



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

Informe de Actividades

“...se lograron instalar 26 nuevas Zonas Express, para llegar a un total de 200 a nivel nacional y abarcar más del 61% del total de la red de oficinas, proporcionando nuevos espacios de mayor confort a los clientes para realizar de manera más rápida y segura sus operaciones.”

CLIENTES

Durante el segundo semestre del año el principal objetivo estratégico de Banco Provincial ha sido conservar el crecimiento rentable evidenciado en los últimos años, aplicado bajo un modelo de gestión cuyo eje principal es el desarrollo tecnológico y la continua innovación en productos y servicios, orientado a brindar a los clientes soluciones financieras diferenciadas, todo ello apoyado en una sólida imagen asociada al desarrollo del deporte. En este sentido, a continuación se presentan las actividades desarrolladas por el banco a lo largo del semestre que hicieron posible consolidar otro año exitoso.

Se realizaron diversas campañas promocionales relacionadas con el deporte, ofreciendo a los clientes la posibilidad de asistir a los eventos deportivos internacionales más relevantes. Dichas campañas estuvieron dirigidas a impulsar tanto la línea de negocio de tarjetas de crédito, mediante la obtención y uso de nuevos plásticos, así como las captaciones del público, a través del aumento del volumen de depósitos, ambos productos fundamentales en la estrategia comercial del banco.

Se llevaron a cabo también importantes esfuerzos en la gestión de fidelización de clientes, a través de dos modelos de acción, que permitieron vincular un mayor número de clientes mediante el otorgamiento de diversos tipos de créditos, como bienes y servicios, créditos para auto, créditos nómina, tarjetas de crédito; así como atender situaciones particulares planteadas individualmente por los usuarios.



En materia de innovación, se realizó el lanzamiento de un novedoso paquete de bienvenida al segmento Premium del banco denominado "Welcome Pack", el cual busca que los clientes disfruten de una experiencia a nivel del grupo que pertenecen, resaltando los exclusivos productos y servicios que el banco les ofrece, como la son la cuenta corriente Premium, tarjeta de débito Premium, tarjeta de crédito black o signature, priority pass, además de un innovador brochure electrónico.

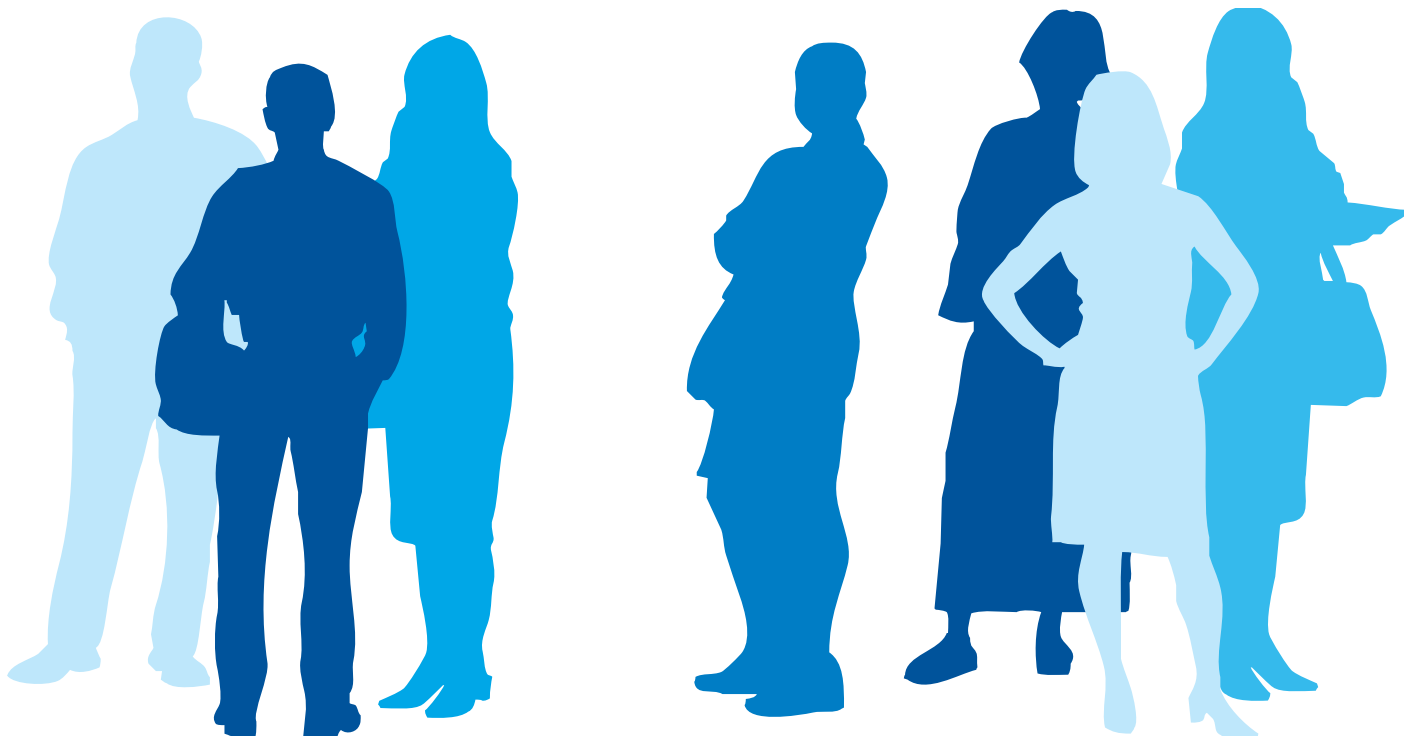
Se continuó impulsando la migración de transacciones a canales electrónicos alternativos. Para ello se crearon nuevas funcionalidades a través de Provinet Personas, como la solicitud de línea de crédito instantánea, consulta de cheques digitalizados y un buzón de promociones, brindando a los clientes una atención más cercana y directa. Adicionalmente, enmarcado en las iniciativas de responsabilidad corporativa, se habilitó en el canal una función que permite realizar abono por donaciones y compra de bonos de la salud de la Sociedad Anticancerosa de Venezuela.

