

nuestro banco



Premio Especial
Mejor Gobierno Corporativo
en Empresas del Estado
2007 - 2008

BN: EL Banco de la TELETÓN



AHORA MULTIRED TE PREMIA

Yo pago con
mi tarjeta Multired
Global Débito Visa

PRIMER SORTEO
15 DE ENERO DE 2009



Esta información se proporciona con arreglo a la Ley N° 28587 y al Reglamento de transparencia y disposiciones aplicables a la contratación con usuarios del sistema financiero, aprobado mediante Resolución SBS N° 1765-2005, Resolución Directoral del Ministerio del Interior N° 6288-2008-IN-1501 con fecha 27-11-2008, Promoción vigente desde el 01-12-08 al 15-06-09, Sorteos: 15-01, 16-02, 16-03, 15-04, 15-05 y 15-06 de 2009.

Por cada S/.50.00 de compra con tu Tarjeta Multired en todos los establecimientos afiliados a Visa, acumula una opción para llevarte uno de los 600 premios de S/.1,000.00 que regala el Banco de la Nación.

SI ES TU PRIMERA
COMPRA CON TU
TARJETA MULTIRED,
TUS OPCIONES SE
TRIPlicAN

Somos el banco de todos los peruanos,
somos el Banco de la Nación.

Para mayor información, consulta nuestra página Web:
www.bn.com.pe

 **Banco de la Nación**

Editorial

Al iniciar el 2008, el Banco de la Nación realizó un conjunto de anuncios acerca de los nuevos productos y servicios a lanzarse, lo que incluía un plan de metas y objetivos a cumplir que permitirían ofrecer a nuestros más de dos millones y medio de clientes, mejores alternativas de mercado y continuar con nuestra misión de promover la inclusión social de los pueblos que estaban marginados de la bancarización e intermediación del sistema financiero nacional.

Tras meses de arduo trabajo y cooperación entre todas las áreas y departamentos del Banco, hemos cumplido con implementar el seguro de desempleo para los empleados públicos que tienen Préstamos Multired, el seguro de desgravamen, el seguro de cobertura de tarjetas de débito. Además, se constituyeron fideicomisos con Ministerios, Gobiernos Regionales y Municipalidades locales para la ejecución de proyectos.

Igualmente, suscribimos muy importantes Convenios de Cooperación con reconocidas instituciones financieras de las repúblicas de China y Rusia, así como convenios con la república Checa.

También, durante el 2008, por primera vez un banco peruano ofreció atención personalizada a las poblaciones más alejadas de nuestro país que deseaban realizar diversas operaciones financieras, gracias a los operativos de "Multired Móvil". Así, con este novedoso canal de atención, se contribuyó al cumplimiento de la misión del Banco de la Nación para la descentralización económica y financiera del país y programas sociales tales como el programa social Juntos.

Proyectos implementados con éxito como Multiflota, el Crédito número 100 mil concedido a los microempresarios, también destacamos por segundo año consecutivo el premio al Mejor Gobierno Corporativo en Empresas de Propiedad del Estado, Primer Galardón a la Innovación Financiera – Cofinnova, la calificación A y A- de Equilibrium y Apoyo, la apertura de 8 nuevas agencias en zonas donde somos la Única Oferta Bancaria, la modernización de otras 14 oficinas, la implementación de 5 Jefaturas de Soporte Regional en Cusco, Huancayo, Piura, Trujillo y Tacna. Todo esto y mucho más es lo que el Banco de la Nación consiguió en los últimos doce meses.

Para el 2009, son nuevos los retos y desafíos planteados. Estamos seguros que gracias al apoyo de cada uno de los trabajadores del BN, que laboran desde Crucero a los 4129 msnm., hasta Aguas Verdes – Tumbes, en Santa Rosa – Tacna y el Estrecho – Putumayo, los objetivos institucionales serán eficientemente plasmados en la realidad.



Humberto Meneses Arancibia
Presidente Ejecutivo

Índice

5

Llegando cada vez más alto

Una agencia del BN a 4129 msnm.

6

Ayoyando a las Fuerzas Armadas

Crédito por 802 millones de soles permitirá su repotenciación

9

Acción solidaria

Niños de Huaycan pasaron una Feliz Navidad

10

Todos por la Teletón

Banco de la Nación se hizo presente

13

Modernización en marcha

Población de Juliaca beneficiada con renovada agencia

16

Y ahora te premiamos

Nuevo sorteo para clientes Multired

Edición redacción y diagramación:

Departamento de Comunicación Corporativa del Banco de la Nación. Dirección: Avenida República de Panamá 3664, piso 8, San Isidro. Teléfono: 519-2164.

Correo electrónico: prensacorporativa@bn.com.pe

Hecho el Depósito Legal en la

Biblioteca Nacional del Perú N° 2008-02470

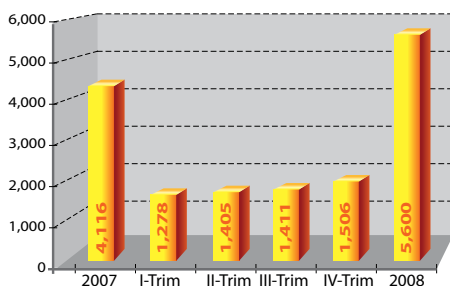
DEPARTAMENTO DE OPERACIONES

La División Recaudación tiene como una de sus principales funciones, brindar el servicio de recaudación a todas las Entidades Públicas con las cuales mantiene convenio.

