con la conservación del medio ambiente, con acciones destinadas a mejorar la calidad de vida de los humanos, animales y la naturaleza.

⁴³ INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2014. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: https://www.bbva.com.co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2014

Tabla 16. Principales indicadores Impacto Ambiental

Principales Indicadores

Consumo de papel		
Kg	2013	2014
consumo total de papel	364.234	415.889
consumo de papel por empleado	61	62

Consumo de gasóleo		
Lts	2013	2014
Consumo total de gasóleo	11.853	25.972
Consumo por empleado	2	4

Consumo de energía		
kWh	2013	2014
Consumo total de energía	29.549.992	32.296.773
Consumo por empleado	5.514	4.838

Consumo de agua		
m3	2013	2014
Consumo de total de agua	111.128	149.801
Consumo por empleado	20,7	23

Residuos gestionados		
Kg	2013	2014
Residuos de papel	43.488	31.582
Residuos de tóner	2.648	3.214
Otros residuos	23.384	29.700

Emisiones alcance 1		
Toneladas	2013**	2014*
Emisiones por consumo de Gasóleo	N/A	73
Emisiones por Km recorridos por vehículos propios	48.157	52.474
Total	48.157	52.545

*En años anteriores las emisiones se consideraban directas e indirectas, este año por cambio de metodología se consideran emisiones alcance 1, 2 y 3, el alcance de medición aumento para las emisiones alcance 1. A partir del 2014 se tiene en cuenta también las emisiones generadas por consumo de gasóleo.

**Se realizó un recalcu en de los Km recorridos por los vehículos propios del Banco en el 2013.

Emisiones alcance 2		
Toneladas	2013	2014*
Emisiones por consumo de energía eléctrica	N/A	6.795

*Esta medición de emisiones por consumo de energía eléctrica

Emisiones alcance 3		
Toneladas	2013	2014*
Emisiones por vuelos de avión	649	799

Fuente: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

8.7.2. BBVA trabaja en las iniciativas de Protocolo Verde

Por tercer año consecutivo BBVA Colombia participó del Protocolo Verde, una iniciativa del sector financiero del país y el que BBVA se compromete de manera voluntaria a implementar políticas y prácticas que puedan ser reconocidas como ejemplares en términos de responsabilidad ambiental⁴⁴.

La firma del Protocolo Verde incluye el desarrollo de estrategias dirigidas a avanzar en tres aspectos fundamentales: financiar el desarrollo con sostenibilidad, promover en los procesos internos de las entidades signatarias el consumo sostenible de recursos naturales y de materiales que de ellos se deriven, y considerar en los análisis de riesgo de crédito e inversión, los impactos y costos ambientales y sociales que se generan en las actividades y proyectos a ser financiados.

En BBVA Colombia, somos conscientes de la importancia que el medio ambiente y su cuidado tiene dentro de la sostenibilidad, no solo de nuestro negocio sino de toda la sociedad. Durante 2014 adelantamos diferentes campañas en las que a través de los empleados y sus familias, proveedores y clientes han servido para tomar conciencia sobre la importancia de adelantar buenas prácticas en el cuidado del medio ambiente y en la búsqueda de frenar el impacto del cambio climático.

Este ejercicio mediante el cual cada uno de los empleados de los edificios involucrados participa de manera directa adelantando cada uno en su puesto de trabajo la separación de los diferentes tipos de basura en los recipientes respectivos, con la supervisión del personal de aseo que fue capacitado por la Ecoplanet y de acuerdo al desempeño de cada uno de los pisos se obtiene una calificación, que va de rojo, para los que estén en situación crítica, a verde, para los

⁴⁴ INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2014. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: https://www.bbva.com.co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2014

óptimos, pasando por el amarillo que se asigna a los pisos que están en situación intermedia.

El programa sigue arrojando resultados satisfactorios al lograr que la mayoría de pisos estén en color verde facilitando las labores de reciclaje y optimización en la separación de los diferentes materiales que se traduce en un mejor desempeño por parte de la empresa encargada de recoger y reciclar nuestros materiales y que deja como resultado, un total de 51.422 kilos de residuos sólidos aprovechables y que discriminadamente, se presenta así:

Tabla 17. Cifras de residuos aprovechables.

	Carton	Archivo	Plástico	Vidrio	Pet	Periódico	Chatarra	Total
Enero	560	6,130	41	553	105	139	110	7,638
Febrero	813	2,529	89	837	162	129	37	4,596
Marzo	738	3,172	68	427	214	121	203	4,943
Abril	574	2,318	45	548	162	124	57	3,828
Mayo	612	2,896	47	651	113	108	42	4,469
Junio	275	1,684	36	444	275	74	35	2,823
Julio	356	1,647	30	784	297	131	175	3,420
Agosto	365	1,389	17	615	200	87	37	2,710
Septiembre	499	3,047	38	605	279	76	65	4,609
Octubre	864	3,021	33	800	317	193	0	5,228
Noviembre	638	2,109	51	647	150	374	4	3,973
Diciembre	622	1,640	31	527	145	207	13	3,185
Total	6,916	31,582	526	7,438	2,419	1,763	778	51,422

FUENTE: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

8.8. APOYO A LA COMUNIDAD

Las principales variables con respecto al apoyo a la Comunidad, se presentan a continuación:

Tabla 18. Variable de Estudio: Apoyo a la Comunidad

APOYO A LA COMUNIDAD					
3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
Política de Apoyo a la Comunidad					
X				Dentro de la planificación, la empresa establece una política de apoyo a la comunidad	Uno de los pilares fundamentales del Banco BBVA es el apoyo a la comunidad y el desarrollo de la misma.
	X			Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los trabajadores	
	X			La empresa genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad	
X				La empresa tiene como política promover el desarrollo de las micro empresas y/o PYME'S	BBVA entiende que las pymes son el motor que impulsa el desarrollo social del país, y a través de la educación, como la mejor palanca de desarrollo y promotor de la equidad social, el Banco diseñó en conjunto con la Universidad de los Andes el primer programa de formación para pymes realizado en Colombia por una entidad financiera. 558 millones de pesos invertidos en el año 2014 en el Apoyo a pymes para el crecimiento.
		X		Se promueve la integración de personas con "capacidades diferentes" en la empresa	NO APLICA

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIOS
X				Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos	<p>BBVA mantiene convenios con instituciones universitarias de primer nivel para promover el inicio en la vida laboral de Practicantes Universitarios, es así como durante 2012 se han vinculado 149 practicantes universitarios con contrato de aprendizaje y posteriormente gracias a su desempeño se vincularon 18 directamente con el Banco. Esta misma practica se tiene en el nivel tecnológico a través del SENA y otras instituciones técnicas a nivel nacional, brindado patrocinio a 359 aprendices y vinculado directamente a 30, representando para estos jóvenes su primer empleo.</p> <p>Para BBVA, la educación es el eje central sobre el que se articulan sus políticas de Responsabilidad Corporativa como parte de su propia sostenibilidad y de las sociedades en las que actúa. Es así como desde hace varios años se trabaja en diferentes programas enfocados en apoyar la educación de miles de niñas, niños y jóvenes en todo el país, destacando las siguientes iniciativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escuela para el Emprendimiento BBVA que permite a estudiantes de bachillerato adquirir conocimientos en educación financiera y en creación de empresas e ideas de negocio.
			X	La empresa mejora los impactos de la misma en la comunidad próxima más allá de las regulaciones existentes (ruidos, olores, movimientos de vehículos, etc.)	NO APLICA
Asignación de Recursos					
X				En el presupuesto anual se prevén fondos para apoyar programas comunitarios y/u ONG's.	Apoyo a entidades sociales 577 millones de pesos en el año 2014.

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIOS
X				La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario	Programa de voluntariado corporativo, programas de capacitación, donaciones.
X				Se evalúan los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad	Indicadores Anuales.
Voluntariado y Participación					
X				Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias	El Plan de Voluntariado Corporativo "Voluntarios BBVA", parte de la política de Responsabilidad Corporativa del grupo bancario, pretende facilitar y promover la participación de sus empleados en proyectos sociales. Existe desde el año 2007.
X				Se posee un programa de voluntariado corporativo	
X				La empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario	
Asignación de Recursos					
	X			Los empleados desarrollan acciones de apoyo a la comunidad por iniciativa propia	
X				La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya	
			X	La empresa procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario	NO APLICA

Monto en dinero que la empresa destinó a programas comunitarios:

5965 millones

Porcentaje de dicho monto sobre las ventas:

1% Utilidades de la empresa

FUENTE: Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2014

Fuente. Elaboración propia, con base en al Manual de RSE. DERES

Soporte de la Información⁴⁵

8.8.1. Inclusión Financiera

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

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

⁴⁵ INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2014. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: https://www.bbva.com.co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2014

De otro lado, los corresponsales Bancarios han permitido potenciar los convenios de recaudo tanto de servicios públicos como de empresas de alimentos, ventas por catálogo, entidades educativas, entre otras, en todo el territorio nacional. BBVA cierra 2014 con 11.160 puntos, con un crecimiento del 816% frente al año anterior, y con más de 1.6 millones de operaciones acumuladas.