En servicios de Banca Movil, se extendió la versión nativa de dispositivos Android a diversas tecnologías smartphone, brindando mayores funcionalidades que permiten al banco contar con el servicio más completo del sistema financiero. Estas acciones han tenido una gran acogida por parte de los clientes, procesando un promedio de 70 millones de transacciones mensuales en canales alternativos, alcanzando una migración de más del 92% de las operaciones que anteriormente se realizaban en taquilla.

Profundizando en los planes de transformación tecnológica del banco, en el semestre se lograron instalar 26 nuevas Zonas Express, para llegar a un total de 200 a nivel nacional y abarcar más del 61% del total de la red de oficinas, proporcionando nuevos espacios de mayor confort a los clientes para realizar de manera más rápida y segura sus operaciones. El proceso de renovación de cajeros automáticos se completó en un 100%, alcanzando un total de 1.800 a nivel nacional, 800 de los cuales son multiexpress, a los que se les incorporaron las funcionalidades de retiros de efectivo con biometría para clientes con cuentas de ahorro, así como la función "retract", que devuelve al cajero los billetes de la boquilla en caso de tardanza o abandono en la toma del dinero por parte del usuario. Adicionalmente, la presencia de Kioscos Express alcanzó más de 45 oficinas a nivel nacional, donde los clientes puedes autogestionar consultas de saldo, estados de cuenta, referencias bancarias, entre otros.

En el segmento de Empresas, Banco Provincial impulsó la captación de nóminas, brindándole a las empresas beneficios adaptados a las necesidades financieras de sus trabajadores. Con esto, se logró cerrar 2012 con 199 mil nuevas cuentas nómina, con un stock que supera las 860 mil cuentas beneficiarias.

Se consolidó como servicio innovador en el mercado financiero venezolano el portal de pagos (www.mispagosprovincial.com), el cual ya cuenta con más de 243 empresas asociadas, funcionando como canal centralizador que permite a las empresas recaudar los pagos recibidos por los servicios que prestan.



“El proceso de renovación de cajeros automáticos se completó en un 100%, alcanzando un total de 1.800 a nivel nacional, 800 de los cuales son multiexpress...”

Durante el periodo Banco Provincial continuó brindando apoyo a los sectores prioritarios del país, mediante la oferta de servicios que dinamicen sus actividades. Es así como, la cartera de créditos agrícola registró un monto de Bs. 7.869 millones, que sumado a la inversión en Bonos que mantiene la institución por Bs. 1.752 millones destinados al financiamiento del sector, evidencia un cumplimiento favorable de 29,74% con respecto al porcentaje mínimo legal de 24%. Igualmente, los créditos destinados al sector microempresarial mostraron un incremento de 25,54% comparado con el semestre anterior, para alcanzar un monto de Bs. 1.622 millones y superar holgadamente el porcentaje demandado por ley de 3%.

Al cierre del 2012 se había dirigido Bs. 1.003 millones al sector turismo, alcanzando de esta forma un cumplimiento del 3,10 % que contrasta positivamente frente al 3% exigido por Ley. Como aporte a este segmento, la institución participó en la Feria Internacional de Turismo (FITVEN) y en las Jornadas de Promoción, Asesoría y Captación de Proyectos de Inversión Turística, coordinadas por el Ministerio del Poder Popular de Turismo (MINTUR), brindando apoyo a los emprendedores del sector a través de asesoramiento financiero. Adicionalmente, se direccionaron Bs. 4.921 millones a la industria manufacturera, ampliando el espectro de atención a nuevos subsectores a través de convenios, resultando en un porcentaje de cumplimiento de 12,74% que superó sin dificultad al 10% establecido legalmente.

En lo que a cartera hipotecaria del banco respecta, durante el semestre la institución participó en la adquisición de “Valores Bolivarianos para la Vivienda” por un monto de Bs. 2.102 millones destinados a la construcción de proyectos habitacionales. Asimismo, enmarcados en la Ley Especial del Deudor Hipotecario de Vivienda y la Ley del Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat, se apoyó a 1.824 familias mediante el otorgamiento de créditos para la adquisición de sus respectivas viviendas, cuyo monto total de financiamiento se ubicó en Bs. 392 millones. De esta forma, se logró cerrar el año con un total de Bs. 4.728 millones computables para la gaveta hipotecaria, segmentados en Bs. 2.413 millones para la construcción de viviendas y Bs. 2.315 millones para la adquisición de vivienda principal.