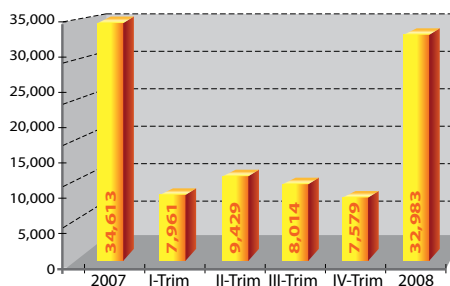
La atención de Principales contribuyentes se realiza en coparticipación con la SUNAT. En el 2008 la recaudación global fue S/. 32 983 millones.

La recaudación de Medianos y Pequeños Contribuyentes, captada por nuestras Oficinas en competencia con la Banca Múltiple, alcanzó en el 2008 S/. 5 599 millones, lo que sumado a las captaciones del sistema bancario, representa un ingreso para el fisco de S/. 19 740 millones.

Recaudación MEPECOS
Millones de soles

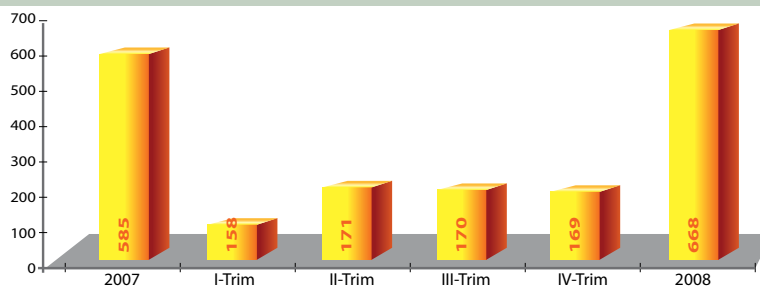


Recaudación PRICOS
Millones de soles



Hasta diciembre del 2008 están vigentes 112 convenios de recaudación con Entidades Públicas, de las cuales se recauda 703 diferentes tasas y aranceles, alcanzando un monto de S/. 668 millones.

Recaudación Entidades Públicas
Millones de soles



Solo en el año 2008 se firmaron 41 nuevos convenios con Entidades Públicas, muchos de las cuales contaron con el impulso del Departamento de Red de Agencias, especialmente de los jefes de las Oficinas en provincias.



Seguridad:

¿Cómo prevenir el Robo de Identidad y qué debemos hacer?

- Destruir toda información personal y financiera, como facturas, estados de cuenta bancarios, recibos de cajeros automáticos (ATM) y ofertas de tarjetas antes de tirarlos a la basura.
- Conservar su documentación personal (por ejemplo: partidas de nacimiento, tarjetas de seguro social, etc.), comprobantes bancarios y de tarjetas, en un lugar seguro.
- Conviene que se mantenga alerta de su entorno, cuando ingrese su contraseña en un cajero automático.
- Limite el número de tarjetas y otra información personal que lleve en la cartera o bolso.
- Notifique inmediatamente la pérdida o robo de su tarjeta.
- Cancele todas las cuentas inactivas. Incluso cuando no se usen, estas cuentas aparecen en su informe de crédito, al cual pueden tener acceso los ladrones.
- Siga de cerca las fechas de vencimiento de sus tarjetas de débito.
- Firme todas las tarjetas nuevas en el momento de recibirlas.
- Revise sus informes de crédito anualmente.
- Establezca claves para sus tarjetas de débito, cuentas bancarias. Evite usar claves obvias como el apellido materno, su fecha de nacimiento y los últimos cuatro dígitos de su DNI o número telefónico.

¿Qué debemos evitar?

- Proporcionar su número de DNI, número de tarjeta o cualquier detalle de sus cuentas bancarias por teléfono, a menos que usted haya iniciado la llamada y tenga la certeza de que la empresa en cuestión tenga una buena reputación.
- Dejar los recibos en los cajeros automáticos, mostradores bancarios o en surtidores de gasolina.
- Anotar su número de DNI o sus claves en un papel y guardarlos en su cartera o bolso. Es mejor memorizar los números y claves.

CRUCERO – PUNO es territorio del BN

Bancarizando más allá de las nubes

El distrito de Crucero se encuentra ubicado al sur de la provincia de Carabaya en el Departamento de Puno, a 4129 msnm. y cuenta con una población aproximada de 10,216 habitantes.

Todos ellos, anteriormente, no contaban con una oficina bancaria. Esta ausencia obligaba a los usuarios a trasladarse a las agencias del Banco de la Nación ubicadas en los distritos de Macusani, Sandia y Azángaro, incurriendo en largos tiempos de traslado y altos costos. Hoy, el BN, dentro de su compromiso de incluir y bancarizar a más peruanos, inauguró una moderna agencia bancaria en plena Plaza de Armas del distrito de Crucero. Esta nueva oportunidad de acceso bancario se hizo posible gracias a la iniciativa de la Municipalidad local y su alcalde, Alwin Saturnino Cutida Mamani.

En la ceremonia de inauguración participaron el Vicepresidente del Directorio del Banco de la

Nación, Armando Osorio Murga, el director del BN, Hugo Rodríguez Espinoza, el Sub Gerente Jefe de la División Soporte Regional 10 Tacna, Manuel Valladares y demás autoridades de la zona.

Allí se entregaron las llaves de la ciudad y se declararon Huésped Ilustre a las máximas autoridades institucionales asistentes del banco. La ocasión ameritó el anuncio que el BN en convenio con una institución de intermediación financiera - IFI, la Caja Municipal de Arequipa, permitirán el acceso al crédito a los microempresarios locales.

La agencia "C" Crucero brindará los servicios bancarios de: Apertura de Cuentas Corrientes, Ahorros, Giros Bancarios, Cobranzas, Préstamos, Recaudación y Depósitos Judiciales, entre otros.

La agencia "C" Crucero brindará los servicios bancarios de: Apertura de Cuentas Corrientes, Ahorros, Giros Bancarios, Cobranzas, Préstamos, Recaudación y Depósitos Judiciales, entre otros.