8.8.2. BBVA Móvil

BBVA continuó consolidándose como un Banco Digital; por lo que en Marzo de 2014 lanzó al mercado la nueva aplicación BBVA Móvil, la cual fue desarrollada y pensada para dar acceso universal a sus clientes desde cualquier tipo de celular y operador; permitiéndoles realizar sus principales transacciones monetarias y no monetarias desde cualquier lugar sólo con su celular, sin tener que pagar nada por este nuevo servicio. Esto se traduce en sencillez, comodidad, facilidad y mejor calidad de vida para los clientes.

De esta forma, al cierre de 2014 más de 167.000 clientes descargaron y activaron este servicio, realizando en el acumulado del año más de 5 millones de transacciones.

8.8.3. Microfinanzas Productivas - Fundación Microfinanzas BBVA

En el marco de nuestro compromiso con la inclusión financiera, en el 2007 se creó la Fundación Microfinanzas BBVA, con el objetivo de promover el desarrollo económico y social sostenible e inclusivo de las personas más desfavorecidas de la sociedad, a través de las Finanzas Productivas Responsables (la provisión de productos y servicios financieros y acompañamiento en el desarrollo de actividades productivas).

Durante 2014, la Fundación continuó trabajando para profundizar en las áreas más necesitadas, contando con 7.472 empleados y 488 oficinas en los siete países en

los que está presente a través de sus ocho entidades de microfinanzas: el Banco de las Microfinanzas-Bancamía en Colombia; Financiera Confianza, en Perú; Banco de Ahorro y Crédito Adopem, en República Dominicana; Empeñe Microfinanzas y Fondo Esperanza en Chile; Contigo Microfinanzas en Argentina; Microserfin en Panamá; y la Corporación para las Microfinanzas en Puerto Rico.

A cierre del 2014, la Fundación Microfinanzas BBVA atiende a 1.544.929 clientes, 96% de los cuales están teniendo éxito en el negocio que han emprendido para salir de la pobreza. En el caso de los clientes que permanecen cuatro años en la entidad, sus ventas han crecido un 40%, sus activos se han multiplicado por tres y sus excedentes se han incrementado un 12% anual, como muestra el Informe de Desempeño 2013:

“Midiendo lo que realmente importa”, publicado en 2014 por la Fundación, y que da a conocer de manera detallada el impacto de su actividad en la vida de sus clientes.

Desde su constitución, la Fundación ha entregado créditos por valor de 6.642 millones de dólares, en términos acumulados, a 4,7 millones de personas para el desarrollo de sus actividades productivas (2007-2014), además de asesoría y capacitación, siendo actualmente la iniciativa filantrópica con mayor impacto social en América Latina (impactando en la vida de 6,2 millones de personas).

En 2014, además del acompañamiento integral que reciben todos los clientes, la Fundación ha continuado capacitando a sus clientes emprendedores para fortalecer sus habilidades productivas y promover el desarrollo de sus negocios. En este ejercicio, la Fundación ha formado a más de 250.000 clientes en programas de formación y capacitación en habilidades y competencias relacionadas con sus negocios o para segmentos específicos, así como en educación financiera.

En Colombia, donde la Fundación Microfinanzas BBVA está presente a través del Banco de las Microfinanzas Bancamía, la Fundación ha apoyado a 698.642 emprendedores, clientes cuyo 57% son mujeres, y una cartera que sobrepasa los \$1.1 billones de pesos colombianos, representada en desembolsos de créditos productivos a emprendedores de los sectores comercio, servicios, producción y agropecuario.

Con la apertura de seis nuevas oficinas en 2014 y la habilitación de más de 1.850 puntos de corresponsales bancarios, entre propios y a través de Movilred, cubriendo 575 poblaciones, Bancamía terminó 2014 alcanzando importantes logros para fortalecer su misión de mejorar la calidad de vida de las familias de bajos ingresos.

Actualmente Bancamía entrega 1.079 créditos productivos por día y 135 por hora laborable, lo que representa una oportunidad de progresar para el mismo número de familias que a través de sus negocios de emprendimiento transforman la realidad de sus comunidades y la de su país.

También en 2014, en Colombia, la Fundación realizó el “I Foro por el Desarrollo Rural” en Colombia, junto a Bancamía e International Finance Corporation (IFC), un evento dedicado a los retos de la financiación del campo colombiano, y en el que participaron destacados expertos del sector privado y del sector público, así como clientes que contaron sus experiencias y las dificultades a las que se enfrentan cada día en la producción de sus productos⁴⁶.

En relación a los hitos más destacados en 2014 de la Fundación Microfinanzas BBVA, la Fundación suscribió en octubre un convenio marco con la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional y para Iberoamérica, y que permitirá aunar

⁴⁶ INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2014. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: https://www.bbva.com.co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2014

esfuerzos y colaborar de manera articulada y conjunta en el desarrollo de iniciativas en el ámbito de las microfinanzas, impulsando el alcance y la eficacia de las actuaciones.

En el marco del desarrollo del sector de las microfinanzas, la Fundación continuó reforzando su compromiso con diversas iniciativas. A finales del ejercicio, la Fundación lanzaba “Progreso”, un boletín digital trimestral de actualidad jurídica del sector de las microfinanzas, que recopila las novedades legislativas y regulatorias más destacadas del sector y los nuevos desarrollos en gobierno corporativo en el ámbito global. La publicación, disponible on line en español e inglés, incluye el acceso directo a los documentos citados, además de comentarios de expertos, artículos de opinión y entrevistas.

En esta misma línea de actividad, la Fundación realizó una nueva edición del “Taller de Capacitación en Gobierno Corporativo para IMFs” en República Dominicana, en colaboración con la Asociación de Bancos de Ahorro y Crédito y Corporaciones de Crédito (Abancord). Con este nuevo taller, son ya más de 350 miembros de Consejos de Administración y directivos de entidades de microfinanzas, las personas capacitadas desde la creación del programa en 2011. En relación a su actividad institucional, la Fundación Microfinanzas BBVA continuó recibiendo reconocimientos a sus entidades de microfinanzas, sus clientes, y a sus primeros niveles.

8.8.4. Apoyo a Pymes

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

Por medio de las distintas líneas de crédito ofrecidas por el Banco, se logró llegar a una gran cantidad de nuevos clientes dentro de este segmento, pues a 2014 contamos con 107.389 clientes, un 43% más que el año inmediatamente anterior. Así mismo, se facturaron cerca de 3,6 billones de pesos a 26.513 clientes y destinados a la adquisición de activos productivos, brindando a nuestros clientes mayor competitividad en el mercado y ayudándoles así a crecer de manera sostenida.

Adicionalmente, se desarrolló un programa de formación ejecutiva en alianza con la Universidad de los Andes en los meses de septiembre, octubre y noviembre, dirigido a los gerentes y propietarios de las pymes, donde se capacitó a 150 empresarios con una duración de 54 horas en temas de Liderazgo, Innovación, Modelos de Negocio, Estrategias de Marketing y actualización financiera; convirtiéndose en un escenario ideal para interacción y networking entre los empresarios.

En el programa también se contó con la participación de colaboradores del BBVA como estudiantes, los cuales fueron embajadores de la marca en todo momento, cumpliendo el objetivo de BBVA de acercarse aún más a sus clientes, escuchando sus necesidades y percepciones.

Otra de las acciones desarrolladas para este colectivo fue la *Capacitación - Fascículos Pyme Sostenible Estrategias para el éxito*, una herramienta de formación para pymes a través de siete (7) Fascículos, cada uno con temas estratégicos, con el fin de ayudar a los empresarios de Colombia para que su modelo de Negocio sea sostenible y exitoso.

Los temas desarrollados en cada Fascículo fueron:

- 1. ¿Soy una pyme Sostenible?:** Aprender a identificar si la empresa va por el buen camino a través de un sencillo cuestionario, adicionando casos de éxito, y un pequeño análisis de la situación actual de las pymes en Colombia en los principales sectores.

2. Finanzas al día: Alternativas de financiación que tienen los empresarios, como elegir un producto financiero de acuerdo a las necesidades y Apps para llevar sus cuentas.

3. Proteja su recuso humano: Sugerencias sobre las capacitaciones para los colaboradores, análisis de cargas prestacionales, manejo de salarios, además de tips sobre manejo de recurso humano con columnistas invitados.