En el sector Comercio, en los últimos seis meses del año se realizaron cuatro promociones dirigidas a los tarjetahabientes y comercios, destacando la campaña “Temporada Azul” realizada en periodos de vacaciones en la isla de Margarita y en los “parques

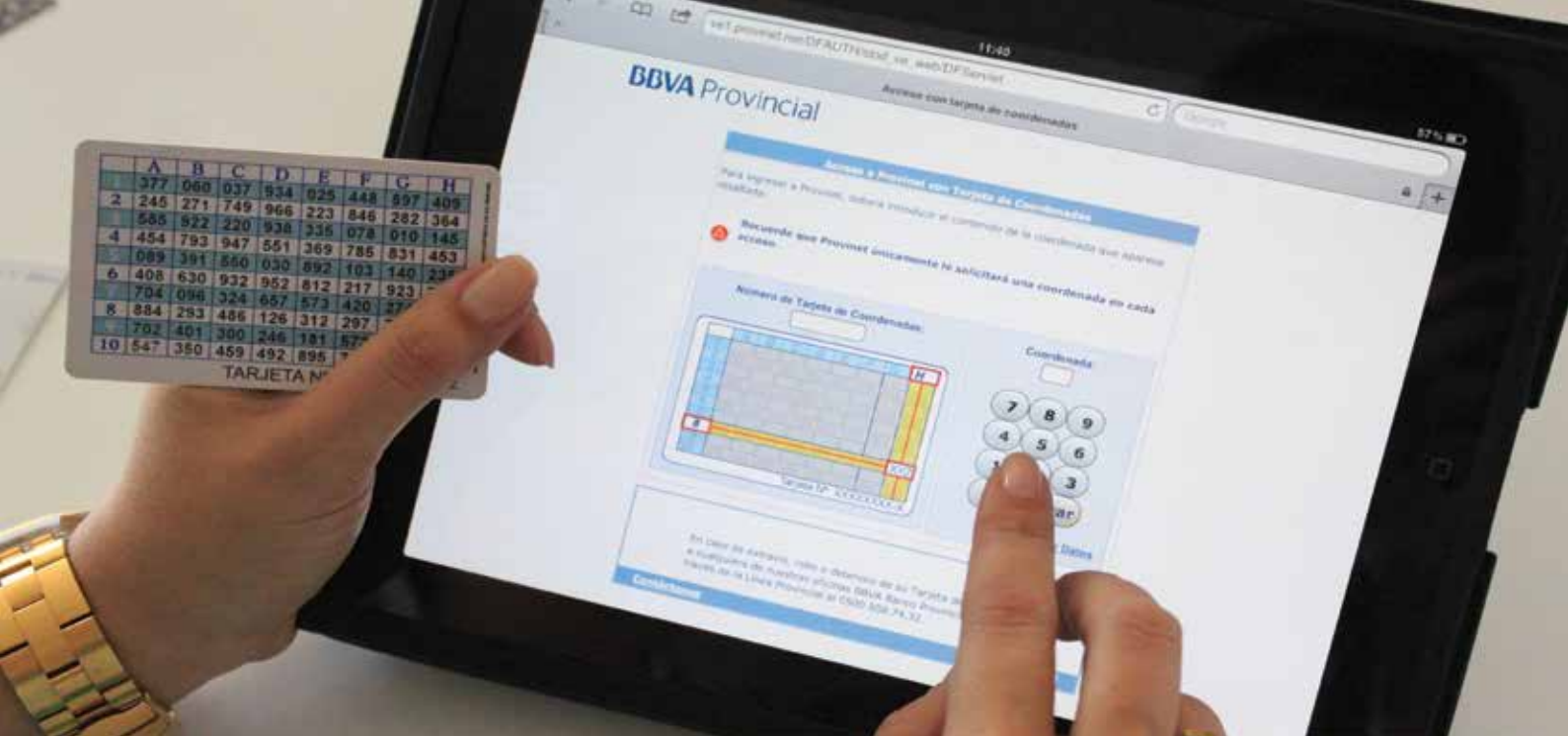
temáticos” del estado Mérida, con el objetivo de incentivar el uso y facturación de tarjetas de créditos a través de los puntos de venta del banco. Estas acciones han permitido registrar un incremento en la facturación del año de 61% en comparación al año anterior.

Con relación a la gestión del banco en Comercio Exterior, se observa un crecimiento de 13% en las solicitudes de divisas, incrementando la cuota de mercado en 134 puntos básicos con respecto al cierre de 2011. Adicionalmente, se registró un incremento de 6,5% en las liquidaciones tramitadas ante el Banco Central de Venezuela (BCV).

El negocio de Fideicomiso registró un crecimiento en el segundo semestre de 19,38% en los fondos administrados, para cerrar el mes de diciembre en Bs. 12.799 millones, producto de la captación de 3.236 nuevos clientes fideicomitentes, la creación de 93 planes fiduciarios y la fidelización de la cartera fiduciaria existente, la cual estuvo enfocada en la venta de fideicomisos de prestaciones sociales, logrando como resultado un incremento de los ingresos fiduciarios en 33,79% al compararlos con el mismo periodo del año anterior.

La estrategia dirigida por Banca Corporativa estuvo enfocada en impulsar el crecimiento de la inversión, la transaccionalidad y la vinculación de clientes, a través de una gestión proactiva y una oferta de productos adecuados a las necesidades específicas de este segmento. Este modelo de gestión aceleró el crecimiento de la inversión rentable durante el segundo semestre en un 83% con relación a junio del mismo año. Asimismo, la gestión de los recursos permitió que durante el lapso bajo reseña, los depósitos a la vista evidenciaran un alza de 42%, mientras que los recursos gestionados se expandieron en un 18%.

De igual manera, en el mes de diciembre banca corporativa incorporó el pago con tarjeta de crédito como nueva funcionalidad a través del canal de transacciones electrónico Provinet Net Cash, proporcionando a los usuarios la posibilidad de ejercer sus pagos vía tarjeta de crédito a través del canal. De igual manera en el semestre se consolidó el uso de nóminas y pagos a proveedores, enfocando la gestión en productos de recaudación y realizando importantes avances en la reingeniería de productos como el Deposito Electrónico Masivo, lográndose incrementar la cuota de mercado en la recaudación de valores y de cobros.