La apertura de la oficina en Crucero fue motivo de fiesta local. Colegios, grupos de danzas, asociaciones vecinales participaron con números artísticos y bandas de música para celebrar el arribo de la bancarización pública.

Crucero es la agencia N° 414 del Banco de la Nación y constituye un ejemplo de la eficiencia y trabajo en equipo entre el pueblo y sus autoridades.

La inclusión social se hace cada día más posible. El BN continuará en esta consigna.



Al Servicio de



Todos los Peruanos

El crédito por más de 802 millones de nuevos soles forma parte del desarrollo de la segunda etapa del Núcleo Básico de Defensa, proyecto impulsado por el Gobierno para recuperar la capacidad operativa de las Fuerzas Armadas.



La función principal de las Fuerzas Armadas es la defensa del país y para garantizarla necesita generar y ejecutar una serie de acciones que logren alcanzar la seguridad nacional. Para ello, es preciso que cada instituto armado que compone nuestras FF.AA. esté

continuamente capacitado y cuenta con los recursos necesarios para ser efectivos.

Con el fin de contribuir a la recuperación de la capacidad operativa de nuestras Fuerzas Armadas, el Banco de la Nación entregó un crédito Interno al Núcleo Básico de Defensa, por un monto de 802 millones 285 mil nuevos soles, lo que representa una renovación de confianza y un apoyo a la defensa de la soberanía nacional.

La ceremonia tuvo lugar en Palacio de Gobierno. Estuvo presidida por el Jefe del Estado, Dr. Alan García Pérez y contó con la participación del ministro de Defensa, Antero Flores Aráoz, el presidente ejecutivo del BN, Humberto Meneses Arancibia, del viceministro

de Recursos para la Defensa, José Antonio Bellina; y el jefe de Estado Mayor de las FF.AA., General de División Otto Guibovich Arteaga.

“Hoy día el Banco de la Nación cumple poniendo en manos del Ministerio de Defensa recursos hasta por 802 millones con el objeto de habilitar al Ministerio y, a través de él a las instituciones, el cumplimiento de la operatividad de nuestras Fuerzas Armadas en su carácter disuasivo, en su carácter de defensa de la soberanía del Perú”, afirmó Flores Aráoz.

Además explicó que con el dinero, primero se repotenciarán las unidades marítimas y logísticas de nuestra Marina de Guerra, uno de los institutos armados que más trabajos requiere.

Durante la ceremonia, el mandatario de la Nación expresó su satisfacción por dicha transferencia y dijo que espera se proceda en forma inmediata en beneficio de los institutos armados.

“Esta entrega es un paso fundamental para continuar con el fortalecimiento de la operatividad de los institutos armados. Estoy muy satisfecho que esta cantidad adicional a la que corresponde presupuestalmente al Ministerio de Defensa y las FFAA, esté lista para proceder de inmediato a la adquisición de los recursos y el repotenciamiento”, señaló García Pérez.

En este sentido, recordó que el Núcleo Básico Eficaz de nuestra defensa tiene carácter disuasivo y defensivo en nuestro país que es esencialmente pacifista y amigo de sus vecinos.

“Estoy seguro que en los calendarios siguientes podremos continuar fortaleciendo

la capacidad operativa de las Fuerzas Armadas del Perú para defender nuestra soberanía y para defendernos también de adversarios internos”, aseveró.

El crédito interno otorgado forma parte del desarrollo de la segunda etapa del Núcleo Básico de Defensa para la repotenciación y entrenamiento de las Fuerzas Armadas, la cual permitirá continuar con las actividades programadas por la Marina de Guerra del Perú, el Ejército y la Fuerza Aérea como es el repotenciamiento de nuestras unidades, así como el desarrollo de su capital humano durante su formación y entrenamiento.

Cabe resaltar que el Núcleo

El Banco de la Nación entregó un crédito Interno al Núcleo Básico de Defensa, que representa una renovación de confianza y un apoyo a la defensa de la soberanía nacional.

Básico de Defensa es un proyecto impulsado por el gobierno actual para recuperar la capacidad operativa de nuestras Fuerzas Armadas, con una inversión de 650 millones de dólares hasta el año 2011.

El Banco de la Nación es el brazo financiero del Estado; por ende, continuará apoyando proyectos de esta envergadura. El velar por la seguridad y la defensa nacional también es nuestra tarea.



Hacia la Calidad Estratégica

La aplicación de la calidad total o estratégica, supone una nueva filosofía en el Banco, que promueve una mejora continua en todas las áreas y funciones, involucrando a todo el factor humano con el apoyo de la alta dirección con la finalidad de satisfacer plenamente al cliente.

Los bancos y en general cualquier entidad financiera tratan de lograr la calidad total (en la producción, comercialización, administración, incluso en las relaciones humanas). Estos esfuerzos por mejorar la calidad deben estar orientados a satisfacer en todo al cliente, para lo cual es pertinente tomar en cuenta sus opiniones.

El nuevo enfoque estratégico debe abarcar a toda la organización, porque es pura competencia y de lo que se trata es poner el sello de la calidad; en nuestro caso el Banco de la Nación debe ser la diferencia

del resto del sistema financiero nacional.

Para implantar un modelo de gestión de calidad en el campo financiero lo primero que se tiene que hacer es realizar un diagnóstico sobre la situación en la que se halla la empresa, para luego establecer un plan de mejoras, bien planificado, de manera que el cliente se sienta cada vez más identificado con su empresa, que lo

tomando nota para hacer los respectivos cambios y ser cada vez más eficientes, y porque estamos seguros que ello será posible con la participación de toda la familia del Banco de la Nación.