4. Bienvenido al mundo del Mercadeo y la Publicidad: Revelar cuáles son los medios más efectivos para invertir en publicidad y que tipos de publicidad según el perfil de la empresa se pueden utilizar. Introducción al Marketing Digital para pymes.

5. El camino de la Responsabilidad Social: 5 empresarios dieron a conocer sus experiencias con la implementación de programas de responsabilidad social e impacto positivo en sus compañías.

6. Listo para crecer en el exterior: Aprender a detectar oportunidades y extender el modelo de negocio a otros mercados del mundo. Descubrir mitos y verdades de los TLC.

7. Secretos para innovar: Descubrir ideas increíbles que han marcado la diferencia en el mercado colombiano y han ayudado a pymes para permanecer a la vanguardia en sus mercados.

La distribución de estos Fascículos se realizó por medio de nuestro aliado estratégico diario El Espectador y a su vez se creó un módulo de formación en la página blanca del BBVA Colombia donde se encuentran publicados de manera digital.

8.8.5. Apoyo a particulares con necesidades especiales

- **Tarjeta de Afinidad “Héroes”⁴⁷**

⁴⁷ INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2014. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: https://www.bbva.com.co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2014

Durante 2014 continuamos fortaleciendo la relación comercial con los miembros activos y administrativos de la Policía Nacional y Fuerzas Militares de Colombia, permitiéndoles que sus metas fuesen más fáciles de alcanzar a través de los productos y servicios preferenciales en nómina, libranzas, tarjetas de crédito, y demás productos del activo y del pasivo.

En el 2014 continuamos fortaleciendo la gestión focalizada a través de fuerzas de ventas externas, consolidación de pasivos y profundización de los portafolios de nómina para apoyar el crecimiento de este importante sector del país.

Por otro lado, nos unimos con las Fuerzas Militares de Colombia en actividades de responsabilidad social, se entregaron 3.805 morrales con útiles escolares otorgados a los niños hijos de policías y militares de Colombia, los cuales fueron entregados en el primer trimestre de 2014, adicionalmente se dictaron 12.355 a 4.708 uniformados con el programa de Educación Financiera “adelante con tu futuro”⁴⁸

- Líneas de Crédito de Apoyo al Campesino Colombiano

En 2014, BBVA consciente de los retos para la modernización y especialización de la estructura productiva del país, diseña alternativas de financiación y ofrece un portafolio completo de productos y servicios con soluciones agroindustriales, (líneas de fomento agropecuario, Agrocrédito, Agroleasing), así mismo en este año prestó asesoría especializada y acompañamiento en la estructuración de más de 3.000 proyectos agroindustriales encaminados a satisfacer las necesidades de cada uno de los participantes en la cadena productiva agropecuaria.

⁴⁸ INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2013. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: https://www.bbva.com.co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2013

Para BBVA es claro el compromiso encaminado a trabajar por el crecimiento de forma sostenible y competitiva de los productores y empresas agroindustriales aportando para que nuestros productos agropecuarios se integren en la economía mundial en línea con las estrategias para ampliar el mercado. Evidenciando en los resultados el otorgamiento de créditos por \$ 1.5 billones, con un crecimiento del 25% con respecto al año anterior y posicionándonos como banco líder en la financiación del sector.

- Inversión en Programas Sociales:

En 2014, destinamos 5.965 millones de pesos a iniciativas sociales. Esta cifra corresponde al 1% de las utilidades de las empresas de BBVA en Colombia.

Tabla 19. Inversión en programas sociales.

Prioridades estratégicas	Inversión	%
Educación (millones de pesos)		
Educación Financiera "Adelante con tu futuro"	336	60.28
Educación Financiera "Escuela para el emprendimiento BBVA"	732	
Educación y formación para los negocios	270	
Educación para la sociedad	2.258	
Productos alto impacto social (millones de pesos)		
Apoyo a pymes para el crecimiento	558	9.40
Otras líneas estratégicas (millones de pesos)		
Cultura	87	30.40
Apoyo a entidades sociales	577	
Otros	1.147	

FUENTE: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

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

- La contribución al desarrollo de las sociedades en las que estamos presentes a través de la financiación y apoyo al tejido productivo, y de la inclusión financiera.

- La mejora del bienestar social de las personas que reciben financiación para adquisición de vivienda o bienes de consumo duradero.
- La generación de riqueza de los grupos de interés derivada de la distribución de dividendos a los accionistas, el pago a proveedores, los salarios percibidos por empleados, los impuestos pagados y devengados, etc.
- La creación de empleo, tanto directamente vía nuevas contrataciones en el grupo como a través de iniciativas de apoyo a la creación de empleo.
- La aportación a la sociedad en programas sociales con inversión directa que benefician a diferentes colectivos, con el foco puesto en la educación.

8.8.6. Educación

Para BBVA, la educación es el eje central sobre el que se articulan sus políticas de Responsabilidad Corporativa como parte de su propia sostenibilidad y de las sociedades en las que actúa. Es así como desde hace varios años trabajamos en diferentes programas enfocados en apoyar la educación de miles de niñas, niños y jóvenes en todo el país, destacando las siguientes iniciativas:

- Escuela para el Emprendimiento BBVA que permite a estudiantes de bachillerato adquirir conocimientos en educación financiera y en creación de empresas e ideas de negocio.
- Educación Financiera para formar ahorradores constantes y deudores responsables.
- Formación a pymes, con el fin que crezcan y aumenten su impacto social de manera sostenible.
- Programa de becas “Niños Adelante”, que apoya la educación de niñas, niños y jóvenes de escasos recursos en todo el país.

Avances en 2014:

- 18.719 personas beneficiadas por programas de educación financiera.
- 150 pymes apoyadas por programas de educación.
- 40.000 jóvenes beneficiados con Escuela para el Emprendimiento BBVA

8.9. VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

Las principales variables con respecto a los Valores y Principios Éticos, se presentan a continuación:

Tabla 20. Variable de estudio: Valores y Principios Éticos

VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS					
3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
Misión y Visión					
X				La empresa tiene explicitada su Misión y Visión	VISION: «Trabajamos por un futuro mejor para las personas»
	X			En la Misión y Visión se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial	De manera implícita, pero se habla de trabajar por un mejor futuro para las personas, es decir que se tiene en cuenta parte de la RSC
		X		En la redacción de la Misión y Visión participan distintos niveles de la empresa	NO APLICA
		X		En la redacción de la Misión y Visión se hacen consultas externas a la empresa (Proveedores, clientes, comunidad, etc.)	NO APLICA
		X		La Misión y Visión de la empresa son revisadas periódicamente	NO APLICA
X				La Misión y Visión es difundida públicamente (sitio web, publicaciones, etc.)	Es de carácter público.

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIO
Códigos					
X				La empresa dispone de Códigos de Ética ó Conducta formales	Código Conducta del Grupo BBVA. El Código de Conducta es aplicable a la totalidad de las entidades y de los empleados de BBVA en Colombia. Refleja públicamente el conjunto de los compromisos de BBVA con sus grupos de interés directos – accionistas, clientes, empleados y proveedores – y con las sociedades en las que opera la compañía. Con el apoyo del área de Recursos Humanos, se mantuvieron las estrategias de capacitación para afianzar aún más la cultura ética en la entidad. Para tal efecto, se continuó con la realización de cursos virtuales dentro de estos ámbitos: Código de Conducta, Política de Conducta en el Ámbito de los Mercados de Valores y Protección de Datos Personales. También se realizaron actividades de capacitación virtual y presencial a las personas sujetas al Reglamento Interno de Conducta en el Mercado de Valores.
X				El Código de Ética o Conducta es refrendado por todos los trabajadores de la empresa	
X				Difunde y educa en valores y en códigos de ética regularmente	
X				En las distintas instancias del reclutamiento de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética	
X				Se aplican los principios éticos en las relaciones internas de la empresa (directivos, asesores externos, personal, etc.)	
X				Se aplican los principios éticos en las relaciones externas de la empresa (proveedores, consumidores, gobierno, publicidad, etc.)	
Procedimientos					
X				La empresa ha cancelado ó cancelaría contratos con proveedores por conductas no éticas de éstos	La empresa tiene en cuenta la conducta en los mercados así: <ul style="list-style-type: none"> • Tratamiento de los conflictos de intereses. • Riesgo de lavado de activos y de la financiación del terrorismo. • Protección de datos personales.
X				La empresa rechazaría contratos por considerar que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos	
X				Posee políticas y/o procedimientos de control y sanción ante posibles prácticas corruptas.	

