



Cientes
Gestión del Riesgo
Auditoría Interna
Mercados
Capital Humano
Comunicación Corporativa
Redes Sociales

Informe de Actividades

“Durante el primer semestre de 2012, Banco Provincial enfocó sus esfuerzos en aumentar la vinculación de la institución con el deporte en el país, sin dejar de lado las acciones que mantienen al banco como referente en materia de innovación y tecnología.”

A lo largo del primer semestre del año, Banco Provincial dirigió sus esfuerzos a impulsar el crecimiento rentable y sostenido que ha mostrado en los últimos años, brindando la más amplia oferta de productos y servicios financieros adaptada a las necesidades de cada segmento de clientes, apalancando su gestión en la continúa innovación y en el desarrollo de nuevas tecnologías, además de fortalecer su vinculación con el impulso al deporte del país.

Seguidamente, se describe de forma detallada las acciones que durante el semestre fueron realizadas por cada una de las unidades de negocios y áreas de apoyo a fin de dar a conocer la gestión que desarrolló Banco Provincial para lograr los resultados obtenidos.





CLIENTES

Durante el primer semestre de 2012, Banco Provincial enfocó sus esfuerzos en aumentar la vinculación de la institución con el deporte en el país, sin dejar de lado las acciones que mantienen al banco como referente en materia de innovación y tecnología, ofreciendo la mayor gama de productos financieros con el objetivo de brindarles a los clientes mayor comodidad y mejorar así su calidad de vida.

En este contexto, se lanzó al mercado la nueva Tarjeta de Crédito “La Vinotinto”, haciendo referencia a la selección nacional de fútbol, y al patrocinio que tiene el banco con el equipo venezolano. De igual manera, se concretó el lanzamiento de la Tarjeta de Crédito de la Major League Baseball, ofreciendo a los clientes la posibilidad de personalizar su tarjeta con el equipo de su preferencia.

Se realizaron además durante el semestre, promociones orientadas al deporte, entre las que destacan “Nuestros jugadores de las grandes ligas te esperan en Orlando”, “Juego de las estrellas 2012 reservado sólo para los mejores”, donde los clientes tuvieron la oportunidad de asistir a encuentros de la Major League Baseball. “Tú puedes estar en la final de la UEFA Champions League”, “Vive de cerca la pasión de la Vinotinto”, “Anota el gol de triunfo domiciliando tus pagos”, donde los tarjetahabientes pudieron disfrutar de la pasión del fútbol a nivel mundial. Es importante destacar la promoción “Nos vemos pronto Venezuela”, la cual involucró al Capitán de la selección española de fútbol Iker Casillas, asociando la sólida imagen que tiene el deportista con las acciones que ha realizado la institución dirigidas al deporte.

En materia de innovación tecnológica, se implementó a través de **Provinet** un sistema de pre-contratación de productos para el financiamiento de bienes y servicios, Crédito Nómina Instantáneo, Crédito Líquido y Auto, que permite la autogestión de créditos, ofreciendo así a los clientes mayor comodidad y rapidez, lo que

se traduce en mayor eficiencia y mejor calidad del servicio. Todo esto conllevó a que al cierre de junio de 2012 el canal cuente con más de 738.000 usuarios asiduos y un promedio de 30 millones de transacciones mensuales.

También en esta línea de enfoque en el desarrollo tecnológico, se continuó fortaleciendo la imagen de Banco pionero en servicios de banca móvil en Venezuela. De este modo, fueron lanzadas al mercado las nuevas versiones del servicio **Provinet Móvil** para dispositivos celulares Blackberry y Android, las cuales ofrecen más de 50 funcionalidades que permiten a los usuarios realizar diversas transacciones en línea tales como consultas de saldos de tarjetas de créditos, fideicomisos, transferencias entre cuentas propias y a terceros, pagos de servicios, entre otras.

De esta manera Banco Provincial, no sólo ofrece el servicio de banca móvil más completo en Venezuela, sino también el único que posee dos dispositivos de seguridad: la Tarjeta de Coordinadas y la Clave Digital para nuevas operaciones, brindando así, la seguridad que el cliente demanda. Es por ello que al cierre del mes de junio se contaba con más de 103.000 clientes, que hoy en día hacen uso de la tecnología móvil en su interacción con el Banco.

Asimismo, se realizó una intensa gestión para impulsar el uso del portal de pagos en línea www.mispagosprovincial.com, innovando a través de nuevas herramientas que ofrece el servicio a las empresas que han podido establecer un canal de cobranzas para los pagos de sus clientes por internet. Al cierre del semestre el portal presentaba más de 29.000 clientes registrados.

En este sentido se dio mayor impulso al modelo de **créditos pre-aprobados**, implementado durante el semestre anterior, principalmente en tarjetas de crédito y en el sector de empresas.

Con esta iniciativa, se busca minimizar la solicitud de documentación para formalizar el expediente de crédito e impulsar la utilización de herramientas que agilicen los procesos de otorgamiento de créditos. El resultado de estas acciones comerciales se tradujo en más de 137.000 operaciones por un monto superior a Bs. 4.631 millones.