Debemos tener en cuenta que la calidad de un buen servicio bancario sólo es reconocido y valorada por el cliente. En tal sentido es necesario un cambio de actitud que implique:

- Crear la necesidad de hacer las cosas bien.
- Orientar la empresa hacia el cliente.
- Gestionar la calidad desde la percepción de los clientes (internos y/o externos).

Entonces, me sumo a ese gran trabajo que nos involucra a todos, como es mejorar la calidad, al margen de las controversias que suceden en la gran labor como es la extensa Red de Agencias del Banco de la Nación.

El nuevo enfoque estratégico debe abarcar a toda la organización

trata con cariño y respeto.

En este proceso, la entidad viene estableciendo estándares modernos que van definiendo las características, tanto de nuestra infraestructura bancaria, como de sus productos y servicios bancarios; tal vez falten afinar algunos detalles, pero sabiamente se está

Oscar Salas Bracamonte
Gerente de Red de Agencias





... y dibujamos una sonrisa en los niños de Huaycán

Regalos, panetón y chocolate se nos vienen a la mente cuando hablamos de la Navidad. Pero, ¿Cuál es el verdadero significado de la Nochebuena?

Este año, la familia del Banco de la Nación quiso festejar la alegría de la navidad compartiendo. Ninguno de nosotros esperó un regalo, por el contrario dimos uno y con la campaña "Dibujar la sonrisa de un niño es muy fácil" hicimos felices a los niños de Huaycán.

La campaña consistió en apadrinar a un niño y pasar un día diferente y lleno de sorpresas con él. La cita se dió en el Cereban El Cuadro. Ahí, padrinos e ahijados revivieron el verdadero sentido de la natividad.

Sin duda, fue un día mágico. Más de 100 niños que viven en la zona "X" de Huaycán disfrutaron durante más de 4 horas de un espectacular show infantil, pero no

fueron solo los pequeños quienes gozaron, en cada trabajador del BN que asistió se vio reflejado el niño que lleva dentro.

¿Por qué Huaycán?

Hace unas décadas, pobladores de diferentes partes del Perú decidieron emigrar buscando mejorar su nivel de vida y oportunidades de trabajo. Al no contar con recursos económicos para acceder a una casa, decidieron instalarse en Huaycán, en el distrito de Ate, levantando precarias viviendas. Actualmente la situación no ha variado mucho, miles de

familias viven en condiciones de extrema pobreza. Al acercarse las fiestas, los trabajadores del BN decidieron hacer de la Navidad un acontecimiento distinto, y así fue, pues dibujaron una sonrisa en los niños de Huaycán.

La verdadera alegría de la Navidad se sintió en el Banco de la Nación con amor y generosidad, porque sin solidaridad, todo lo demás es apariencia.

Recordemos que no son los regalos, no es el adorno navideño, no es el árbol, ni el pavo. La Navidad es el calor humano, el compartir con el prójimo y la ilusión de seguir adelante.



Casi 11 millones

Teletón 2008

META CUMPLIDA

La Teletón 2008 pudo recaudar la suma de S/. 10'845,000 asegurando de esta manera tres años de funcionamiento del Hogar Clínica San Juan de Dios.

Si de retos y cumplimiento de metas se trata, el Banco de la Nación se hace siempre presente. Esta vez, fue el

Primer Mandatario, Alan García Pérez quien hizo el llamado para una colecta pública con la finalidad de conseguir fondos para asegurar el fun-

cionamiento del Hogar Clínica San Juan de Dios, cuya labor se circunscribe a dar tratamiento, terapias y atención médica a niños discapacitados físicos y neurológicos de escasos recursos económicos.

Ni bien fuimos convocados empezamos a trabajar. Fueron días de ardua labor y coordinaciones a nivel nacional, desde la atención en la red de agencias, la habilitación informática en Palacio de Gobierno, el stand oficial del BN para la recaudación, la comunicación y difusión de las cuentas, coordinaciones con los productores generales y canales de televisión, entre otras actividades.

El canal de atención del BN, preparado para la Teletón, permitió una eficiente operatividad.



El apoyo demostrado por la familia del BN durante la Teletón 2008 fue incondicional. Costa, Sierra y Selva se pusieron de pie y, todos unidos, contribuyeron enormemente, permitiendo alcanzar y superar la meta pactada. Así, el monto recaudado superó tres veces la meta mínima trazada inicialmente en 3 millones de nuevos soles.

La Secretaría de Prensa de la Presidencia de la República informó que el Banco de la Nación colectó en sus cuentas creadas para este fin S/. 3'465,204. En este sentido, la colaboración y buena voluntad de la familia del BN, permitió entregar 20 mil 342 nuevos soles a favor de los niños y niñas del Hogar Clínica San Juan de Dios.

Cabe resaltar la inagotable labor del equipo de trabajadores del BN que participó directamente en las agencias a nivel nacional, los puntos Multired Móvil y la oficina instalada en el frontis de sede del Poder Ejecutivo.

“Una Red de ... solidaridad”

En lo que respecta al Departamento Red de Agencias del Banco de la Nación, se hizo presente aportando:

- 370 funcionarios y trabajadores de la Red de Oficinas que laboraron desinteresadamente.
- 85 oficinas que garantizaron la cobertura en el ámbito nacional.
- 05 estaciones de trabajo Multired Móvil que permitieron incrementar la recaudación en las ciudades de Trujillo, Cajamarca y Huancayo, así como en los distritos de Miraflores y San Miguel.
- 01 plataforma de atención en el patio de honor de Palacio de Gobierno, a través de la cual se logró atender aproximadamente 5 mil personas sin registrar ninguna incidencia o evento negativo.