3	2	1	N/C	ITEMS	COMENTARIOS
		X		Existe la política de informar a los superiores sobre toda comisión, obsequio, etc. recibido ú ofrecido por parte de terceros en relación a la actividad empresarial.	NO APLICA
		X		La empresa tiene como política sancionar situaciones de acoso ya sea sexual o de otra índole.	NO APLICA
		X		Se poseen normas que explícitamente prohíben prácticas discriminatorias en la empresa ya sea por raza, sexo, religión, etc.	NO APLICA
Varios					
X				La empresa promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/empresariado/sociedad	
X				La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente	
X				La empresa redacta anualmente una Memoria	Informe anual Responsabilidad Social Corporativa
X				En la Memoria, se hace mención a actividades de Responsabilidad Social de la empresa (apoyo comunitario, protección medio ambiente, etc.)	Es un informe completo de Responsabilidad social corporativa que se presenta año tras año.
X				La empresa posee documentación que respalda lo respondido en el presente cuestionario	Informe completo de Responsabilidad social corporativa disponible en la WEB

Fuente. Elaboración propia, con base en al Manual de RSE. DERES

SOPORTE INFORMACIÓN:⁴⁹

⁴⁹ INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2014. En línea. [Consultado 10 de septiembre 2015]. Disponible en: https://www.bbva.com/co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2014

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

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

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

Figura 11. Principios orientativos del Código de Conducta de BBVA



FUENTE: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

Una de las principales herramientas que apoya la gestión del Código de Conducta son los denominados canales de comunicación de Actitud Responsable, a través de los cuales los empleados pueden denunciar de manera confidencial y segura situaciones que puedan ser violatorias de las disposiciones contenidas en el Código o de la normativa legal vigente; aquellas actuaciones consideradas como

éticamente cuestionables son conocidas por el Comité de Integridad Corporativa, que está constituido por los máximos responsables de las Áreas de Servicios Jurídicos, Recursos Humanos, Cumplimiento y Auditoría Interna.

Figura 12. Principales aspectos que pueden ser tratados en los canales de Actitud Responsable



FUENTE: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

Así mismo, y en coordinación con el área de Comunicación e Imagen, se adelantó una campaña formativa dirigida a todos los empleados con el propósito de afianzar y recordar los siguientes aspectos del Código de Conducta y de nuestra normativa interna:

- i) Lo que debes conocer sobre la captación masiva y habitual de recursos “pirámides” y préstamos entre empleados,
- ii) Criterios de aplicación del Código de Conducta ante la recepción por los empleados de invitaciones de proveedores y clientes de BBVA,
- iii) Participación de los funcionarios en campañas políticas,
- iv) Lo que debes conocer sobre los Derechos de Propiedad Intelectual y
- v) Tips para el uso adecuado del correo electrónico.

(...)Con el apoyo del área de Recursos Humanos, se mantuvieron las estrategias de capacitación para afianzar aún más la cultura ética en la entidad. Para tal efecto, se continuó con la realización de cursos virtuales dentro de estos ámbitos: Código de Conducta, Política de Conducta en el Ámbito de los Mercados de Valores y Protección de Datos Personales. También se realizaron actividades de capacitación virtual y presencial a las personas sujetas al Reglamento Interno de Conducta en el Mercado de Valores.

Compromisos Internacionales Suscritos

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

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas⁵⁰
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el medio Ambiente⁵¹
- Principios de Ecuador⁵²
- Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas⁵³

⁵⁰ PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS. En línea. [Consultado 30 de Marzo 2016]. Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/>

⁵¹ INICIATIVA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL MEDIO AMBIENTE PROGRAMA DE FINANZAS. En línea. [Consultado 30 de Marzo 2016]. Disponible en: <http://www.unepfi.org/benefits/>

⁵² LOS PRINCIPIOS DE ECUADOR En línea. [Consultado 30 de Marzo 2016]. Disponible en: <http://www.equator-principles.com/>

Por otro lado, BBVA reconoce públicamente su respeto a la declaración de derechos Humanos de las Naciones Unidas⁵⁴ y a la normativa laboral básica de la Organización Internacional del Trabajo⁵⁵

Además BBVA continúa trabajando en el marco de los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM) iniciativa que apoyamos desde el año 2000⁵⁶.

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

Tabla 21. Contribución a la consecución de los ODM

Objetivo del Milenio	Iniciativa de BBVA
Erradicar la pobreza extrema y el hambre	<ul style="list-style-type: none"> • Fundación Microfinanzas BBVA
Lograr la enseñanza primaria universal	<ul style="list-style-type: none"> • Programa becas de integración «Niños Adelante»
Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto «Primera infancia» de la OEI
Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años	<ul style="list-style-type: none"> • Plan Global de Diversidad de Género
Mejorar la salud materna	<ul style="list-style-type: none"> • Fundación Microfinanzas BBVA
Combatar el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades	<ul style="list-style-type: none"> • No existen iniciativas específicas
	<ul style="list-style-type: none"> • No existen iniciativas específicas
	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativas de investigación para el cuidado de la salud de la Fundación BBVA
	<ul style="list-style-type: none"> • Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento - Cambio Climático y Ecología y Biología de la Conservación
Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Plan Global de Ecoeficiencia • Aplicación de los Principios de Ecuador
	<ul style="list-style-type: none"> • Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento - Cambio Climático y Ecología y Biología de la Conservación
	<ul style="list-style-type: none"> • Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad
Fomentar una alianza mundial para el desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento - Cooperación al desarrollo

FUENTE: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

⁵³ LOS SEIS PRINCIPIOS PARA LA INVERSION RESPONSABLE. [Consultado 30 de Marzo 2016]. Disponible en: <https://www.unpri.org/about/the-six-principles>

⁵⁴ DECLARACION UNIVERSAL DE DERECHOS HUMANOS. [Consultado 30 de Marzo 2016]. Disponible en: <http://www.un.org/es/documents/udhr/>

⁵⁵ ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. [Consultado 30 de Marzo 2016]. Disponible en: <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/lang--es/index.htm>

⁵⁶ OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE. [Consultado 30 de Marzo 2016]. Disponible en: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

9. VISUALIZACIÓN DE LOS RESULTADOS Y ANÁLISIS

Una vez contestado el cuestionario de cada Área, se deberá calcular el promedio del mismo el cual se obtiene sumando el puntaje total de acuerdo a la opción (3, 2 ó 1) marcada en cada pregunta dividiéndolo entre la cantidad de preguntas efectivamente respondidas (No se deben tener en cuenta las que fueron contestadas N/C).

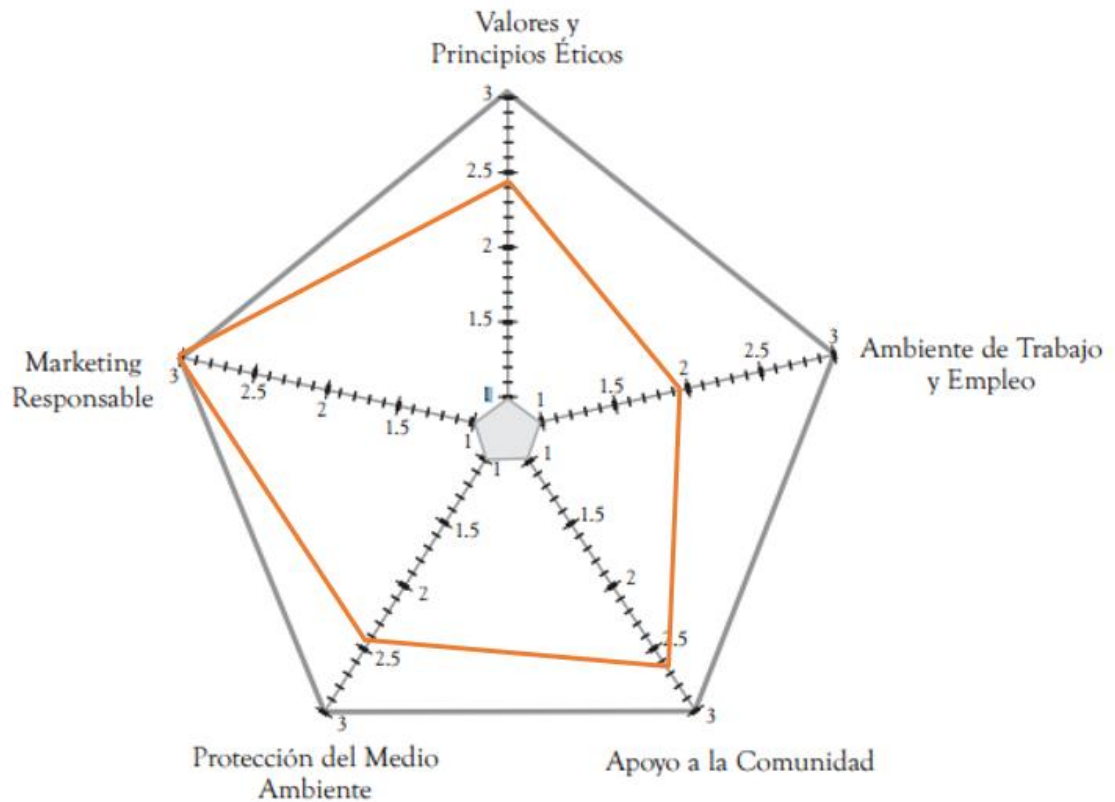
Los Promedios obtenidos en cada una de las Áreas deberán ser trasladados a los distintos ejes del Pentágono ilustrado, lo que permitirá visualizar su resultado en forma individual (por Área). La figura resultante de unir los puntos ya marcados, pretende ilustrar la situación global de la empresa en términos de RSE: cuanto más se acerca la figura obtenida al pentágono.