Siguiendo con los planes de transformación tecnológica del Banco, durante el semestre se continuó con la adecuación de oficinas, instalando equipos de última tecnología. De esta manera se brindan nuevas **Zonas Express** a los clientes, proporcionándoles mayor confort para realizar sus operaciones con mayor rapidez, eficiencia y seguridad. Adicionalmente, fueron incorporados los puntos de autoservicio, ofreciendo a los usuarios la posibilidad de realizar consultas de saldos, movimientos en cuentas y tarjetas de crédito sin la necesidad de ingresar a la oficina comercial. El Banco finalizó el semestre con 174 Zonas Express, abarcando más del 50% de las oficinas de la red minorista.

En este periodo fueron instalados 204 **cajeros multifuncionales**, alcanzando un total de 735 (45% del total de la red de cajeros automáticos). Entre las nuevas funcionalidades de los ATM's multifuncionales, está el pago de tarjeta de crédito con cheques del Banco Provincial o de otra institución bancaria, así como la admisión de hasta 200 billetes por cada depósito. En el futuro cercano estos equipos permitirán reciclar los billetes y automatizar funciones administrativas que favorecerán aún más a la autogestión de los clientes.

Por otra parte, Banco Provincial realizó múltiples acciones con el fin de impulsar la actividad crediticia del semestre, registrándose un incremento de 16,23% para alcanzar un saldo de cartera de crédito bruta de Bs. 44.929 millones. En el negocio de tarjetas de crédito, se promovió la adquisición, uso y retención del producto por parte de los clientes a través de diversas promociones a lo largo del periodo, que se tradujeron en un crecimiento de la cartera de respectiva de 24,90% en comparación al semestre anterior, para cerrar los con una cifra de Bs. 7.440 millones, lo que permitió incrementar la participación de mercado a 19,41% (93 puntos básicos sobre diciembre 2011).

Banco Provincial continuó como líder indiscutible en el financiamiento para la adquisición de

Vehículos, apalancando parte de sus actividades destinadas al producto en alianzas estratégicas con prestigiosas marcas que han contribuido a registrar un saldo de Bs. 5.527 millones y una participación de mercado de 33,84%, 1.171 puntos básicos superior al del más cercano competidor.

Por su parte en el sector **Comercios**, se realizó el lanzamiento de la Línea de Crédito Instantánea, a través de los puntos de venta, ofreciendo así a los clientes una modalidad de financiamiento inmediato, al permitirles pagar sus compras de una forma ajustada a sus capacidades financieras, además de trabajar en la agilización de los procesos de atención de solicitudes de puntos de venta a través de la plataforma PLATCO. Esto permitió alcanzar niveles de facturación acumulada al cierre de junio que superan en 57% a los niveles registrados el periodo previo, e incrementar la cantidad de comercios afiliados a este servicio.

Como complemento, en el segmento **Empresas**, el Banco continuó sus actividades a fin de afianzar la relación comercial, apoyado principalmente en el nuevo sistema de pre-contratación de Crédito Nómina Instantáneo y el reforzamiento del ya existente modelo de créditos pre-aprobados.

En relación las **Carteras Dirigidas**, Banco Provincial entiende y se compromete con el rol que representa el sector productivo como factor fundamental en la economía del país, por este motivo ha mantenido la oferta permanente de productos y servicios que apoyen su desenvolvimiento.

Con el fin de apoyar el desarrollo del sector **Turismo**, se trabajó conjuntamente con el Ministerio del Poder Popular de Turismo (MINTUR) en las jornadas de promoción, asesorías y captación de proyectos turísticos a nivel nacional. Al cierre de junio el Banco mantuvo una cartera de Bs. 684 millones, lo que representó un cumplimiento de 2,12%, que compara favorablemente frente al 1,50% requerido legalmente.

En cuanto a la **Cartera Agrícola**, la institución sigue demostrando el compromiso con esta actividad. Al concluir primer semestre con una cartera de Bs. 8.418 millones, monto que superó en 202 puntos básicos al exigido por ley.

La cartera de **Manufactura** cerró el semestre en Bs. 3.527 millones, incrementando 6,65% con respecto al periodo anterior. Por su parte,



“...se continuó con la actualización e impulso de herramientas que sustenten el adecuado crecimiento de la cartera de crédito en actividades estratégicas para el desarrollo económico del país, además de cubrir las necesidades de financiamiento de particulares.”

la cartera de **Microcréditos** al cierre de junio alcanzó la cifra de Bs. 1.292 millones, representando un cumplimiento de 3,35% que contrasta positivamente al porcentaje de 3,00% al requerido por ley.