*Dilver Delgado y
Diana Rafael, los
niños símbolos
de la Teletón
2008.*

Imagen e innovación con propósito

El departamento de Comunicación Corporativa también aportó para el cumplimiento institucional de la Teletón del Hogar Clínica San Juan de Dios desarrollando:

- Diseño arquitectónico y de interiores del stand y módulos del Banco de la Nación en Palacio de Gobierno.
- Producción de videos y apoyo a la Teletón en el circuito cerrado de televisión del BN.
- Diseño gráfico y producción de polos, gorros y stickers de promoción de las cuentas del Banco de la Nación.
- Publicación de artículos periodísticos y publicitarios de la Teletón en diferentes medios de comunicación a nivel nacional.
- Producción y archivo audiovisual y fotográfico de la jornada completa de la Teletón 2008.



Galería

Sin duda, el domingo 21 de diciembre de 2008 quedará marcado en la historia del Banco de la Nación, pues no sólo se entregó un aporte eco-

nómico, sino se demostró que podemos hacer las cosas, igual o mejor, que la banca privada, con mayor experiencia en estos eventos. Estuvimos pre-

sentados en esta gran jornada, siendo uno de los entes recaudadores oficiales. Somos el banco de todos los peruanos y eso se hizo evidente.



La Primera Dama de la Nación, Pilar Nores de García, visitó el módulo del BN.



Muchos personajes de la farándula limeña efectuaron su donación en nuestro banco.



Los congresistas de las diversas bancadas se sumaron a la cruzada.



El Banco de la Nación ocupó un lugar importante para la difusión de la Teletón.



El popular Grupo 5 contagió su alegría al público presente en Palacio de Gobierno.



Fuimos el medio para que muchas autoridades colaboren con la Clínica San Juan de Dios.



A través de nuestra ventanilla los hermanos Tudela depositaron su donación.



Diferentes áreas del BN trabajaron arduamente para demostrar la capacidad operativa del BN.

El equipo de Red de Agencias participó de principio a fin en la larga jornada.





BN entrega remodelada agencia Juliaca

Para satisfacer la demanda de la población de Juliaca, el Banco de la Nación entregó las obras de remodelación de la Agencia "A" Juliaca, que atenderá a los más de 220 mil habitantes de dicha zona.



Una inauguración de lujo. A la ceremonia, asistieron el Presidente del Consejo de Ministros, Yehude Simon Munaro, el Ministro de Transportes y Comunicaciones, Enrique Cornejo Ramírez, el titular de Salud, Oscar Ugarte Ubillús, la ministra de Comercio Exterior y Turismo, Mercedes Araoz Fernández y el ministro de Agricultura, Carlos Leyton Muñoz.

La modernización de la agencia "A" Juliaca representa un significativo ahorro de tiempo y agilización de los trámites y procesos bancarios en toda la región Puno. Como se sabe, Juliaca es una ciudad pujante que vive del comercio y de la zona franca con Bolivia. Sus movimientos financieros son altos y constantes. Incrementar la capacidad operativa del BN en esta ciudad era necesario.

En este sentido, la moderna oficina elevó a 15 el número de ventanillas para realizar las operaciones de mayor demanda. Asimismo, se instalaron 4 cajeros automáticos con la certificación Visa Internacional que facilitarán a los pobladores y turistas el retiro de dinero en efectivo las 24 horas del día.

Además, el segundo piso de la agencia, se dedicará al módulo de atención de Préstamos Multired para los servidores del sector pú-

blico, jubilados y pensionistas con cuenta en el Banco de la Nación. Entre otras autoridades participaron el presidente regional de Puno, Hernán Fuentes Guzmán, los congresistas locales, Aldo Estrada Choque y Yhony Lescano Anchieta, la máxima autoridad institucional del Banco de la Nación, Humberto Meneses Arancibia, acompañado del vicepresidente del directorio, Armando Osorio Murga y de los directores del BN, Arturo Seminario Dapello, José Berley Arista Arbildo y Hugo Javier Rodríguez Espinoza.

El presidente ejecutivo del BN, Humberto Meneses Arancibia, afirmó que con la entrega de esta agencia, se ratifica el apoyo institucional a Juliaca en su desarrollo económico. "Conocemos el flujo económico de Juliaca y la confianza de su gente en el Banco de la Nación", sostuvo Meneses Arancibia.

Comunicación y creatividad a todo terreno

Para lograr un ambiente de comprensión y aceptación pública, los esfuerzos de una organización se consolidan en un modelo comunicacional que garantice el manejo adecuado y oportuno de la información.

Por medio de una Estrategia de Comunicación, que se traduce en un afán planificado, deliberado y continuo, se establece la buena imagen y credibilidad del Banco de la Nación ante la sociedad.

En el marco de la conducción de la política institucional, el Departamento de Comunicación Corporativa, en pleno reconocimiento de la importancia que juega la transmisión de información y utilizando modelos estratégicos de difusión, identifica las necesidades de

comunicación de cada una de las áreas y departamentos del BN. El trabajo de esta oficina es hacer de conocimiento público lo que sucede internamente y que resulte beneficioso para nuestros clientes y usuarios a nivel nacional. Este proceso no camina solo, sino que implica la participación decidida de los 43 trabajadores que



conforman el área de Comunicación Corporativa. Sus instalaciones se ubican en el piso 8 de nuestra sede principal, y desde allí conjugan los lineamientos de Imagen-Responsabilidad Social, Marketing-Publicidad y Prensa para el fortalecimiento institucional.