Tabla 22. Resultados totales de la evaluación

No.	AREA	SUMA TOTAL	RESPUESTAS VALIDAS	TOTAL
1	<i>Condiciones de ambiente de trabajo y empleo</i>	53	27	1,96
2	<i>Marketing responsable</i>	39	13	3
3	<i>Protección del medio ambiente</i>	28	11	2,45
4	<i>Apoyo a la comunidad</i>	37	14	2,64
5	<i>Valores y principios éticos</i>	56	23	2,43

FUENTE: Construcción propia de las autoras

Figura 13. Pentágono de visualización de resultados.



FUENTE: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

Al observar la gráfica, y tras haber realizado un análisis de cada uno de los componentes, se puede concluir que si bien el BANCO BBVA es una empresa con un alto sentido de la responsabilidad social empresarial como se pudo evidenciar no solo en el diagnóstico realizado sino en los apartes obtenidos del informe de responsabilidad corporativa para el año 2014, y si bien hay muchos aspectos que la matriz de diagnóstico no contempla pero la empresa si realiza, también es necesario mejorar en algunos aspectos como lo son:

- ❖ Asignar un presupuesto anual destinado exclusivamente a la prevención de salud y seguridad de los trabajadores, así como capacitaciones en éste área. La empresa cuenta con lo básico en Seguridad y salud en el trabajo

pero al ser una multinacional requiere darle mayor importancia a todo lo que en materia de seguridad y salud en el trabajo (salud ocupacional) se refiere, incluyendo esto un lugar dentro de la estructura organizacional a éste aspecto tan importante y con tanto auge en el presente siglo.

- ❖ Formular políticas y estrategias que permitan darle oportunidad de trabajo a los discapacitados, o personas con capacidades diferentes.
- ❖ Fomentar la ocupación de cargos directivos por parte de mujeres, ya que actualmente tan solo el 25% de dichos cargos está ocupado por mujeres; aun así ellas son mayoría en la población total de la empresa.
- ❖ Apoyar económicamente y /o facilitar iniciativas individuales de capacitación en áreas no relacionadas a la empresa, ya que actualmente se apoya solo los aprendizajes relacionados con la labor financiera.
- ❖ Mejorar en la medida de lo posible la situación social del empleado en el momento de su despido, teniendo en cuenta sus necesidades particulares.
- ❖ Disponer de una política tendiente al uso de combustibles/energías menos contaminantes, minimizar la liberación a la atmósfera de gases nocivos para la capa de ozono (CFC, etc.), y disminuir al máximo la utilización de productos tóxicos en la empresa.
- ❖ Actualizar periódicamente la misión y la visión de la empresa teniendo en cuenta que los cambios que presenta el entorno requiere estar a la vanguardia de los mismos.

Adicionalmente se evidencia que la empresa desarrolla unas políticas y acciones en el campo del marketing responsable de manera casi perfecta, alcanzando la mayor puntuación según las variables estudiadas. Por su parte el aspecto que más debe mejorar es el ambiente de trabajo, lo cual se expuso en las recomendaciones anteriores, siendo su peor problema la ausencia de acciones contundentes en el campo de la seguridad y salud en el trabajo y prevención de riesgos que afecten la calidad de vida e integridad de sus colaboradores.

10. INDICADORES DE GESTIÓN BANCO BBVA

A continuación se presenta la evaluación con periodicidad anual, de la medición de cumplimiento de los indicadores de gestión (Banca Responsable) teniendo en cuenta el enfoque de la ISO 9001:2008 hacia el servicio al cliente y calidad de los procesos.

Tabla 23. Indicadores de Banca Responsable BBVA 2012-2014 y su variación

	2012	2013	2014	Var 2012-2013	% Var 2012-2013	Var 2013-2014	% Var 2013-2014
ECONÓMICOS (MILLONES DE PESOS)							
Valor económico generado	\$ 1.778.747,00	\$ 1.980.732,00	\$ 2.173.611,00	\$ 201.985,00	10,20%	\$ 192.879,00	8,87%
Valor económico distribuido	\$ 1.107.807,00	\$ 1.254.416,00	\$ 1.358.710,00	\$ 146.609,00	11,69%	\$ 104.294,00	7,68%
Valor económico retenido	\$ 620.935,00	\$ 726.316,00	\$ 814.901,00	\$ 105.381,00	14,51%	\$ 88.585,00	10,87%
SOCIALES							
Inversión en programas sociales (millones de pesos)	\$ 5.790,00	\$ 5.967,00	\$ 5.965,00	\$ 177,00	2,97%	\$ (2,00)	-0,03%
Número personas beneficiadas por programas de educación financiera	11334,00	12316,00	18719,00	982,00	7,97%	6403,00	34,21%
Número de estudiantes beneficiados por el programa Escuela para el emprendimiento BBVA	12000,00	29380,00	40000,00	17380,00	59,16%	10620,00	26,55%
Número personas beneficiadas por programas de educación para la sociedad	11223,00	9380,00	10333,00	-1843,00	-19,65%	953,00	9,22%
Número de emprendedores apoyados por la fundación Microfinanzas (Bancamía)	NA	604603,00	698642,00	604603,00	100,00%	94039,00	13,46%
Reclamaciones de clientes		47037,00	42659,00	47037,00	100,00%	-4378,00	-10,26%
CAPITAL HUMANO							
Empleados Consolidado empresas BBVA en Colombia	NA	6019,00	6678,00	6019,00	100,00%	659,00	9,87%
Índice de satisfacción de empleados (%)	80,20	NA	81,70	-80,20		81,70	100,00%
Diversidad de género de los empleados (mujeres/total de la plantilla. %)		0,58	0,59	0,58	100,87%	0,02	2,54%
Diversidad de género en la alta dirección (mujeres/total de la alta dirección. %)		0,33	0,34	0,33	100,00%	0,01	3,82%
Edad media de empleados (años)	36,00	36,50	36,00	36,00	100,00%	0,50	1,37%
Estabilidad laboral (% empleo fijo)	93,45	93,55	93,45	93,45	100,00%	0,10	0,11%
Absentismo (%)	1,02	1,47	1,02	1,02	100,00%	0,45	30,61%
Puestos de trabajo netos creados (11)	260,00	659,00	260,00	260,00	100,00%	399,00	60,55%
Horas de formación por empleado	84,00	58,00	84,00	84,00	100,00%	-26,00	-44,83%
Participantes en iniciativas de voluntariado que son empleados de BBVA		350,00	297,00	350,00	100,00%	-53,00	-17,85%
MEDIOAMBIENTALES							
Emisiones CO2 alcance 1 (Ton.)	NA	48157,00	52545,00	48157,00	100,00%	4388,00	8,35%
Emisiones CO2 alcance 2 (lon.)	NA	NA	6795,00	NA		6795,00	100,00%
Emisiones CO2 alcance 3 (Ton.)		649,00	799,00	649,00	100,00%	150,00	18,77%
Consumo de papel por persona (Kg)		61,00	62,00	61,00	100,00%	1,00	1,61%
Consumo total de Gasóleo por persona (Lts)		7,00	4,00	7,00	100,00%	-3,00	-75,00%
Consumo de electricidad por persona (MWh)		5514,00	4838,00	5514,00	100,00%	-676,00	-13,97%
Consumo de agua por persona (m3)		20,70	23,00	20,70	100,00%	2,30	10,00%
Residuos de papel gestionados (Kg)		43488,00	31582,00	43488,00	100,00%	-11906,00	-37,70%
Residuos de tóner gestionados (Kg)		2648,00	3214,00	2648,00	100,00%	566,00	17,61%
Otros residuos gestionados (Kg)		23384,00	29700,00	23384,00	100,00%	6316,00	21,27%
GOBIERNO CORPORATIVO							
Junta Directiva	5,00	5,00	5,00	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Miembros Independientes	2,00	2,00	2,00	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Nombramientos	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Diversidad de género en el Comité de Dirección (mujeres/total de miembros del CD. %)	11,10	11,10	20,00	0,00	0,00%	8,90	44,50%
PROVEEDORES							
Número de negociaciones On-Line por Adquiria	645,00	718,00	668,00	73,00	10,17%	-50,00	-7,49%
Número de peticiones registradas en Neón	3087,00	208,00	192,00	-2879,00	-1384,13%	-16,00	-8,33%
Proveedores Homologados al cierre del año	790,00	648,00	752,00	-142,00	-21,91%	104,00	13,83%
Incremento de Proveedores	1,42	0,18	0,16	-1,24	-688,89%	-0,02	-12,50%

Fuente. Construcción propia a partir del informe de Responsabilidad Social Empresarial BBVA 2014.