GESTIÓN DEL RIESGO

En materia de **Gestión Integral del Riesgo**, durante el segundo semestre de 2012, Banco Provincial continuó a la vanguardia, tanto en el desarrollo de políticas y metodologías como de herramientas para la medición, control y mitigación de los riesgos inherentes a la actividad financiera, contribuyendo de esta forma, con el crecimiento de la actividad, sin descuidar el perfil de calidad del activo del Banco.

En este sentido, en materia de **Riesgo de Crédito**, el crecimiento ordenado de la cartera de particulares y la maduración de estrategias de comportamiento, con la aplicación de nuevas metodologías de segmentación de clientes e identificación de patrones de consumo, posibilitaron un mejor desempeño de las ofertas de productos para determinados segmentos de clientes, traduciéndose en el incremento sostenido de la inversión gestionada, con menores niveles de morosidad y prima de riesgo. Para ello, la permanente reevaluación de los modelos de crédito, así como el uso de nuevas y mejoradas herramientas coadyuvaron en la mejor gestión de la calidad del riesgo y, por ende, en la disminución o contención de la mora.

La permanente formación en materia de riesgo crediticio que se imparte a los gerentes y demás gestores de las áreas comerciales, ha permitido reforzar el criterio de riesgo de estas áreas, logrando un incremento sano de la cartera de inversión, con estricto apego a las políticas y lineamientos generales en la materia.

En relación a los préstamos comerciales, el énfasis se orientó hacia las áreas esenciales de la economía, entendiendo que éstas fortalecen la producción interna e impulsan el desarrollo de la nación, promoviendo así la generación y sostenimiento de fuentes

de trabajo e igualmente, con niveles de calidad crediticia favorables frente a la competencia, siendo solo en casos puntuales donde se ha reflejado una afectación por factores no asociados al cliente ni al financiamiento.

En este sentido, la utilización de herramientas avanzadas en la gestión de riesgo constituyó un factor diferenciador para Banco Provincial durante el segundo semestre de 2012. Así, se inició la implantación de la herramienta de admisión para Pequeñas y Medianas Empresas (PyME), fortaleciendo los procesos de toma de decisión con una evaluación homogénea para el perfil de clientes de este segmento y optimizando los tiempos de respuesta ante la mayor demanda de necesidades de financiamiento.

El crecimiento de la inversión gestionada experimentado durante el segundo semestre ha motivado que las áreas de seguimiento del riesgo amplíen el alcance en la revisión a distancia de las operaciones formalizadas en cada portafolio y por regiones, logrando un mejor control sobre el uso de la delegación de las unidades de negocio, en el otorgamiento de operaciones crediticias. Dando cabida durante este lapso, a la profundización del análisis sobre la composición de la mora de los distintos portafolios, logrando así un valioso apoyo a varios de los procesos de las áreas de admisión y cobranza.

En lo que respecta a la gestión de cobranza, la visión integral de los procesos, canales, productos de financiamiento y clientes, permitió mejorar los niveles de efectividad en el recobro de las carteras vencida y castigada.

Con estos factores, el crecimiento con calidad, soportado en la gestión proactiva y el uso de herramientas, propició que los resultados obtenidos bajo esta línea de acción, registraran



BBVA Provincial

Si sientes el béisbol
en todas partes

Sentimos lo mismo.

un crecimiento de la cartera de crédito neta de 25,5% con respecto a junio 2012, gracias a lo cual Banco Provincial mantuvo una posición de referencia en indicadores de calidad crediticia reflejando un ratio de mora de 0,65%, con una cobertura de provisiones sobre créditos dudosos de 547% y una prima de riesgo de 0,19%, que son comparados muy positivamente con los presentados por el resto de instituciones del sistema bancario.

En lo que respecta a **Riesgos de Mercado**, la institución fundamentó su medición a través de la metodología VaR (Value at Risk), la cual permitió determinar la pérdida máxima, para un lapso y probabilidad específica, ante los cambios en las condiciones generales de los mercados financieros y su impacto en los factores de riesgo de mercado. En este sentido, el nivel de riesgo calculado utilizando el Método Paramétrico de estimación de máximas pérdidas, se ubicó en Bs. 5,6 millones, lo que representó un consumo de 24,60% del límite vigente aprobado, inferior al registrado durante el primer semestre del año 2012 (36,43%). Este comportamiento estuvo determinado por un descenso en las volatilidades relevantes en moneda local y menores deltas en la posición en moneda extranjera. De manera paralela, se incorporó la medición de VaR a través de la metodología de Simulación de MonteCarlo, subsanando el supuesto estadístico de normalidad en los mercados financieros.

Con relación al **Riesgo Estructural**, se profundizó la revisión de los modelos avanzados de cuantificación y simulación de los impactos a causa de movimientos adversos en los diferentes factores de riesgo, tales como tasas de interés

y niveles de liquidez. Por su parte, se realizó la Revisión de Recursos Estables de Clientes (REC), lo que permitió determinar con mayor precisión, la volatilidad de las captaciones del público dentro de la entidad. De manera similar, se concluyó la definición de la Estructura Financiera Óptima (EFO), con la finalidad de diversificar las fuentes de financiamiento, fortalecer la base de fondeo, anticiparse al entorno y sostener la estrategia de negocio a lo largo del ciclo económico.

En este sentido, el consumo promedio del capital económico de la institución mostró una disminución, al ubicarse en 34,51% del límite autorizado para el segundo semestre 2012, frente al 42,79% evidenciado en el semestre previo, influenciado por el crecimiento de las captaciones del público y de la inversión. Por su parte, el consumo de los indicadores de liquidez estuvo en línea con el comportamiento de los agregados monetarios, manteniéndose dentro de los límites autorizados.

En materia de **Riesgo Operacional**, se profundizó en la revisión de los procesos de mayor relevancia dentro del marco de cumplimiento de las actividades que integran el Test de Uso del Modelo de Gestión, permitiendo a las áreas, la priorización de los riesgos y su respectiva labor de mitigación, impulsada por el reforzamiento de las labores de formación y adiestramiento. Para ello, se implantó una herramienta de gestión a través de la cual se logró la identificación, priorización y documentación de los riesgos operacionales del Banco Provincial, ratificando el compromiso de gestionar esta tipología de riesgo, en un contexto de crecimiento de la actividad crediticia.

AUDITORÍA INTERNA

Durante el segundo semestre de 2012, **Auditoría Interna** cubrió la totalidad del Plan Anual previsto a comienzos del año 2012, el cual prioriza los riesgos de los procesos de mayor relevancia, considerando las necesidades del negocio, la evaluación del control interno y los requerimientos regulatorios. Las actividades y estrategias llevadas a cabo permitieron evaluar: a) el proceso de admisión y formalización de las operaciones que componen el 90% de la cartera del segmento turismo; además de monitorear la calidad del riesgo y dotación adecuada de provisiones de los clientes analizados; b) los procedimientos del proceso de recuperaciones de riesgo minorista y mayorista a fin de determinar la eficiencia e idoneidad de los mismos en el tratamiento de las operaciones vencidas y fallidas; c) que los procesos de facturación de los productos del módulo de préstamos cubran lo requerido por el negocio; d) 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, a través de procedimientos de revisión analítica y selectiva de cuentas contables; e) las políticas de seguridad de las operaciones realizadas a través de ATM's y los controles existentes para garantizar el proceso de cifrado de los datos sensibles de los clientes; f) que la administración, control y configuración de la seguridad en las plataformas tecnológicas garanticen la confidencialidad y continuidad de las aplicaciones del negocio; y g) los procedimientos de recuperación del sistema del Banco ante un escenario de contingencia que provoque su indisponibilidad. Adicionalmente se logró gestionar el "Programa Anual de Seguimiento, Evaluación y Control de Auditoría Interna", dando cumplimiento a lo establecido en la Resolución No 11910 de la SUDEBAN, además de dar respuesta oportuna a los requerimientos de certificación solicitados por el mencionado entre supervisor.

Adicionalmente, al cierre del año se logró una cobertura de 34% de las oficinas, a través de visitas in situ y evaluaciones forenses a nivel de fraude interno y un 77% a través del análisis masivo de datos en operaciones a distancia. Adicionalmente, al cierre del 2012 se dictaron talleres formativos en materia de Control Interno en Oficinas y Prevención del Fraude a 757 empleados de las oficinas.

Durante el año se dio cumplimiento a lo establecido en el artículo N° 29 de la Ley de Instituciones del Sector Bancario, presentándose a la asamblea de accionistas la opinión de Auditoría Interna sobre la eficacia del sistema de control interno y de gestión del riesgo del Banco Provincial.

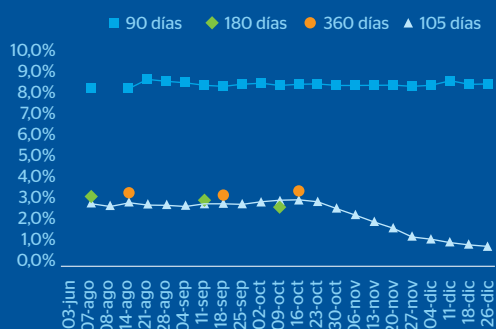
Por otro lado, se dio cumplimiento al aspecto regulatorio que exige evaluar anualmente la efectividad de los controles que mitigan los riesgos seleccionados en el perímetro de revisión del Modelo de Control Interno del Banco Provincial y de la ley federal estadounidense Sabarnes Oxley.

MERCADOS

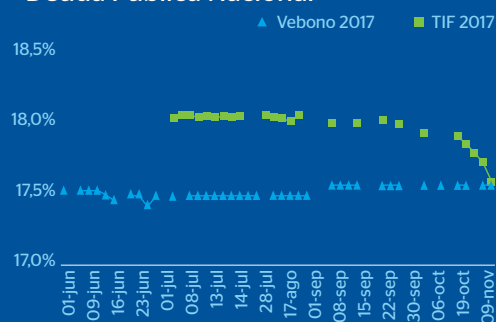
Durante el segundo semestre 2012, el **Mercado Monetario** local continuó experimentando niveles moderados de volatilidad, con la excepción de las 2 últimas semanas de octubre, contrastando con el comportamiento de años anteriores. A pesar de las colocaciones efectuadas del Fondo Simon Bolívar y la ampliación sustancial del programa de endeudamiento anual del Ministerio del Poder Popular para Economía y Finanzas, a través de la Oficina Nacional de Crédito Público (ONCP), el cronograma y las subastas de títulos públicos y letras del tesoro se llevaron a cabo de forma regular y sistemática. Las subastas fueron suspendidas a finales de octubre, sorprendiendo algunos actores del mercado, habiéndose cumplido el programa de subastas de títulos y agotados los respectivos cupos aprobados bajo la Ley de Endeudamiento de 2012 y cumplidos los objetivos de la ONCP. El aumento en gasto público experimentado en el segundo semestre se puede calificar como histórico y supera en más de 37% (Diciembre 2011 vs Diciembre 2012) al efectuado en 2011, mientras los indicadores de liquidez monetaria mantuvieron su sesgo claramente alcista al aumentar en más de 35% solamente en el segundo semestre del año. También los saldos excedentarios del sistema en las cuentas del Banco Central de Venezuela alcanzaron niveles jamás vistos al situarse en 79,82 millones de bolívares (cifra puntual más alta alcanzada). En este escenario de gran liquidez, el área de Mercados siguió implementando y adelantando proactivamente estrategias para facilitar el flujo de recursos al banco, a un nivel de costo óptimo. Bajo 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 49% en 2012 mientras que las operaciones de compra-venta simultáneas se incrementaron en 11,8%.

Por su parte, el mercado de **Renta Fija** venezolano perdió liquidez a partir del final del tercer trimestre de 2011 en vista de la ampliación del gasto y la suspensión de nuevas subastas de títulos públicos al finalizar octubre. A pesar de la pérdida de liquidez y baja en el volumen de transacciones registradas en la cuenta O22 del Banco Central de Venezuela, el mercado, en términos de precios, se mostró muy positivo y alcista en vista de los nuevos niveles de liquidez circulante. El posicionamiento prudente y dinámico adoptado por el Área en el primer semestre de 2012, evitando ser arrastrados por las volatilidades de corto plazo experimentadas en los precios de subasta de los primeros meses del año, permitió configurar la cartera de inversiones de forma ideal para aprovechar el escenario de extrema liquidez en el sistema durante el segundo semestre. Se logró obtener rendimientos y beneficios de trading muy interesantes, incrementándose en más de 70% con respecto al cierre del primer semestre 2012. El rendimiento de la curva en moneda nacional disminuyó, en un promedio de 149 puntos básicos comparando con la curva del primer semestre de 2012.

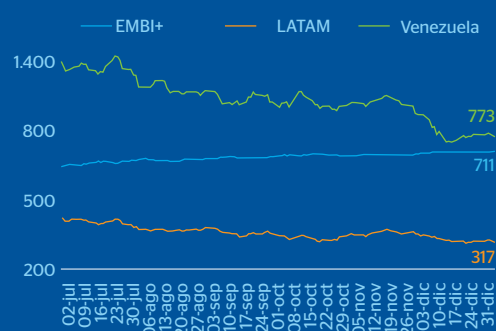
Evolución Letras del Tesoro



Evolución Bonos de la Deuda Pública Nacional



EMBI



Con referencia a los **Mercados Foráneos**, en un contexto signado por los efectos de la peor crisis de crédito global en la historia reciente, aunado a la continua crisis de deuda soberana que siguen experimentando varios países de la Unión Europea, el posicionamiento estratégico sumamente conservador adoptado dio sus frutos nuevamente tanto a nivel de estructura de balance, 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".

En vista de la ausencia total de emisiones bolívar/dólar a lo largo de 2012 y con continuo funcionamiento del sistema SITME por parte del Banco Central de Venezuela, los volúmenes de negociación y arbitraje de deuda venezolana bajaron en 7,84 % con respecto al mismo periodo del año previo. Sin embargo, la adopción de estrategias de Trading direccional puro y de valor relativo conformes a la modificación y reconfiguración de flujos en mercados emergentes, y especialmente en la deuda soberana de la República y de PDVSA, rindieron resultados muy positivos superando en 585% las ganancias presupuestadas.

El hecho que los **Mercados Internacionales** registraron, y siguen registrando, niveles de volatilidad e incertidumbre sin precedentes, impulsó al área a diseñar y ofrecer productos 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 segundo semestre del año 2012, emisores privados negociaron a través del **Mercado de Valores** la cantidad de Bs. 995 millones, de los cuales Bs. 130 millones corresponden a la emisión de Papeles Comerciales y Bs. 865 millones a Obligaciones Quirografarias al portador no convertibles en acciones. La demanda de dichos títulos se concentró en personas jurídicas y fideicomisos. Cabe destacar el rol de Provincial Casa de Bolsa, C.A. como agente colocador privado en la emisión 2012 de Obligaciones Quirografarias al Portador no Convertibles en acciones de Toyota Services de Venezuela, C.A. de la cual le asignaron el 22,8% de la emisión, colocando la totalidad del monto asignado. Adicionalmente, el Grupo Provincial participó en el mercado de valores nacional como Agente de Pago y/o Custodio y Representante Común en varias de las emisiones vigentes durante el segundo semestre del año 2012.

CAPITAL HUMANO

Banco Provincial realiza un importante esfuerzo para garantizar una gestión transparente del talento de la institución, con el fin de crear un marco de actuación cuyos pilares fundamentales sean la igualdad de oportunidades y la promoción del desarrollo profesional del recurso humano. En el camino al logro de este objetivo, este segundo semestre de 2012 el modelo de gestión aplicado se ha enfocado en afianzar el compromiso que tiene Recursos Humanos con el desarrollo integral de sus trabajadores y con su bienestar social.

Dentro de los planes ejecutados durante el segundo semestre del año, se llevó a cabo el proyecto Mix Gestión-Front, el cual incrementó la fuerza de venta en aproximadamente 225 puestos de negocio en la red minorista, y generó el movimiento de 660 personas adscritas a nuevas funciones, tomando en cuenta que por cada nueva cobertura de alguno de estos cargos se generaron 3 movimientos en promedio, lo que permitió brindar grandes oportunidades de desarrollo de carrera a los profesionales de la organización interesados en formar parte de las áreas de negocios.

De igual forma, y para continuar respaldando la Política de Movilidad, se cuenta con las herramientas corporativas "Apunto", "Apúntate", "Apúntate Global" y "Apúntate Plus", las cuales son fundamentales en la gestión de talentos, ya que permiten a los empleados manifestar sus intereses profesionales dentro de la institución y postularse a las posiciones vacantes publicadas tanto a nivel local, como internacional en el resto de los países en los que el Grupo tiene presencia. De esta manera, se garantiza la transparencia e igualdad de oportunidades para todos los niveles de cargo, al mismo tiempo que el empleado es el protagonista de su crecimiento profesional dentro del Banco.

En materia de **Formación**, se llevaron a cabo diversos cursos a nivel presencial, destacando durante este segundo semestre la ejecución de los programas 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 136 empleados. De igual forma, la institución avanzó en programas como Atención a Personas con Discapacidad, Planificación Basada en Prioridades, Calidad de Servicio, Análisis Financiero, así como en los proyectos de Formación de Ejecutivo Personal Premium en alianza con UNIMET, de igual forma se llevó a cabo la Formación Integral Pymes donde se formaron 198 Gestores de Comercio y PYMES a nivel nacional, y el Taller de Negociación donde se formaron 50 participantes de las unidades Gestión de Proyectos y Diseño y Desarrollo.

En cuanto a formación on line, se llevó a cabo el programa corporativo dirigido al personal supervisorio, orientado a la mejora de la eficiencia, rendimiento de los grupos y equipos de fuerza de ventas. En este programa participaron 73 empleados, quienes recibieron el certificado internacional de la Universidad Tecnológica de Monterrey. De igual forma, en julio se matricularon 199 empleados en el itinerario de habilidades profesionales. Es importante destacar que se fortalecieron las campañas motivacionales para incentivar la participación de los empleados del Banco en las diversas propuestas online emprendidas, lo que permitió ejecutar 127.589 horas formativas presenciales y 131.918 horas e-learning, sumando unas 249.416 horas de formación, lo que supone la participación de más de 5.700 empleados.

Por otra parte, Banco Provincial, a través de su programa "Pasión por las Personas", desarrolló acciones enfocadas en incrementar la motivación de los empleados, con la intención de contribuir con la mejora del clima organizacional. Dentro de las actividades ejecutadas, destaca la tercera edición de Marea Azul, con la que





se llevó a cabo un total de 12 recorridos a nivel nacional, contando con la activa participación de aproximadamente 2.110 personas, entre empleados y familiares, quienes hicieron de esta actividad todo un éxito. En esta misma línea, Banco Provincial llevó a cabo la sexta edición de la tradicional Carrera Caminata "Siembra Valores y Aprecia la Vida", evento deportivo que se realiza anualmente durante el último trimestre del año, y en el cual participaron 2.800 personas. Es importante destacar que este evento se realiza de manera simultánea con España y otros de países donde el Grupo BBVA está presente.

En materia de **Retribución y Beneficios al Personal**, el Banco otorgó a los empleados con hijos en edades escolares entre 6 y 15 años, una asignación que permite adquirir una parte de los útiles escolares. Este beneficio fue otorgado a través de talonarios, canjeables en comercios afiliados a Sodexo. También, en el mes de diciembre, fue otorgado nuevamente el beneficio de Tickets Juguete dirigido a empleados con hijos en edades comprendidas entre 0 a 12 años. Este beneficio favoreció a más de 3.561 hijos de empleados.

De igual forma, Banco Provincial llevó a cabo por tercer año consecutivo las Jornadas "En familia sembramos valores", enmarcadas en el proyecto de prevención integral social, y coordinadas junto al Fondo Nacional Antidrogas (FONA). Durante estas jornadas, se desarrollaron actividades preventivas y gymkanas orientadas a la promoción de valores, en las que los empleados asistieron junto a sus familiares, logrando una participación de más de 1.400 personas. También, como todos los años, se ejecutaron los Planes Vacacionales en los cuales participaron 573 hijos de empleados aproximadamente.

Procurando la salud del empleado, el **Servicio de Seguridad y Salud Laboral** ejecutó diversas jornadas de atención al trabajador, entre las que destaca la jornada de despistaje de triglicéridos, colesterol y glicemia, en la que se atendió a un importante grupo de colaboradores ubicados en el Centro Financiero Provincial, y recibieron recomendaciones especiales. También se llevó a cabo

la jornada oftalmológica en la red de oficinas, con la cual la óptica se trasladó al 100% de las oficinas a nivel nacional con un optometrista y un equipo especializado para evaluaciones de agudeza visual de manera gratuita. Asimismo, se ejecutaron dinámicas antiestrés los últimos miércoles de cada mes, tocando temas relacionados con el estrés, como por ejemplo "conoce tus emociones", "manejo del estrés", "comunicación asertiva", entre otras, para ofrecer herramientas a los trabajadores a fin de combatir esta enfermedad psicosocial.

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

En el segundo semestre de 2012, Banco Provincial siguió adelante con el desarrollo de una estrategia cuyo objetivo es favorecer una comunicación directa, oportuna y transparente con sus diversos públicos de interés.

Es así como, en este período, la institución enfocó su actividad informativa a difundir al público externo, a través de los medios de comunicación social, informaciones relacionadas con productos, servicios, promociones, acciones en materia de responsabilidad social, así como los logros y reconocimientos obtenidos por la institución.

Como resultado de esta gestión, se dio difusión a 38 notas de prensa sobre diversos temas e iniciativas corporativas y se coordinaron más de 20 contactos informativos con representantes de los medios de comunicación.

Uno de los hitos informativos del semestre, lo constituyó la visita del arquero y capitán de la selección nacional de fútbol de España y del equipo Real Madrid, Iker Casillas, quien vino a Venezuela en el mes de julio por invitación del Banco, a cumplir con una apretada agenda orientada a reafirmar la contribución de la entidad al desarrollo del deporte en Venezuela.