El Área de Imagen es responsable de apoyar la ambientación de las agencias en todo el país, manteniendo un estilo uniforme. Además, su equipo se encarga del desarrollo de campañas de concientización social, tales como BN Te Ayuda, Taxi Cívico, BN y la Positiva te cuidan y Tu Seguridad es primero. A ello se suma, la organización de eventos institucionales como firma de convenios, otorgamiento de líneas de crédito, entre otros. De otro lado, organizan los stands y tiendas en las ferias de las distintas entidades del sistema financiero nacional, con el propósito de exhibir nuestra gama de productos y servicios para los servidores públicos, pensionistas y microempresarios. Todo su esfuerzo se resume en preservar y mejorar permanentemente la buena imagen del Banco de la Nación.

Por su parte la división Marketing y Publicidad tiene como misión el diseño y ejecución de campañas de promoción y el posicionamiento de las marcas, productos y servicios del BN en el mercado. Para ello coordina con las distintas áreas de negocios y departamentos operativos del banco. Dentro de su labor, evalúan el impacto en la opinión pública y los estándares de aceptación institucionales. También, se desarrolla material gráfico orientado al público interno del Banco y se viene trabajando en una nueva estructura para

nuestro Portal Web e Intranet. Asimismo, coordina el abastecimiento de material publicitario a las agencias de la red y atender sus requerimientos de artículos promocionales de los productos y servicios financieros del BN. Sus tareas incluyen el estudio de los medios de comunicación ideales para el diseño y la difusión de spots y avisos publicitarios. La división Prensa, es el órgano encargado de difundir mediante prensa escrita, radial, televisiva

Su trabajo es hacer de conocimiento público lo que sucede internamente y que resulte beneficioso

y on line toda clase de hechos o sucesos que atañen al banco en su proceso de crecimiento y posicionamiento a nivel nacional. Ello significa, la elaboración de invitaciones, notas de prensa, informes especiales y videos institucionales. Es aquí donde se produce y diagrama el boletín institucional "Nuestro banco", los populares Comunicados, Pasa la Voz, Síntesis Informativa y Así informa la

Equipo del departamento en plena labor creativa



Prensa, que son resultado de la creatividad de sus profesionales. Internamente, involucra labores de redacción periodística, audiovisuales y diagramación. Aquí también se produce el circuito cerrado de televisión y los spots publicitarios que se visualizan en las pantallas de todas las oficinas de la red nacional del BN. Del mismo modo, orienta las acciones comunicacionales, con el propósito de actuar pro activamente en la prevención y posteriormente en la administración del manejo de crisis de imagen y credibilidad institucional.

Por todo ello, los máximos objetivos de Comunicación Corporativa son el apoyo permanente a todos los departamentos y gerencias, el fortalecimiento de los valores de la organización y el conocimiento general del Banco, dándole un sentido integrador a la identidad e imagen del Banco de la Nación.



Una Buena Noticia: Ahora Multired te Premia

El Banco de la Nación está comprometido con cada uno de sus clientes, su inquietud va más allá de brindarles productos y servicios de calidad, pues además otorga soluciones financieras, mecanismos innovadores, reafirmando nuestro objetivo de ser una banca de servicios y el brazo financiero del Estado.

La preocupación hacia nuestros usuarios es constante, otorgando

Ahora queremos premiarlos, esperando que obtengan más beneficios.

siempre a cada una de nuestras actividades un valor agregado. Hoy queremos gratificarlos y recompensar la confianza. Con el concurso Multired Te Premia, los clientes del BN que realicen compras con su Tarjeta Multired Débito en los puntos de venta Visa, accederán al sorteo de 100 premios de S/. 1,000.00 cada uno, durante 6 meses.

Si usted es titular de una cuenta de ahorros del Banco de la Nación y efectúa compras en un establecimiento comercial afiliado a VISA puede participar. Cada S/ 50.00 de compra es una opción. Además, los usuarios que utilicen por primera vez su tarjeta, triplicarán sus opciones de las compras realizadas durante el primer mes.

Recordemos que en el 2005 el BN presentaba de manera

oficial su tarjeta Multired Global Débito afiliada a Visa, con la que buscó que todos sus usuarios realicen sus operaciones con mayor comodidad y seguridad, y así fue. Ahora queremos premiarlos, esperando que obtengan más beneficios.

De manera especial...

Durante la ceremonia de lanzamiento que presidió el gerente general (e), Julio del Castillo Vargas, se resaltó y agradeció el apoyo de los medios de comunicación y periodistas quienes difundieron y promovieron nuestros productos y servicios durante el año 2008. La función que cumplen ellos en la sociedad es importante, nuestra gratitud tenía que ser expresada.

Los periodistas Lili Guerra del Diario Expreso, Mercedes Oré del Diario Gestión, Javier Parker de la Agencia de Noticias Andina, y Jimmy Torres del Diario Del País recibieron una especial distinción por la cobertura brindada y la amistad hacia nuestra entidad.

Terminamos un 2008 con muchas metas alcanzadas e iniciamos un 2009 con nuevos retos y desafíos. Pero el objetivo nunca variará: brindar a nuestros clientes calidad y eficiencia en los servicios bancarios.



El lanzamiento convocó a un gran número de medios de comunicación.



Click Clack!

Aniversario de San Judas Tadeo - Elizalde

La Sección Imprenta del Banco de la Nación realizó como todos los años una paraliturgia por los más de 50 años de celebración del Santo Patrón San Judas Tadeo en las instalaciones de Elizalde. Y como grandes son los favores del Santo Patrón del Trabajo, los trabajadores organizaron una misa hasta donde acudieron el gerente de Red de Agencias, Oscar Salas Bracamonte y el gerente del Departamento de Logística, Carlos Basadre Lacunza. El acto concluyó con un suculento almuerzo, así como diversos números artísticos. Estuvieron presentes, el jefe de la Imprenta, Hugo Herrera y el jefe de la sección Economato, Rino Córdova.