A partir del análisis de la tabla anterior se tiene como hallazgos principales lo siguiente:

- El consumo total de Gasóleo por persona disminuyó en un 75% a través de la sensibilización a los empleados en el uso necesario o innecesario de los vehículos de transporte y el ahorro en combustible.
- El consumo de electricidad por personas (Mwh) disminuyó en un 13,97%
- Residuos de papel gestionados (Kg) disminuyó en un 37,70%
- Se manifiesta una disminución en el número de proveedores en los últimos años.
- En el 2014 se disminuyó en un 0,03% la inversión en programas sociales lo cual no representa una variación importante y, adicionalmente, fue compensada en el año anterior.
- Para el 2013 hubo una disminución en el número de personas beneficiadas por programas de educación para la sociedad en un 19,65%; esta situación se corrigió en 2014
- El indicador de reclamación de clientes disminuyo un 10,26% durante el año 2014 lo cual es un excelente indicador.
- Las horas de formación por empleado y los participantes en iniciativas de voluntariado que son empleados de BBVA disminuyen en un 44,53% y 17,85% respectivamente, pero este es debido a que en el año anterior hubo un excelente programa de capacitación.

- El número de personas beneficiadas por programas de educación financiera ha incrementado considerablemente en los últimos tres años.
- El número de personas beneficiadas por programas de educación para la sociedad disminuyó entre 2012-2013 y aumentó para el 2014.
- El número de puestos de trabajo netos creados entre 2012 y 2014 aumentó en un porcentaje elevado como medida de responsabilidad social corporativa.
- La diversidad de género en el comité de dirección (mujeres /total de miembros del CD; %) aumentó en el último periodo en un 44,50% lo cual demuestra la voluntad de la institución para promulgar la igualdad de género en la institución.

A continuación se presenta los numerales de la norma asociados a este estudio:

10.1. CLIENTES

10.1.1. Enfoque al cliente

La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.

- Determinación de los requisitos relacionados con el producto

“La organización debe determinar: a) los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma, b) los requisitos no establecidos por el cliente pero necesarios para el uso especificado o para el uso previsto, cuando sea conocido, c) los requisitos legales y

reglamentarios aplicables al producto, y d) cualquier requisito adicional que la organización considere necesario.

NOTA Las actividades posteriores a la entrega incluyen, por ejemplo, acciones cubiertas por la garantía, obligaciones contractuales como servicios de mantenimiento, y servicios suplementarios como el reciclaje o la disposición final.”⁵⁷

10.1.2. Seguimiento y Medición

- Satisfacción del Cliente

“Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información.

NOTA El seguimiento de la percepción del cliente puede incluir la obtención de elementos de entrada de fuentes como las encuestas de satisfacción del cliente, los datos del cliente sobre la calidad del producto entregado, las encuestas de opinión del usuario, el análisis de la pérdida de negocios, las felicitaciones, las garantías utilizadas y los informes de los agentes comerciales.”⁵⁸

Para el caso del BBVA dentro de sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial se encuentra el realizar acciones encaminadas a satisfacer no solo las necesidades del cliente, sino superarlas, ofreciéndole nuevos beneficios inesperados que lo fidelicen con la organización. Esto se ve reflejado en las cifras de la tabla anterior en donde se demuestran rubros importantes dedicados a

⁵⁷ NORMA ISO 9001:2008. [Consultado 30 de Noviembre 2016]. Disponible en : [http://www.esu.com.co/esu/images/Descargables/PDF/Normograma2/normascontrolinterno/Norma%20ISO 9001%202008.pdf](http://www.esu.com.co/esu/images/Descargables/PDF/Normograma2/normascontrolinterno/Norma%20ISO%209001%202008.pdf)

⁵⁸ NORMA ISO 9001:2008. [Consultado 30 de Noviembre 2016]. Disponible en : [http://www.esu.com.co/esu/images/Descargables/PDF/Normograma2/normascontrolinterno/Norma%20ISO 9001%202008.pdf](http://www.esu.com.co/esu/images/Descargables/PDF/Normograma2/normascontrolinterno/Norma%20ISO%209001%202008.pdf)

programas de educación financiera, emprendedores apoyados por la entidad, inversión en programas sociales, entre otros. Así como la disminución considerable en las reclamaciones de los clientes, lo que evidencia que se están haciendo las cosas cada vez de mejor manera en pro de su satisfacción.

10.1.3. Calidad Procesos

- Seguimiento y medición de los Procesos

“La organización debe aplicar métodos apropiados para el seguimiento, y cuando sea aplicable, la medición de los procesos del sistema de gestión de la calidad. Estos métodos deben demostrar la capacidad de los procesos para alcanzar los resultados planificados. Cuando no se alcancen los resultados planificados, deben llevarse a cabo correcciones y acciones correctivas, según sea conveniente.

NOTA Al determinar los métodos apropiados, es aconsejable que la organización considere el tipo y el grado de seguimiento o medición apropiado para cada uno de sus procesos en relación con su impacto sobre la conformidad con los requisitos del producto y sobre la eficacia del sistema de gestión de la calidad.”⁵⁹

En cuanto a los procesos, para el caso del Banco BBVA que es una empresa del sector servicios y por ende no hay transformación de materia prima, se habla del proceso de prestación del servicio y todo lo que esto implica para la organización; para el BBVA es fundamental conocer la satisfacción de los clientes con respecto al servicio percibido y es por esto que no solo es de puertas abiertas a quejas y reclamaciones, sino que dentro de sus procesos internos procura mejorar y preservar la calidad de vida de sus trabajadores para que éstos se encuentren satisfechos y felices dentro de la organización y así, su sentido de pertenencia se vea reflejado en el buen servicio prestado a los clientes. Se manejan indicadores

⁵⁹ NORMA ISO 9001:2008. [Consultado 30 de Noviembre 2016]. Disponible en : [http://www.esu.com.co/esu/images/Descargables/PDF/Normograma2/normascontrolinterno/Norma%20ISO 9001%202008.pdf](http://www.esu.com.co/esu/images/Descargables/PDF/Normograma2/normascontrolinterno/Norma%20ISO%209001%202008.pdf)

de satisfacción de los empleados, diversidad de género en la alta dirección (se procura la igualdad de oportunidades tanto para hombres como para mujeres), absentismo, puestos de trabajo creados (cada día el BBVA es una mayor fuente de empleo para el país), y formación a los empleados.

11.INDICADORES FINANCIEROS BANCO BBVA VS BANCO DE BOGOTÁ

A junio de 2015, como se puede observar en la siguiente figura publicada por la revista Dinero y citada de la Superintendencia Financiera, entre las entidades bancarias nacionales, el Banco de Bogotá tuvo los mejores resultados (\$150.730 millones) y Bancolombia se mantuvo a la cabeza con utilidades acumuladas de \$1,3 billones en lo corrido del año.” Lo cual se puede observar en la siguiente figura:

Figura 14. Top 5 Bancos Colombianos



❖ Impresos en miles de millones de pesos

Fuente: Revista Dinero⁶⁰

⁶⁰ Top resultados entidades bancarias. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.dinero.com/pais/articulo/top-resultados-entidades-bancarias-junio-2015/212484>

Por su parte, de las entidades crediticias extranjeras el BBVA tuvo los mejores resultados (\$45.000 millones) y se mantuvo como el banco extranjero con el mayor utilidad acumulada del año (\$274.000 millones de pesos). Lo cual se muestra en la figura 12.

Figura 15. Top 5 Bancos extranjeros en Colombia

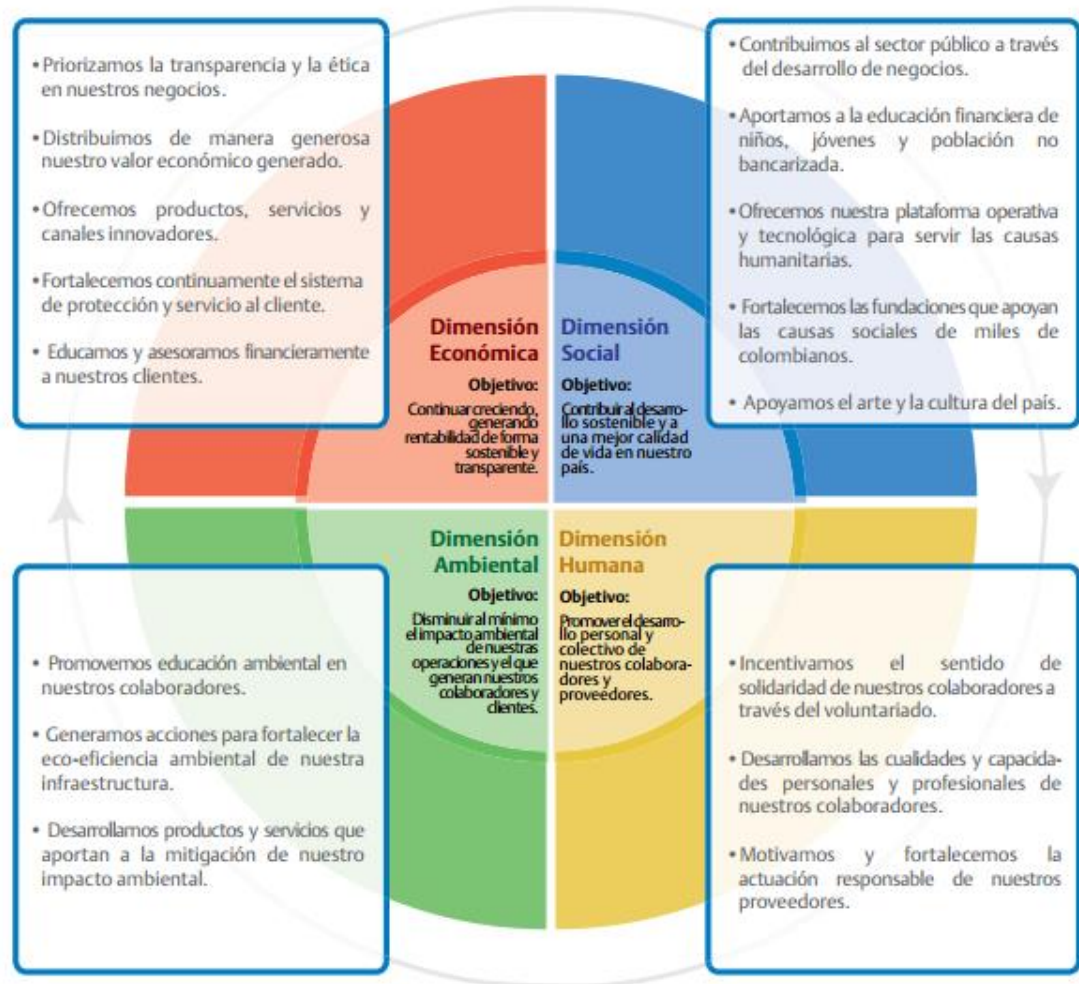


A través del presente documento se ha profundizado bastante acerca del Banco BBVA pero para efectos de realizar comparaciones con el Banco líder en el mercado Colombiano que es el Banco de Bogotá se debe realizar una contextualización del mismo.

El Banco de Bogotá tiene una antigüedad de 143 años, teniendo actualmente con un total de 700 oficinas, 1,706 cajeros automáticos, 1,817 corres- 1. El Banco de Bogotá ocupa el segundo lugar en el sistema bancario colombiano por su nivel de activos, depósitos y utilidad. Cuenta con presencia en más de 12 países de la región y atienden más de 16.2 millones de clientes.

“Nuestra presencia en los diferentes mercados en los que operamos nos ha permitido convertirnos en un referente bancario en el continente, consolidándonos como un aliado estratégico de nuestros clientes a través de la región.”⁶¹

Figura 16. Política de Responsabilidad Social Corporativa. Banco de Bogotá.



Fuente: Informe de Gestión, I semestre 2014. Banco de Bogotá.

⁶¹ Nuestro Banco. Banco de Bogotá. En línea. [Consultado 22 de Noviembre 2015]. Disponible en: <https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/nuestra-organizacion/nuestro-banco/historia-mision-vision>

11.1. Distribución del Valor Económico Generado entre los Grupos de Interés del Banco de Bogotá.

El Valor Económico Distribuido se compone de la siguiente manera: dentro del rubro de Distribución a la Sociedad, el 23.8% se destina al pago de Intereses a los Clientes, a otras entidades financieras, obligaciones y redescuentos en operaciones repo y el 13.5% se distribuye entre el pago de impuestos al Estado y donaciones de recursos a distintas fundaciones e instituciones que lideran proyectos sociales, educativos y culturales, entre otros; el 10.6% se distribuye a los colaboradores y corresponde al pago de sueldos, salarios, bonificaciones, aportes de seguridad social e indemnizaciones; el 13.0% se destina al pago de dividendos a los Accionistas y el 12.9% restante al pago de nuestros proveedores, quienes suplen las necesidades de productos o servicios para el desempeño eficiente de nuestra actividad.

El Valor Económico Retenido representa el 26.2% del Valor Económico Generado y entre enero – junio 2014 alcanzó la suma de \$745 miles de millones. Este importante rubro, es destinado a la constitución de reservas y provisiones, amortizaciones y depreciaciones, que protegerán el desarrollo de los proyectos de expansión en el mediano - largo plazo, y garantizarán la continuidad del negocio⁶²

A partir de lo anterior se procede a comparar los indicadores financieros del Banco BBVA con los del banco líder en Colombia, el banco de Bogotá, con la finalidad de observar el estado del mismo a nivel financiero:

⁶² Informe de gestión, Primer semestres 2014. En línea. [Consultado 25 de noviembre 2015]. Disponible en: <https://www.bancodebogota.com/wps/themes/html/banco-de-bogota/pdf/relacion-con-el-inversionista/sobre-el-banco/informe-de-gestion/2014/primer-semestre/l-semestre2014-capitulo-1.pdf>

Tabla 24. Cuadro comparativo entre los indicadores financieros del Banco BBVA y el Banco de Bogotá.

(miles de millones de Pesos)	BBVA	B. BOGOTA	BBVA	B. BOGOTA	BBVA	B. BOGOTA
	dic-13		dic-14		Variacion 2013 - 2014	
Total Activos	\$ 34.883,28	\$ 100.669,00	\$ 41.527,86	\$ 118.367,00	19,05%	17,58%
Total Cartera de Creditos Neta	\$ 24.998,69	\$ 56.583,00	\$ 29.911,21	\$ 69.485,00	19,65%	22,80%
Patrimonio	\$ 3.240,49	\$ 9.897,00	\$ 3.495,65	\$ 12.203,00	7,87%	23,30%
Margen de Interes	\$ 1.731,00	\$ 3.983,00	\$ 1.941,00	\$ 4.462,00	12,13%	12,03%
ROA	1,55%	2,30%	1,26%	1,80%	-18,71%	-21,74%
ROE	17,82%	16,80%	14,89%	13,50%	-16,44%	-19,64%
Utilidad Neta (despues de Impues	\$ 526,00	\$ 1.400,00	\$ 486,00	\$ 1.389,00	-7,60%	-0,79%
Total Pasivos	\$ 31.642,79	\$ 90.772,00	\$ 38.032,21	\$ 106.164,00	20,19%	16,96%

FUENTE: Informe de responsabilidad social corporativa 2014

Aunque no es posible comparar los valores en miles de millones de pesos porque el Banco de Bogotá tiene ingresos superiores al BBVA en Colombia, si se puede hacer una comparación a nivel de indicador de variación entre los dos últimos años (2013-2014) en donde como datos relevantes se observa que:

- En cuanto al total de activos, el banco BBVA tuvo un aumento durante el periodo estudiado del 16% superior al del Banco en comparación.
- En cuanto al total de cartera de créditos neta el Banco de Bogotá presentó un incremento porcentual superior al del BBVA 3,15%, al igual que en el patrimonio en donde la diferencia entre ambos bancos fue de 15,43%
- En cuanto al margen de intereses la diferencia entre la variación porcentual de ambos bancos fue mínima.
- En cuanto a los indicadores financieros ROA y ROE, el primero representa la rentabilidad económica de la empresa sobre los activos, es decir el ROA nos muestra cuán eficiente es una empresa en el uso de sus activos para la generación de utilidades, podemos afirmar que el Banco BBVA utiliza mas de su patrimonio para la generación de utilidades, pero teniendo en cuenta la variación porcentual negativa entre 2013 y 2014, esto de igual manera

significa que ambas entidades Financieras implementan estrategias para depender cada vez menos de su patrimonio en la generación de utilidades; por su parte el ROE representa la Rentabilidad sobre el capital invertido, para este caso en particular ambas entidades financieras presentaron una variación porcentual negativa entre los años 2013 y 2014, teniendo en cuenta lo anterior se evidencia que el Banco BBVA representa una mayor rentabilidad financiera para sus accionistas que el Banco de Bogotá, ya que estos son los únicos proveedores de capital que no tienen ingresos fijos y son directamente afectados en el retorno de su inversión.

- En cuanto a la utilidad neta podemos afirmar que el Banco de Bogotá en comparación con el Banco BBVA, es quien ofrece una mayor Rentabilidad hacia los accionistas y esto lo confirma la variación porcentual mínima (-0,79%) entre los años 2013 y 2014 que esta entidad presenta.
- Finalmente, el Banco BBVA presenta un incremento en la cantidad de pasivos para el año 2014 del 16,80%, siendo este incremento mayor que el presentado por el Banco de Bogotá el cual fue del 14,50%.

CONCLUSIONES

- El Banco BBVA cuenta con un personal directivo altamente comprometido con la Responsabilidad Social Corporativa y adicionalmente, presenta uno de los informes más detallados de responsabilidad social corporativa siendo transparentes todas sus cifras e indicadores permitiéndole a los lectores identificar rápidamente las acciones realizadas en pro del mejoramiento de la sociedad y el medio ambiente.
- El Banco BBVA es una entidad que refleja en sus políticas, visión, misión y estrategias, un compromiso con todos los estamentos de la sociedad o grupos de interés (stakeholders), y procura ser comitativo con los recursos que se destinan para cada uno de los grupos de interés: Fuerzas militares, líneas especiales de crédito al campesino Colombiano, desarrollo de programas sociales y de educación Financiera, escuelas de Emprendimiento y apoyo a deportistas Colombianos.
- A partir del diagnóstico realizado se puede concluir que el Banco BBVA es altamente responsable en materia de “marketing responsable” obteniendo una puntuación ideal en esta variable tres (3); luego le sigue el área de apoyo a la Comunidad con dos sesenta y cuatro (2,64), seguido del área de protección al medio Ambiente con dos cuarenta y cinco (2,45).
- En el análisis de los indicadores de gestión y Financieros, el Banco BBVA frente al Banco de Bogotá líder del mercado, se encuentra bien posicionado, ya que su rentabilidad financiera (retorno para los accionistas de la misma) es porcentualmente mayor que el Banco Líder, y su rentabilidad económica es sensiblemente similar a dicho banco. Adicionalmente se evidencia un crecimiento inminente de la organización en los últimos años de funcionamiento, y teniendo en cuenta de que tan solo a partir del año 2.002

en Colombia el Banco BBVA se consolidó como tal, su crecimiento ha sido muy acelerado.

- El manejo de indicadores de satisfacción de los empleados, diversidad de género en la alta dirección (se procura la igualdad de oportunidades tanto para hombres como para mujeres), generación de puestos de trabajo (cada día el BBVA es una mayor fuente de empleo para el país), y formación a los empleados, demuestra que para el Banco BBVA es fundamental motivar y cuidar a sus trabajadores, para que estos reflejen compromiso y satisfacción con la entidad. Por su parte, la disminución de las quejas y reclamos evidencian que las acciones para la mejora del servicio al cliente realmente generan resultados positivos.

RECOMENDACIONES

Luego de obtener los resultados del estudio se recomienda en materia de Responsabilidad Social Corporativa al Banco BBVA Colombia, los siguientes aspectos:

- ❖ Formular políticas y estrategias que permitan darle oportunidad de trabajo a los discapacitados, o personas con capacidades diferentes.
- ❖ Seguir fomentando la igualdad de género dentro de la empresa, y brindar mayor oportunidad a las mujeres en la alta dirección.
- ❖ Actualizar periódicamente la misión y la visión de la empresa teniendo en cuenta que los cambios que presenta el entorno requiere estar a la vanguardia de los mismos.
- ❖ Dedicar un mayor esfuerzo al mejoramiento de la calidad de vida del trabajador BBVA en cuanto a Seguridad y Salud en el Trabajo, empezando por incluirla dentro de su estructura organizacional.

BIBLIOGRAFÍA

BANCO BBVA CULTURA CORPORATIVA, [Citado el 25 Noviembre de 2015] Disponible en <<http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/informacion-corporativa/conozcanos/como-somos/cultura-corporativa/index.jsp>>

BANCO BBVA, [Citado el 25 de Noviembre de 2015] Disponible en <<http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>>

COMPORTAMIENTOS SOCIALMENTE RESPONSABLES EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DE LA CIUDAD DE MANIZALES, [Citado el 08 de Diciembre de 2014] Disponible en <<http://www.bdigital.unal.edu.co/1850/1/gonzalorestrepoquintero.2010.pdf>>

CONSEJO EMPRESARIAL COLOMBIANO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (CECODES), [Citado el 08 de Octubre de 2015] Disponible en <<http://www.cecodes.org.co/index.php/beneficios/plarse.html>>

CÓRDOBA, Largo Alejandro. El corazón de las empresas. Responsabilidad Social Corporativa y Conciliación de la vida profesional y personal. ESIC Editorial, 2007.

ECHEVERRI, Gutiérrez Paola Andrea, diseño de un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la compañía chamaleon sport S.A.S. como herramienta de gestión. Universidad Libre Seccional Pereira. 2014.

EL FUTURO DEL BBVA, [Citado el 26 de Octubre de 2015] Disponible en <<http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/informacioncorporativa/conozcanos/historia/el-futuro/index.jsp>>

GLOBAL REPORTING INICIATIVE, [Citado el 30 de Noviembre de 2015] Disponible en <<http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/SpanishPage.htm>>

HISTORIA ECONÓMICA MUNDIAL, [Citado el 13 de Diciembre de 2015] Disponible en <<http://www.udc.es/dep/ecoapl2/esteco1/historia/RI.pdf>>

INFORMACIÓN CORPORATIVA BBVA, [Citado el 25 de Agosto de 2015] Disponible en <<http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/informacion-corporativa/conozcanos/como-somos/cultura-corporativa/index.jsp>>

INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BBVA 2014, [Citado el 12 de Octubre de 2015] Disponible en <https://www.bbva.com.co/.../Informe_Responsabilidad_Corporativa_2014>

LA RSE EN PERSPECTIVA, [Citado el 10 Enero de 2016] Disponible en <<https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2015/07/RSE-en-perspectiva-web.pdf>>

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. VENTAJAS Y CLAVES PARA SU IMPLANTACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES, OSCAR FAJARDO, [Citado el 12 de Enero de 2016] Disponible en <<https://fbusiness.wordpress.com/2008/05/31/la-responsabilidad-social-corporativa-ventajas-y-claves-para-su-implantacion-en-las-organizaciones/>>

MANUAL DE AUTOEVALUACIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DERES, [Citado el 25 de Enero de 2016] Disponible en <http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/Manual_Autoevaluacion.pdf>

Conocimiento del cliente, Banca Responsable. [Citado 25 de noviembre 2015]. Disponible en <http://bancaresponsable.com/irc/informacion-de-responsabilidad-corporativa-2013/otras-lineas-estrategicas/clientes/conocimiento-del-cliente/>

MARTINEZ, Herrera Horacio. El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial. Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2005

NAVARRO, García Fernando. Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y Práctica. ESIC Editorial, 2008.

NORMA ISO 9001, [Citado el 25 de Febrero de 2016] Disponible en <https://www.mct.es/sites/default/files/archivos/ISO-9001.pdf>

PERDIGUERO, Tomás G y García Reche Andrés [Editores]. La Responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la Gestión Empresarial. PUV, 2005.

POSICIONAMIENTO CORPORATIVO, [Citado el 15 de Noviembre de 2015]
Disponible en http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/esp/informacion_corporativa/conozcanos/posicionamiento/index.jsp

¿QUE ES EL ESTADO DE BIENESTAR?, [Citado el 25 de Octubre de 2015]
Disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/freccdos/freccdos9.htm>

RAICH, Mario y Dolan, Simon L. Más allá Empresa y Sociedad en un mundo en transformación. Profit Editorial, 2009

RAUFFLET, Emmanuel, Lozano José Félix, Barrera Ernesto, García de la Torre Consuelo. Responsabilidad Social Empresarial. Pearson Educación, México, 2012.

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL, [Citado el 25 de Octubre de 2015]
Disponible en <http://www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf>

TOP RESULTADOS ENTIDADES BANCARIAS, [Citado el 20 de Agosto de 2015]
Disponible en <http://www.dinero.com/pais/articulo/top-resultados-entidades-bancarias-junio-2015/212484>