En materia **Hipotecaria**, se continuó otorgando financiamiento para la construcción de proyectos habitacionales, especialmente se contribuyó con la Gran Misión Vivienda mediante la adquisición de Valores Bolivarianos para la Vivienda, emitidos por el Fondo Simón Bolívar para la Reconstrucción S.A. Con respecto al destino de los recursos otorgados, Bs. 1.005 millones fueron dirigidos a financiar la construcción de viviendas y Bs. 1.945 millones a créditos para la adquisición de vivienda principal, resultando un total de Bs. 2.950 millones.

En lo que a **Comercio Exterior** se refiere, Banco Provincial mantuvo una posición de liderazgo en el sistema financiero venezolano. En el primer semestre, se observó crecimiento en diferentes aspectos del negocio, destacando el aumento del 36,79% en la tramitación de solicitudes de divisas para importaciones y un incremento del 2% en apertura de cartas de crédito. Esta alza se sustentó en una estrategia de captación de nuevos clientes y la consolidación en los sectores prioritarios, trayendo como resultado un aumento en los ingresos generados operaciones de cambio/gestión cambiaria de 18,50% con respecto al mismo período del año 2011.

En el negocio de **Fideicomiso** se registró un crecimiento durante el primer semestre de 15,54% en los fondos administrados, para ubicarse al cierre de junio de 2012 en Bs. 10.720 millones. El resultado mencionado fue producto de la captación 1.292 nuevos clientes fideicomitentes, de la constitución de 73 nuevos planes fiduciarios y la fidelización de la cartera fiduciaria existente, la cual estuvo enfocada en la venta de Fideicomisos de Prestaciones Sociales. Por su parte, los ingresos fiduciarios ascendieron en un 30% con relación a lo

obtenido al mes de junio del 2011. Asimismo, se definieron nuevas estrategias de inversión que permitieron rentabilizar la cartera de inversión administrada, al obtener un rendimiento para los fideicomitentes de 12,11% al cierre de junio de 2012, 184 puntos básicos mayor en comparación al cierre de junio de 2011 que fue de 10,27%.

Por otra parte se mantuvo el impulso dado en la atención integral de los **Clientes Corporativos** a través de la gestión diferenciada, así como, el énfasis puesto en la adecuación de la plataforma transaccional, permitiendo obtener durante el semestre un crecimiento en el volumen de negocio de 25,71%. Este resultado, estuvo fundamentado por el aumento sostenido de los recursos gestionados, logrando alcanzar al cierre de junio de 2012 un crecimiento del 31,07% con relación a diciembre 2011. De igual manera y en lo que se refiere a recursos a la vista, estos mostraron una evolución favorable con una variación del 10,71% durante el mismo periodo.

Entre tanto, la unidad de **Cash Management** culminó la migración del colectivo de clientes de mayor volumen transaccional de las herramientas de Banca Electrónica BBVA Cash y Provinet Empresas al nuevo Provincial Net Cash, representando esto la incorporación de más de 8.000 empresas a esta herramienta. La fusión del BBVA Cash con Provinet Empresas ha permitido ofrecer a los clientes nuevas funcionalidades en un solo canal, logrando la optimización de los procesos electrónicos de pagos.

Destaca la implantación de la versión 4.0 en Provincial Net Cash, lo que proporciona una solución común que permite al cliente de Banca de Empresas a distancia una entrada única para operar con independencia del país y del producto contratado, ofreciendo a los clientes de BBVA con presencia en varios países, una gestión integral de su operativa en dichos países bajo una experiencia única de usuario.



GESTIÓN DEL RIESGO

En Banco Provincial la **Gestión de Riesgo** durante el primer semestre del 2012, ha puesto especial énfasis en el reforzamiento de políticas y normas regulatorias que apoyen el crecimiento de la institución, preservando el perfil de calidad que mantiene el activo del Banco.

Simultáneamente, se continuó con la actualización e impulso de herramientas que sustenten el adecuado crecimiento de la cartera de crédito en actividades estratégicas para el desarrollo económico del país, además de cubrir las necesidades de financiamiento de particulares.

En el ámbito de clientes particulares, se intensificó la generación de acciones proactivas como canal de crecimiento, dándole impulso a las campañas comportamentales que han contribuido a mantener el dinamismo sostenido expansivo de la cartera de créditos. La evaluación, el seguimiento y la adecuación de las herramientas de apoyo en la admisión del riesgo de crédito, demandó y profundizó la participación transversal de las distintas áreas de Riesgo para garantizar la valoración adecuada de las solicitudes de crédito.

En el segmento de empresas, se promovió la evaluación especializada de clientes en los distintos sectores claves de la economía, mediante el fortalecimiento de herramientas de valoración global que son dirigidas a ofrecer soluciones de financiamiento ajustadas a las necesidades y perfil de riesgo de cada cliente. Adicionalmente, se iniciaron y continuaron planes de automatización de procesos con el fin de incrementar la efectividad y optimizar los tiempos de respuesta de iniciativas proactivas a las empresas bajo lineamientos comportamentales.

Los resultados obtenidos bajo esta línea de acción registran un crecimiento de la cartera de crédito de 16,23% con respecto a diciembre de 2011, gracias a lo cual Banco Provincial mantuvo una posición de referencia en indicadores de calidad crediticia, reflejando un ratio de mora de 0,91%, con una cobertura de provisiones sobre créditos dudosos del 419% y una prima de riesgo de - 0,14% que son comparados muy positivamente con los presentados por el resto del sistema financiero.

Como parte de las actividades que se llevaron a cabo para optimizar los controles de la gestión de riesgo, destacaron el reforzamiento del proyecto "Asset Allocation" y la incorporación de indicadores de riesgo PLP (Portfolio Lending Program), los cuales permitirán una mejor planificación estratégica de las decisiones de inversión de capitales en concordancia con perfiles y niveles de calidad de riesgo.

De igual manera, en materia de **Estándares Internacionales**, como resultado de los acuerdos de Basilea (BIS II), se realizaron durante el primer semestre los cálculos de consumo de capital económico bajo la metodología de ponderación estándar, abriendo líneas de trabajo que permitirán una adecuada distribución de los activos ponderados por riesgo y asimilar las necesidades de capital a las tendencias del mercado internacional.

En lo que respecta a **Riesgo de Mercado**, se afianzó el uso de la metodología VaR (Value at Risk), permitiendo identificar la pérdida máxima, con determinada probabilidad y durante un lapso específico, como consecuencia de cambios en las condiciones generales de los mercados financieros y su impacto en los factores de riesgo de mercado. Al respecto, el nivel de riesgo calculado utilizando el Método Paramétrico de estimación de máximas pérdidas, se ubicó en Bs. 6,3 MM, lo que representó un consumo del 36,40% del límite vigente aprobado, inferior al registrado durante el segundo semestre del año anterior (54,00%). Este comportamiento estuvo determinado por menores deltas de la posición en moneda extranjera.

En materia de **Riesgo Estructural**, se dispone de modelos avanzados de cuantificación y simulación de los impactos a causa de movimientos adversos en los diferentes factores de riesgos, tales como tasas de interés y niveles de liquidez. Además, se realizó el seguimiento al desempeño de la cartera de inversión estructural, permitiendo tener un mayor control de los resultados generados versus el riesgo asumido. Colateralmente, se realizó la actualización de hipótesis utilizadas en el modelo, con el objetivo de obtener una mayor calibración de la duración de las cuentas del pasivo que no poseen vencimiento contractual. En este sentido, a pesar del crecimiento de los niveles de inversión, tanto crediticia como

de títulos valores, se registró un descenso del consumo promedio del capital económico de la institución, el cual se ubicó en 44% del límite autorizado para el año 2012, frente al 95% evidenciado en el semestre anterior.

La cuantificación y seguimiento del **Riesgo de Liquidez** se encuentran alineados a las recientes normativas prudenciales internacionales de más alto estándar (Basilea II y Basilea III). De esta manera, el análisis y estudio del comportamiento de diversas medidas de liquidez y financiamiento (tanto cualitativas como cuantitativas) permite que la gestión se adecúe al nivel de tolerancia de riesgo establecido, teniendo como premisas la solvencia y sostenibilidad del crecimiento de la entidad, todo ello ratificando el compromiso de Banco Provincial por mantener una sólida administración de riesgos. Durante el primer semestre 2012, el consumo de los indicadores de liquidez estuvo en línea con el comportamiento de los agregados monetarios, manteniéndose dentro de los límites autorizados.

Simultáneamente, se avanzó en la definición de la Estructura Financiera Óptima, con la finalidad de diversificar las fuentes de financiación, fortalecer la base de fondeo, anticiparse al entorno y sostener la estrategia de negocio a lo largo del ciclo económico. Adicionalmente, se revisaron y contrastaron los escenarios de "stress-testing" y "back-testing" de los modelos empleados por la institución, con el objeto de actualizar las condiciones de riesgo de los mercados nacionales e internacionales.

En relación al **Riesgo Operacional**, se dio continuidad al cumplimiento de las actividades que conforman el Test de Uso del Modelo de Gestión, lo que permitió a las áreas identificar sus niveles de exposición ante los riesgos y aplicar las medidas preventivas correspondientes. Además, se implantó una herramienta de gestión que facilitará la aplicación de la nueva metodología de Riesgo Operacional, la cual está en sintonía con la visión Global Risk Management, lo que se traducirá en mayor eficiencia al momento de gestionar los riesgos.

AUDITORÍA INTERNA

Enmarcado en los circuitos de control, durante el primer semestre del año se estructuró el plan de trabajo de **Auditoría Interna** basándose en la identificación de riesgos en los procesos de mayor relevancia, tomando en cuenta las necesidades del negocio, la evaluación del modelo de control interno y los requerimientos regulatorios.

De esta manera se identificaron como focos de atención:

a) los procesos asociados a la admisión y la formalización de la cartera de crédito de consumo, la calidad de la cartera de crédito de segmentos económicos, el seguimiento del riesgo de la cartera mayorista y el proceso de recuperación crediticio, b) la adecuación del Banco a la Ley de Instituciones del Sector Bancario, c) la cobertura que brinda al negocio el aplicativo del servicio de domiciliación y la tecnología EMV (Chip Card), d) el modelo de control interno en las oficinas, la prevención y control

de la legitimación de capitales y la gestión del riesgo de fraude, y e) la adecuación de la infraestructura tecnológica y las políticas de seguridad de la información en los nuevos procesos y sistemas que soportan las necesidades del negocio.

Para el año 2012 se establecieron como objetivos estratégicos que contribuirán al cumplimiento del Plan Anual de Auditoría, los siguientes aspectos: a) fortalecer la aplicación de la metodología de evaluación de riesgos a distancia, b) continuar potenciando el uso de la tecnología y la evaluación masiva de datos, c) evaluar las principales operatorias de las oficinas a fin de presentar resultados agregados que permitan una visión global de su situación, d) seguimiento continuo a la mitigación de los riesgos de los procesos evaluados, e) impulsar los planes de carrera y formación del área, y f) valorar la actividad de Auditoría Interna a fin de garantizar su mejora continua velando el adecuado cumplimiento de los procedimientos y mejores prácticas internacionales.

En este contexto, se logró cubrir el 36% de las oficinas planificadas para el año, generándose conclusiones y recomendaciones desde una visión global y transversal. Desde un punto de vista metodológico, en la fase de planificación, se incorporaron nuevos criterios para la selección de oficinas a auditar.

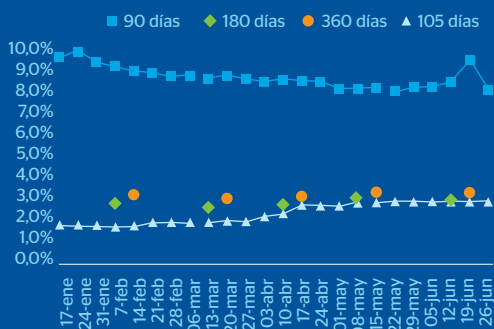
Igualmente, se analizó el 58% de la cartera de crédito del segmento manufactura, permitiendo evaluar la calidad del riesgo y la dotación adecuada de provisiones de los clientes analizados. Adicionalmente, se evaluó el grado de adecuación del Banco a la Ley de Instituciones del Sector Bancario y se elaboró el Programa Anual de Seguimiento, Evaluación y Control de Auditoría Interna, dando cumplimiento a lo establecido en la Resolución No 119.10 de la SUDEBAN.

Asimismo, se certificó que el Banco presenta un 100% de adecuación en la infraestructura tecnológica y aplicativa que soporta la tecnología EMV en tarjetas de crédito y débito, dando cumplimiento a lo establecido tanto por la SUDEBAN como por las franquicias de las tarjetas. También se evaluaron los procedimientos de admisión y formalización de los productos créditos VIP y bienes y servicios, además que los procesos e infraestructura aplicativa que soportan los servicios de domiciliación cubren lo requerido por el negocio.

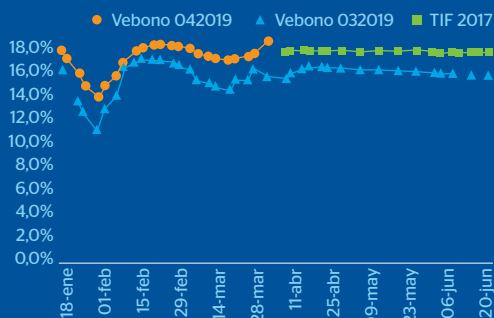
Del mismo modo, se reforzaron los esquemas de seguimiento para la mitigación de los riesgos, lo cual ha permitido la implantación de las recomendaciones emitidas, alcanzando al cierre del semestre un total de 129 acciones implantadas. En adición a ello, se efectuaron procedimientos de cuadro contable y revisión analítica de cuentas contables del Balance de Comprobación, a fin de garantizar la razonabilidad de los controles que soportan el desarrollo de la información financiera contenida en el Balance General y Estado de Resultados de publicación mensual.

Complementado a todas estas acciones, se efectuaron talleres formativos en materia de Control Interno en oficinas y Prevención del Fraude a 254 empleados de la red.

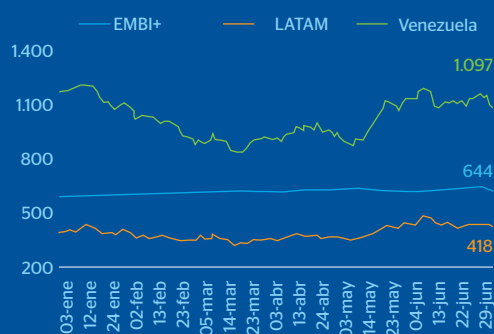
Evolución Letras del Tesoro



Evolución Bonos de la Deuda Pública Nacional



EMBI



MERCADOS

Durante el primer semestre del 2012, el **Mercado Monetario** local continuó experimentando niveles muy moderados de volatilidad contrastando con el comportamiento de periodos anteriores. A pesar de la ampliación sustancial del programa de endeudamiento anual del Ministerio del Poder Popular de Planificación y Finanzas, a través de la Oficina Nacional de Crédito Público, el cronograma y las subastas de títulos públicos y letras del tesoro, se llevaron a cabo de forma regular y sistemática, incluso con subastas extraordinarias. El aumento del gasto público registrado en el primer semestre supera en más de 33,53% al ejecutado en el mismo periodo del año anterior, mientras los indicadores de liquidez monetaria mantuvieron un sesgo claramente alcista al aumentar en 28,21%. En este escenario de gran liquidez, el área de Mercados siguió implementando estrategias para facilitar el flujo de recursos al Banco, a un nivel de costo óptimo. Dentro de esta óptica se incrementó de forma sustancial la colocación de productos de captación a la vista, totalmente flexibles, para satisfacer los requerimientos de la clientela corporativa y de grandes empresas. Cabe destacar que las puntas de Tesorería se incrementaron en más de 10,97% en los primeros 6 meses del 2012 mientras que las captaciones vía compra-venta simultánea de títulos mostraron un incremento de 10,84%, respecto al primer semestre de 2011.

Por su parte, el mercado de **Renta Fija** venezolana perdió liquidez a partir de mediados del segundo trimestre del 2012, en vista de la fuerte recaudación de impuestos a finales de marzo y a las importantes compras de títulos públicos por parte de la banca en general a lo largo del periodo. De igual manera, destaca la emisión de Bs. 7.000 millones de obligaciones a 3, 4 y 5 años del FONDEN, válidas para el cumplimiento de la cartera agrícola obligatoria de la banca. A pesar de la pérdida de liquidez y disminución en el volumen de transacciones registradas en la cuenta 022 del Banco Central de Venezuela, el mercado, en términos de precios, se mostró durante el segundo trimestre relativamente estable, comparado con la fuerte volatilidad que se experimentó en el primer trimestre del año, con variación en precios de hasta 20 puntos porcentuales en algunos títulos. El posicionamiento adoptado por el área de Mercados durante el primer semestre, permitió configurar la cartera de inversiones de forma ideal para aprovechar el escenario de liquidez en el sistema, logrando obtener rendimientos y beneficios de trading importantes, incrementándose los resultados en 79,15% con respecto al cierre del primer semestre 2011. El rendimiento de la curva en moneda nacional disminuyó, en un promedio de 6 puntos básicos comparando con respecto a la curva del segundo semestre del 2011.

“...el Banco presenta un 100% de adecuación en la infraestructura tecnológica y aplicativa que soporta la tecnología EMV en tarjetas de crédito y débito, dando cumplimiento a lo establecido tanto por la SUDEBAN como por las franquicias de las tarjetas...”

Con referencia a los **Mercados Foráneos**, en un contexto signado por los efectos de la crisis de crédito global en la historia reciente, aunado a la continua crisis de deuda que aun experimentan varios países de la Unión Europea, el posicionamiento estratégico conservador adoptado dio resultados importantes, tanto a nivel de estructura de balance, como en calidad de activos y ganancias sustanciales en el arbitraje de curvas del mercado monetario cuando las tasas de corto plazo tanto en dólares y euros se aproximan a 0%. A la vez se continuó con la activa participación en los mercados de deuda emergente y deuda corporativa “Investment Grade”.

Con el continuo funcionamiento del sistema SITME por parte del Banco Central de Venezuela nuestros volúmenes de negociación y arbitraje de deuda venezolana se incrementaron sustancialmente en 34,44 %, con respecto al mismo periodo del año previo. La adopción de estrategias de Trading direccional puro y de valor relativo conforme a la modificación y reconfiguración de flujos en mercados emergentes, y especialmente en la deuda soberana de la República y de PDVSA, rindieron resultados positivos superando los resultados récord de trading generados en el 2011.

El hecho que los **Mercados Internacionales** registraron, y siguen registrando niveles de volatilidad sin precedentes, impulsó al área a diseñar y ofrecer productos estructurados dirigidos a mitigar los riesgos resultantes de esta inestabilidad, los cuales contaron con una amplia receptividad dentro de la base de clientela, permitiéndole a Banco Provincial cumplir con el objetivo de estar a la vanguardia en la innovación de productos financieros.

Durante el primer semestre del año 2012 se negociaron a través del **Mercado de Valores** la cantidad de Bs. 365 millones, de los cuales Bs. 190 millones corresponden a la emisión de Papeles Comerciales y Bs. 175 millones a Obligaciones Quirografarias al portador no convertibles en acciones. La demanda de dichos títulos se concentró en personas jurídicas y fideicomisos, y la colocación se efectuó a través de una de las empresas del Grupo Provincial, a saber, Provincial Casa de Bolsa, C.A., a quien se le asignó el 44% colocando el total de lo que le fue asignado. En virtud de lo anterior, el Grupo Provincial se coloca como Agente Colocador líder en el mercado de títulos valores venezolanos, destacando su participación como Agente de Pago y/o Custodio en varias emisiones.



CAPITAL HUMANO

Banco Provincial, consciente de que la transparencia, la innovación y la igualdad de oportunidades son los principales elementos que constituyen las bases de un buen clima laboral, se propuso durante el primer semestre promover el equilibrio idóneo entre el desarrollo profesional y la calidad de vida de sus trabajadores, con la puesta en marcha de acciones e iniciativas destinadas a impulsar tales fines.

En este sentido, se inició el proyecto Mix Gestión-Front, que tiene como finalidad apoyar el crecimiento del negocio en la red minorista, con el cual se espera disponer para el cierre del año 2012 de 200 nuevos cargos en la Fuerza de Ventas a nivel nacional, registrándose al cierre del primer semestre más de 150 empleados promovidos a estos puestos. Cabe destacar que por cada nueva cobertura de alguno de estos cargos se generan 3 movimientos en promedio, lo cual supone un beneficio para 600 empleados aproximadamente que pasarán a tener nuevas funciones. Estos planes, además de mejorar los niveles de rendimiento e inversión del Banco, contribuyen y brindan nuevas oportunidades de desarrollo de carrera a los empleados.

Velando siempre por el continuo aprendizaje del recurso humano, Banco Provincial llevó a cabo diversas acciones en pro de este objetivo. Por ello, en materia de **Formación**, se realizaron diversos cursos presenciales dirigidos a la gerencia media del Banco como lo son el Programa de Desarrollo Directivo y el Programa de Liderazgo, contando con la participación de 100 empleados. De igual forma, la Institución avanzó en programas como Atención a Personas con Discapacidad, Planificación Basada en Prioridades, Calidad de Servicio, Análisis Financiero y Plan de Riesgo, así como en los proyectos de Formación en Jornadas Tecnológicas, Lean DMAS, Ejecutivos Vip Premium en alianza con UNIMET, y la Formación Integral de Gestores de Comercio y PYMES e Inglés Blended con la Universidad Central de Venezuela (UCV).

En relación a *formación on line*, destaca la matriculación de empleados en cursos de Twitter y Net Cash, así como el lanzamiento de los itinerarios de formación dirigidos a los cargos de la red comercial. Adicionalmente, se inició el proyecto "Formación y Cultura a Distancia" (FYCAD), que pretende consolidar nuevas estrategias metodológicas de educación a distancia.

En cuanto a la actividad total se refiere, al cierre del primer semestre, se ejecutaron 68.620 horas formativas presenciales y 54.513 horas e-learning, sumando unas 123.133 horas de formación, lo que supone la participación de más de 4.800 empleados.

Por otra parte, en materia de **Retribución y Beneficios al Personal**, en el mes de enero Banco Provincial materializó el compromiso asumido con todo su talento humano. Por ello, todos los empleados continúan disfrutando del beneficio de la Póliza de Hospitalización, Cirugía y Maternidad y la institución sigue cubriendo el 100% del costo de la prima de la cobertura básica del núcleo familiar directo (titular, cónyuge e hijos). Vale la pena señalar que consecuentemente las condiciones de la póliza han sido mejoradas y en esta oportunidad se logró otorgar un incremento del 29% en la cobertura básica con respecto a la del año pasado.

Bajo esta misma línea de acción, se formalizaron más de 73 créditos hipotecarios y más de 70 créditos de vehículos para los empleados, los cuales gozan de excelentes condiciones en cuanto a financiamiento, tasa de interés y plazos estipulados para la cancelación. Asimismo, se llevó a cabo la Campaña PC, otorgándoles a los trabajadores créditos con excelentes condiciones de financiamiento para la adquisición de 1.800 laptops.

Procurando impulsar la **Seguridad y Salud Laboral**, se llevaron a cabo diversas jornadas gratuitas de atención al trabajador, entre las que destacaron la Jornada de Ecografía Integral, Despistaje de Glicemia, Vacunación antigripal AH1N1, Odontológica y Oftalmología. Igualmente, se realizaron evaluaciones médicas periódicas (físicas y bioquímicas) a 2.943 trabajadores y se prestó asistencia médica por enfermedades comunes a un total de 1.128 trabajadores del Centro Financiero Provincial y en oficinas cercanas a la torre financiera.

Por último, en materia de atención al empleado, durante el primer semestre se ratificó el modelo corporativo **SAE Global**, posicionándose como único punto de entrada/salida de los procesos de RRHH. Como evidencia de ello, se gestionaron 23.382 consultas telefónicas y 8.626 a través de correo electrónico. Es importante destacar que durante el mes de mayo se realizó la Encuesta SAE 2012, para valorar el nivel de satisfacción que tienen los empleados de este servicio y se obtuvo una valoración de 4,30 sobre 5 puntos, lo que demuestra la percepción positiva que tienen los usuarios sobre este sistema.

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Enmarcada en el valor de la transparencia y en una estrategia orientada a propiciar una comunicación directa y oportuna con los públicos externos, durante el primer semestre de 2012, Banco Provincial desarrolló una política informativa que tuvo como clave las líneas que guían la actuación en la materia: Un banco comprometido con el desarrollo de la sociedad venezolana, innovador y tecnológico, que busca hacer más fácil la vida de los clientes, que trabaja para ofrecer cada vez mayores niveles de calidad de servicio, que apoya el deporte y a través de él favorece la vinculación con los clientes y el público en general, que es un banco líder en redes sociales que promueve a diario una interacción cada vez mayor con sus seguidores en la red.

Bajo este contexto, la dirección de Comunicación e Imagen redactó y difundió en los medios de comunicación 30 notas de prensa y coordinó la realización de 28 encuentros y contactos informativos con periodistas (entrevistas, reuniones, encuentros, ruedas de prensa, entre otros) a través de los cuales se logró la difusión de informaciones de gran relevancia y actualidad sobre las diversas acciones y proyectos llevados a cabo por la entidad financiera en beneficio de sus grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, entre otros) y con el fin último de contribuir con el progreso del país y de la sociedad venezolana.



A nivel interno, se desarrolló una política de comunicaciones que estuvo centralizada en el fortalecimiento de los principios y los valores corporativos en todos los empleados que conforman la Institución, impulsando al mismo tiempo su sentido de pertenencia y el logro de las metas propuestas.

Se organizaron 15 encuentros con la presidencia, reuniones semanales del presidente ejecutivo con colaboradores de diversos niveles y áreas tanto de servicios centrales como de la red de oficinas, iniciativa que busca generar la cooperación, la comunicación y el intercambio con miras a identificar y gestionar los puntos de mejora que se van detectando en la gestión de la entidad. Durante el primer semestre del año participaron en estos encuentros 184 empleados.

De igual forma, en el recién finalizado ejercicio, se difundieron un promedio de 300 notas a través de los diversos canales internos, relacionadas con las acciones, proyectos, resultados e iniciativas llevadas a cabo por las diversas áreas del Banco, lo que permitió llevar de manera oportuna y transparente la información de interés al público interno.

En este período, los temas que centraron esta cobertura interna, por su relevancia e impacto, fueron: participación de dos hijos de empleados del Banco en la Ruta Quetzal BBVA 2012, expedición que recorrió Colombia y España; acciones desarrolladas en el marco de la estrategia de apoyo al deporte, especialmente al fútbol y al béisbol, planes de incentivo para el personal, promociones y lanzamientos de productos, campañas para impulsar el uso de las redes sociales e iniciativas en beneficio de la plantilla, entre otros.

Además, se difundieron las actividades realizadas por la Fundación Provincial como parte de los Programas Educativos Papagayo y Becas de Integración, así como las exposiciones y patrocinios en el sector cultural, y las iniciativas corporativas de envergadura como los Embajadores BBVA, en la cual se presentan las historias de empleados en todo el mundo que son ejemplo por su destacado desempeño.

REDES SOCIALES

Banco Provincial ha venido aumentando su presencia e interacción en las redes sociales a través de diferentes estrategias comunicacionales, promocionales y de atención a clientes y usuarios. Es así como, la institución está presente en Twitter a través de las cuentas "@BBVAProvincial" y "@BBVAProvi_ATC", en Facebook con "BBVAVenezuela" y "BBVAProvincial.adelante", en YouTube por "BBVAProvincial" y en Blogger por medio de "blogbbvaprovincial.blogspot.com".

En cuanto al manejo de la red social Twitter, durante el primer semestre de 2012, se alcanzó la cifra de 127 mil seguidores, donde destacan las campañas "#FelizCumpleBBVAProvincial", "#BBVAadelante", "#SigueLaPistaBBVA" y "#adelanteVinoTinto". Esto demuestra la gran aceptación que ha tenido la cuenta @BBVAProvincial dentro de los clientes y usuarios, creando una comunidad y evidenciando un importante acercamiento.

Las acciones desarrolladas, han buscado incrementar la presencia y consolidar el liderazgo de la institución en las redes sociales, además de impulsar un acercamiento a sus seguidores a través de una constante interacción. En este sentido, las diferentes campañas se han realizando de tal forma que impliquen la mayor actividad en todas y cada una de las redes sociales donde el Banco está presente. Prueba de ello está en que, al cierre de junio de 2012, la página de Facebook de productos y servicios "BBVAProvincial.adelante" acumuló 20.223 "Me Gusta", el canal de YouTube "BBVAProvincial" 1059 suscriptores y 77.981 reproducciones y, finalmente, el Blog oficial 503 miembros y casi 580.000 páginas vistas.

La importante posición que ocupa Banco Provincial en redes sociales dentro del sector financiero, ha sido posible gracias al acercamiento que ha tenido la institución con sus seguidores en donde se les escucha y se les brinda una respuesta rápida y oportuna a sus requerimientos, brindando calidad de servicio.