Dulce Navidad

En vísperas de navidad del niño Jesús, el personal de la División Soporte Regional VI - Huancayo y trabajadores de la Sucursal "B" Huancayo agasajaron no solo a 150 niños, sino a 50 adultos mayores por navidad. La actividad tuvo lugar en el distrito de Chupuro, provincia de Huancayo, departamento de Junín. Nuestro simpático Benito mostró sus mejores dotes artísticas y amenizó la noble jornada.



Navidad, Navidad Blanca Navidad

El Banco de la Nación no sólo se destaca por ser el banco de todos los peruanos, sino también por la labor social que desempeñan los trabajadores de todas sus áreas. Por eso, la familia del BN a nivel nacional se hermanó para alegrar a muchos niños regalándoles juguetes y un rato de alegría. Fueron muchas las agencias al interior del país las que compartieron gratos momentos con los infantes locales.





De Campeonato

Alta Dirección se coronó campeón del II Campeonato Interno de Mini Fútbol Master 2008 tras ganarle al equipo de Operaciones A. El jugador con más goles anotados fue Pedro Urbano Baltodano, con 17 tantos. El arquero menos batido resultó Anselmo Bernaldo Cordova. Este torneo se jugó en 10 fechas en el complejo deportivo la Calera.

Homenaje a Selección Master y Libre por Títulos

El presidente ejecutivo del Banco de la Nación, Humberto Meneses en compañía de altos funcionarios rindió tributo a los jugadores de la Selección master del banco por haberse coronado como campeones del campeonato Asbanc 2008. Así mismo, distinguió a los jugadores de la categoría juvenil Libre, por haber obtenido el título de vencedores del campeonato en los Juegos Deportivos Laborales IPD 2008. Meneses destacó el esfuerzo efectuado por cada uno de los jugadores de ambas escuadras del banco, por dejar en alto la imagen de nuestra institución. La ceremonia se realizó el 15 de diciembre en la sala de Directorio de nuestra sede principal.



Entre amigas

El grupo de secretarías del Banco de la Nación compartió una amena velada con motivo de las celebraciones de Pascuas y Año Nuevo. En la cita, intercambiaron regalos, anécdotas y un momento de sana diversión.

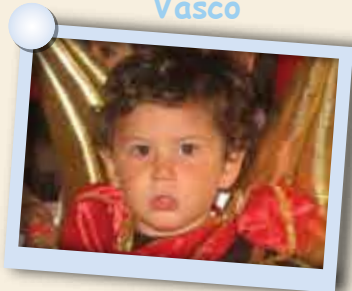


Gente BN

Esta página está dedicada íntegramente a los pequeños que forman parte de la gran familia del BN. Si tiene alguna buena nueva, envíe su información y foto al correo: ce_ccorporativa11@bn.com.pe



Vasco



Mamá: Lucía Aliaga Marín
División de Bienestar, Dep. de Personal
Nació el 09 de Julio del 2007

Alvaro



Papá: Carlos Morante Villacorta
Recibidor - Pagador, Suc. S.M.P.
Nació 19 de Enero del 2006

Daniel



Mamá: Diana Judith Chunga Alvarez
Recibidor - Pagador, Agencia "A" de Tumbes
Nació 03 de Setiembre del 2008

Gonzalo



Mamá: Norma Espino Ayme
Central de Atención Telefónica
Nació el 03 de Agosto del 2005

Guadalupe



Nieta de Amelia Vargas Demarini
Departamento de Contabilidad
Nació el 03 de Junio del 2007

Sebastian



Papá: Ronnie Abel Oroche Carrion
Sucursal Iquitos
Nació el 16 de Febrero 2007

Gabrielita



Mamá: Juliana Palomino Salazar
División de Canales Remotos y Virtuales
Nació el 02 de Febrero del 2008

Luis y Roberto



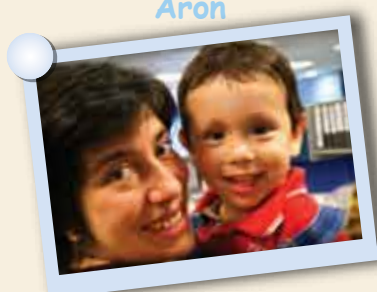
Padre : Luis Felipe Santana Soto
Agencia Prico Sunat Loreto
Suc. "C" Iquitos

Carolina



Mamá: Mercedes Caillhua Onque
Departamento de Contabilidad
Nació el 30 de Marzo del 2008

Aron



Mamá: Maria Elena Hinostroza
Comunicación Corporativa
Nació el 12 de Febrero del 2007

Graduación

Felicitamos a la señorita
Mery Sthepany Wawer Rivera Livaque
Graduada en el Colegio Particular Católico
Santo Toribio de Mogrovejo efectuado el día
15.12.08 en la ciudad de
Chiclayo - Lambayeque.