En el marco de esta iniciativa, se organizó la conferencia "Venezuela puede alcanzar su sueño", la cual contó con la asistencia de más de 200 personas y con la participación como conferencista del

periodista deportivo español Elías Israel, ex director del diario deportivo Marca. A través de este evento, se llevó a la sociedad venezolana un mensaje positivo sobre la importancia del esfuerzo y el trabajo en equipo para impulsar el desarrollo del fútbol en el país.

De igual forma, se llevó a cabo una rueda de prensa a la que asistieron periodistas de más de 50 medios de comunicación nacionales e internacionales, en la que Iker Casillas dio como principal mensaje que el sueño de ver a Venezuela en el Mundial Brasil 2014 puede convertirse en una realidad, siempre y cuando alrededor de la Vinotinto exista una integración en la que confluyan jugadores, técnicos, directivos, patrocinantes, medios de comunicación y, fundamentalmente, el público. La cobertura de prensa de este evento generó más de 200 notas publicadas en los medios de comunicación, contribuyendo de esta manera a reforzar la imagen de Banco Provincial como una entidad que apoya el deporte.

En materia de Comunicaciones Internas, durante el segundo semestre de 2012, se continuó potenciando el uso de los canales internos del Banco para comunicar a los empleados sobre las distintas iniciativas puestas en marcha por la Institución, reforzando así los valores corporativos y su sentido de pertenencia a la institución.

En este período se gestionaron más de 150 noticias a través de la Intranet Local, el circuito de carteleras y la revista entorno sobre diversos temas, haciendo especial énfasis en los proyectos de recursos humanos (diversidad de género, planes vacacionales, actividades de formación y autodesarrollo, procesos de evaluación y catalogación, actividades recreativas y deportivas, beneficios al personal, pasión por las personas, entre otros), concursos internos, premios y reconocimientos, lanzamiento de productos y servicios, planes de incentivación comercial, plan de remodelación de las oficinas e incorporación de nuevas Zonas Express, las actividades y programas de la Fundación Banco Provincial, así como las promociones realizadas para nuestros clientes.

A parte de canales tradicionales como Intranet, circuito carteleras, publicaciones internas y mailing, durante este semestre se dio un fuerte impulso a la comunicación audiovisual, a fin de apoyar con una herramienta más moderna e interactiva los contenidos corporativos difundidos a través de estos medios internos.

A fin de promover una mayor integración e interacción de los empleados con actividades que buscan reforzar los valores y propiciar la creatividad y la participación, se llevaron a cabo diversos concursos internos: Concurso de Fotografía 2012, en el cual los trabajadores tuvieron la oportunidad de plasmar en imágenes la belleza de la geografía venezolana; Concurso de Dibujo 2012, del cual formaron parte niños y jóvenes hijos de empleados quienes expresaron con sus dibujos su visión de la Navidad unida importantes valores de la institución; y se dio inicio a la convocatoria para el concurso interno de Ruta Quetzal 2013 que dará la oportunidad a hijos de empleados de formar parte de la expedición

“De la selva del Darién a la Europa de Carlos V”, que el año que viene recorrerá Panamá, España y Bélgica, y conmemorará el Quinto Centenario del Descubrimiento del océano Pacífico realizado por Vasco Núñez de Balboa en 1513.

De igual forma, se dio continuidad a la campaña interna para la prevención del fraude, destacando la celebración del Día Internacional de la Seguridad Informática el pasado 30 de noviembre, a través de acciones que han contribuido a la disminuir el fraude en la institución, promoviendo al mismo una actitud más proactiva y comprometida de los empleados hacia el combate de este flagelo.

REDES SOCIALES

En materia de redes sociales durante el año 2012 Banco Provincial orientó sus esfuerzos en aumentar el nexo de la institución con sus clientes y seguidores, implementando nuevas campañas y estrategias promocionales de atención al cliente en las redes sociales, que mantienen al banco como referente en materia de innovación dentro del Social Media. La institución está presente en Twitter a través de las cuentas: @BBVAProvincial y @BBVAProvi_ATC; en Facebook con: BBVAVenezuela y BBVAProvincial.adelante, YouTube: BBVAProvincial y en Blogger: blogbbvaprovincial.blogspot.com

En cuanto al manejo de la red social Twitter, durante el segundo semestre de 2012, se alcanzó la cifra de 92.226 seguidores. Se realizaron diversas campañas que permitieron lograr este objetivo. Entre ellas se pueden mencionar: la campaña en Twitter “En Vacaciones BBVA”, adaptándose a la temporada de vacaciones escolares, #adelanteVinotinto, a través de la cual se realizaron distintas promociones, permitiendo a los seguidores compartir de cerca el sueño Vinotinto, de la mano de Banco Provincial, como banco oficial de la Vinotinto, así como las relacionadas con #ViveElBéisbolconBBVA y #NavidadBBVA.

Estas campañas 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 la constante interacción: escuchando, conversando e influyendo. Dichas promociones se han realizado aplicando la mayor actividad en todas y cada una de las Redes Sociales donde Banco Provincial está presente. Prueba de ello, son las cifras alcanzadas por las demás redes sociales. La página de Facebook de productos y servicios: BBVAProvincial.adelante acumuló al cierre del año 18.838 “Me Gusta”, el canal de YouTube BBVAProvincial contó con 1.084 suscriptores y 96.075 reproducciones y, finalmente, el Blog oficial tuvo 708 miembros y casi 1.121.718 páginas vistas.

La importante posición que ocupa Banco Provincial en redes sociales dentro del sector financiero, no sólo a nivel nacional sino en ámbito mundial, ha sido posible gracias al acercamiento que ha tenido la institución con sus seguidores en donde principalmente se les escucha y brinda una respuesta rápida y oportuna a sus requerimientos.