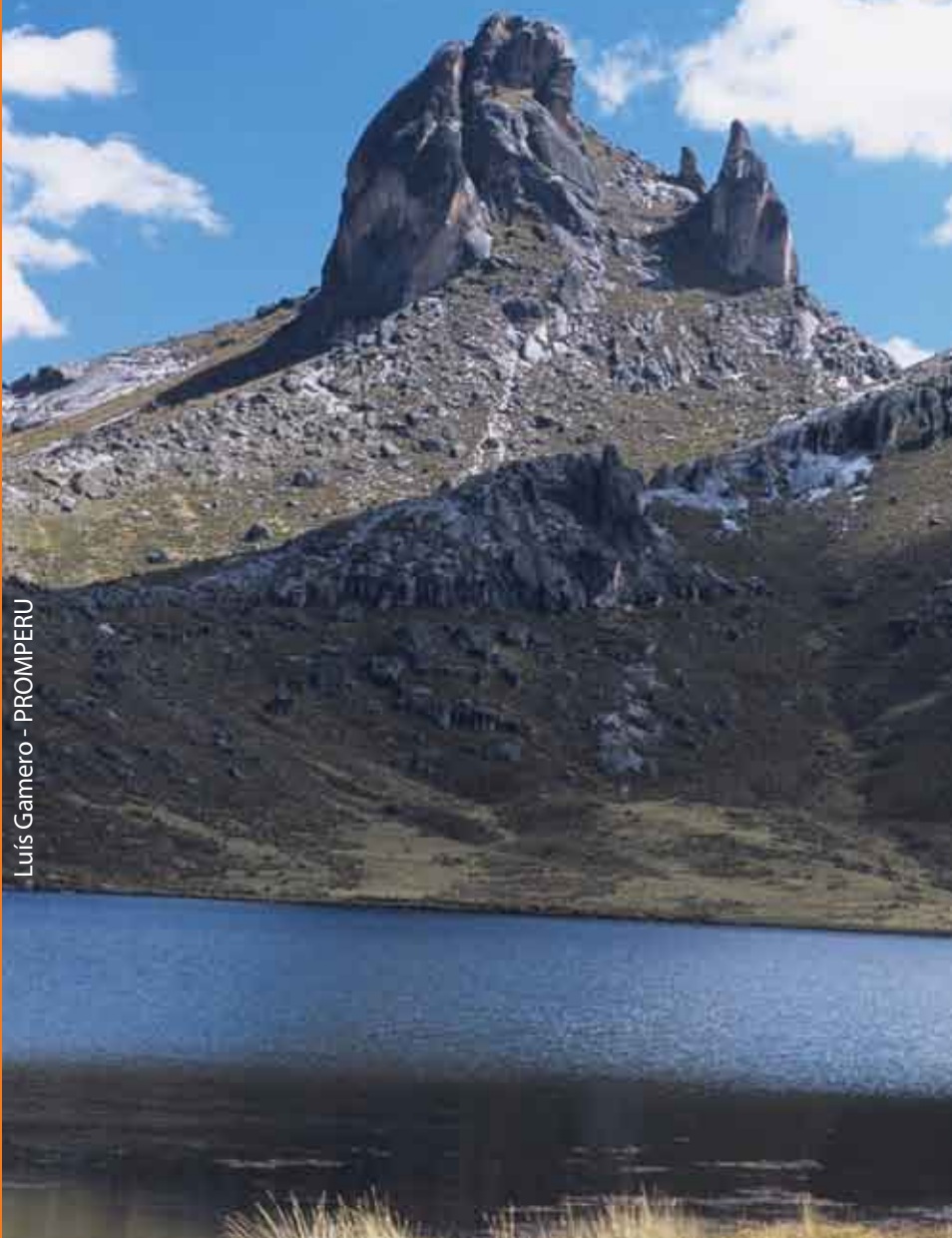
Hija de nuestro compañero:
Juan Francisco Rivera Cabrera
Administrador Agencia B Tingo María.



Conociendo el Perú

Si lo que te gusta es viajar y conocer más a fondo tu país, aquí encontrarás lo necesario para planificar tu viaje. El Banco de la Nación y PROMPERÚ te ofrecen esta nueva alternativa de información. ¡Suerte y Buen viaje!

Luis Gamero - PROMPERU



Cerro de Pasco

Siendo una de las ciudades más altas del Perú, Cerro de Pasco, capital del departamento de Pasco, en la sierra central del país, es también uno de los lugares más extraordinarios de la región: lo drástico de su clima y la altura, suponen un plácido contrapunto con las montañas que la rodean.

PRINCIPALES ATRACTIVOS:

Iglesia San Pedro de Ninacaca
Iglesia Inmaculada Concepción de Vicco
Laguna de Punrun
Réplica de la Casa de Daniel A. Carrión
Santuario Nacional de Huayllay
Baños Termales de Calera
Nevado de Huaguruncho
Baños Termales de Conoc

ALTIMUD

Capital: 4338 msnm (Cerro de Pasco).
Mínima: 256 msnm (Puerto Bermúdez).
Máxima: 4380 msnm (Yanacancha)

CLIMA

La ciudad de Cerro de Pasco cuenta con un clima frío y con una permanente presencia de lluvias durante las estaciones de otoño, primavera y verano. La temperatura media anual máxima es de 12°C (54°F) y la mínima de 0,6°C (31°F).

VÍAS DE ACCESO

Terrestre: Lima-Cerro de Pasco: 295 km por la Carretera Central (7 horas en bus).



DISTANCIAS DESDE CERRO DE PASCO

Yanahuanca (Prov. Daniel Carrión) 64 km / 2 horas.
Oxapampa (Prov. Oxapampa) 396 km / 9 horas.



MERCADOS DE ARTESANÍA

Cerro de Pasco: Feria Nacional Industrial, Agroindustrial, Artesanal y Turística.
Edificio Estatal s/n, San Juan. Tel/fax. (063)72-2275.
Galería de exposición de muestras. Edificio estatal N° 3, Av. Los Próceres s/n, San Juan. Tel. (063) 72-3168 / (063) 72-2275.
Oxapampa: Feria Artesanal, Agropecuaria y Agroindustrial. Paseo Los Colonos s/n. Tel. (063) 72-2143.




INSTITUCIONES TURÍSTICAS Y ENLACES

Gobierno Regional de Pasco
www.regionpasco.gob.pe

Febrero 2009

| Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|
| | | | | | | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | |

 Banco de la Nación

Enero 2009

| Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do |
|----|----|----|----|----|----|----|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | |