 Banco de la Nación



Nuestra Razón de Ser

LLEVAR DESARROLLO A CADA RINCÓN DEL PERÚ



Nuestra Razón de Ser



ÍNDICE

I. Enfoque de Competitividad Aplicado por el Banco de la Nación en su Acción Social	4
I.1. Resultados del Enfoque Competitivo – Social	7
I.2. Resultados del Accionar Social del Banco de la Nación	11
A. Agencias del Banco de la Nación a nivel nacional	12
B. Apertura de nuevas agencias del Banco de la Nación	13
C. Apertura de agencias en zonas estratégicas	14
D. Préstamos a los Gobiernos Regionales y Locales	15
E. Cajeros automáticos o ATM's Multired a nivel nacional	16
F. Apoyo del Banco de la Nación al Programa Juntos	17
G. Ventanillas Compartidas con las IFI's (DS 047 - 2006 – EF)	18
H. Líneas de crédito PROMYPE - D.S. 134-2006-EF y DS 047-2006-EF	19
I. Préstamos Multired	20
J. Crédito Hipotecario	21
K. Programa “BN Te Ayuda”	22
L. Promoción de apertura de cuentas de ahorro en agencias UOB	23
M. Capacitación del personal	24
II. Impacto Social del Banco de la Nación a nivel nacional	27
A. División de Soporte Regional I - Piura	28
B. División de Soporte Regional II - Iquitos	29
C. División de Soporte Regional III - Chiclayo	30
D. División de Soporte Regional IV - Trujillo	31
E. División de Soporte Regional V - Pucallpa	32
F. División de Soporte Regional VI - Huancayo	33
G. División de Soporte Regional VII - Ica	34
H. División de Soporte Regional VIII - Cusco	35
I. División de Soporte Regional IX - Arequipa	36
J. División de Soporte Regional X - Tacna	37
K. División Zonal Lima	38



Antes del Informe de Gestión correspondiente, debo extender mi agradecimiento, en primer lugar, al Presidente de la República, Dr. Alan García Pérez, por haberme depositado su confianza en la conducción del Banco de la Nación y, asimismo, agradecer el decidido apoyo del Gerente General, de los gerentes de todas las áreas y en especial al personal en su conjunto, con quienes hemos conformado un equipo de trabajo que satisface plenamente los niveles de excelencia, que exige la era de globalización que vivimos.

Con este equipo y la constante innovación, hemos creado un inédito modelo de negocio a nivel internacional, cambiando vidas y destinos de los peruanos con un arma muy poderosa: bancarización con inclusión social, objetivos planteados desde el Gobierno Nacional.

Diseñar y poner en ejecución el nuevo modelo de negocio del Banco de la Nación, que crea simultáneamente valor económico y social, ha sido un reto, pero sus resultados son alentadores. Nuestras plataformas, como comprobarán, han crecido notablemente. Hemos logrado premios internacionales por la originalidad de nuestros productos y servicios financieros. Las más prestigiosas organizaciones del empresariado nacional reconocen nuestra labor promocional en la expansión de la ciudadanía financiera, sobre todo, en los lugares más recónditos del país. Ahora, el distintivo del Banco se luce en los rankings de los mejores y mayores bancos de América Latina y el mundo.

Hoy, con rostro provinciano, el Banco de la Nación se alza en tres pilares fundamentales, desde una renovada perspectiva de competitividad. En primer término, resalta con luces propias el montaje de oficinas dotadas de tecnología de punta para satisfacer a millones de clientes a nivel nacional. En segundo lugar, figura la puesta en servicio de productos de alta calidad financiera y, por último, la capacitación permanente a nuestros funcionarios y empleados en la Universidad Corporativa del Banco de la Nación, dándonos un perfil diferencial académico, inherente a las grandes corporaciones financieras del orbe.

Asimismo, el Banco de la Nación se ha convertido en canal financiero de las políticas sociales del Estado, como el Programa Juntos, con las que libró dura batalla contra la extrema pobreza y en especial contra la desnutrición crónica infantil. Hoy en día, por ejemplo, casi medio millón de campesinas, se incorporan al mercado financiero al recibir sus tarjetas Multired Débito Visa; lo que representa un apoyo sustantivo al perfil de crecimiento económico descentralizado y con inclusión social.

Por esta razón, en medio de los cuadros estadísticos de esta Memoria 2010, resaltan



ricos testimonios de peruanos y peruanas, de pueblos enteros, que nos cuentan sus historias de haber vencido a la adversidad, gracias al apoyo de los canales de atención del Banco de la Nación, ya sea en las estribaciones andinas, en los desiertos de la Costa o en el bosque amazónico, como es el caso de la instalación de la agencia fronteriza Soplín Vargas (pueblo ubicado en el distrito de Teniente Clavero, Región Loreto) a la que se le proporcionó todos los servicios financieros de última generación para que derroto su enclaustramiento y así se abra de cara al progreso.

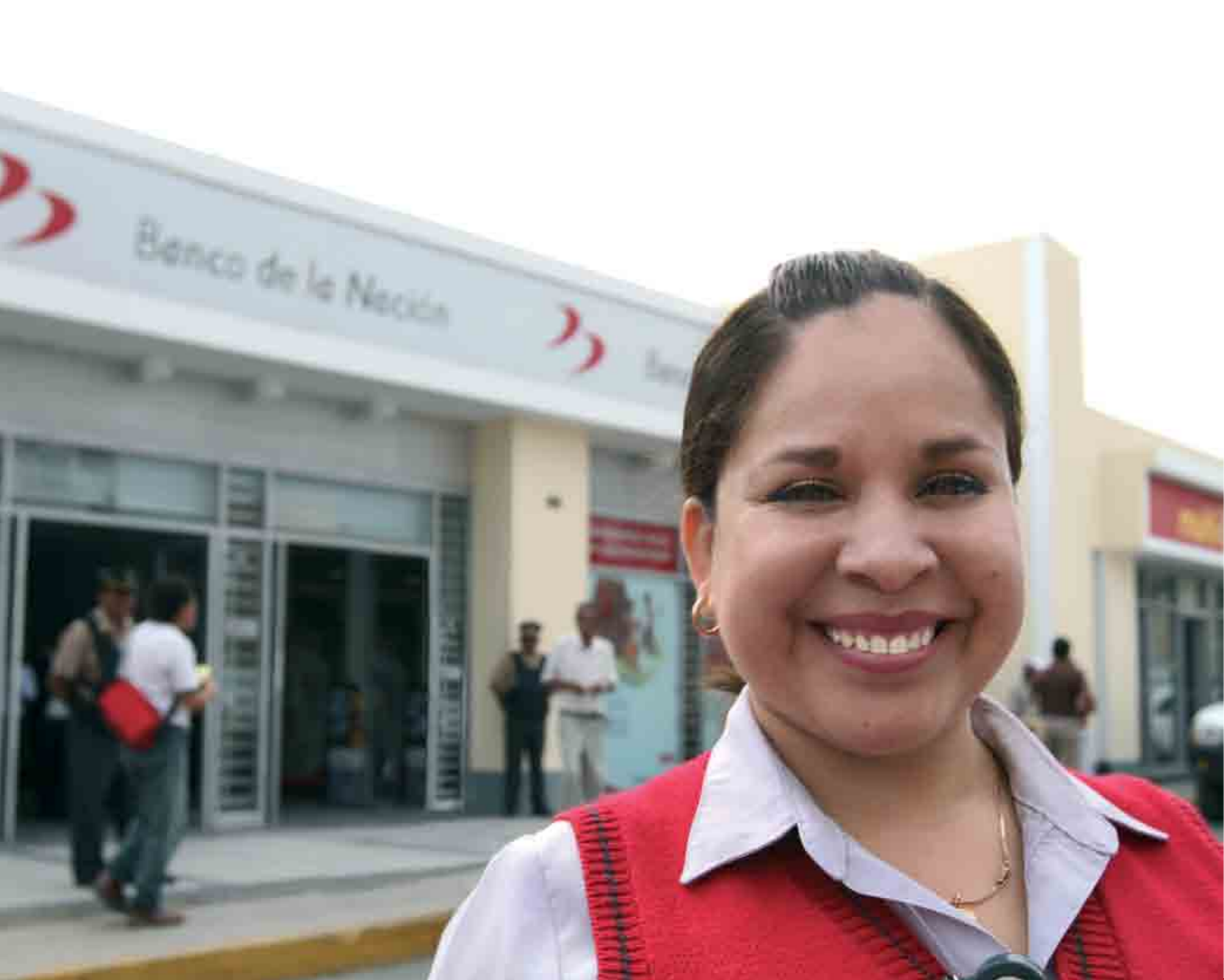
En esta tarea, la Red Nacional de Agencias del Banco de la Nación, la más grande y extensa a nivel nacional, cumple con los objetivos trazados en nuestro Plan Estratégico al constituirse en verdadera columna vertebral de integración social, incluyendo los cajeros automáticos y los cajeros corresponsales.

En esta línea, hemos respondido a las políticas públicas, dictadas por el Gobierno Nacional, para la promoción, desarrollo y sostenimiento de las micro y pequeñas empresas, en las zonas más alejadas del país. Es así que a través de las Instituciones Especializadas en Microfinanzas, el Banco de la Nación logró insertar en la actividad económica a la población desempleada con el fomento de sus proyectos y, asimismo, impulsó sus negocios hacia la formalización, para convertirse, hoy en día, en agentes activos del desarrollo nacional. De igual modo, fue soporte efectivo de los Programas Sociales Juntos, Gratitud y Construyendo Perú.

De otro lado, en este quinquenio, nos reafirmamos como el banco de los trabajadores y pensionistas del Sector Público, a los que les facilitó soluciones financieras para elevar sus estándares de vida, ofreciéndoles, por ejemplo, el Préstamo Multired y el Crédito Hipotecario, fiel reflejo de una amplia cobertura jamás antes vista.

Hemos transitado en el año 2010 el camino de la excelencia al lograr la certificación ISO 9001-2008. Hemos obtenido, por segundo año consecutivo, clasificaciones públicas de riesgos de A y A- otorgadas por las solventes empresas Equilibrium y Apoyo & Asociados.

Humberto Orlando Meneses Arancibia
Presidente Ejecutivo



Reporte de Acción Social del Banco de la Nación

Instituciones como el Banco de la Nación planifican, observan, corrigen y replantean la ruta de desarrollo de un país, cumpliendo un rol en el proceso de inclusión e incremento de la competitividad. Su sola presencia en aquellas regiones desvinculadas del sistema financiero moderno, representa una oportunidad de desarrollo, un cambio. Se ha demostrado que este rol contribuye, decididamente, al incremento sostenido del bienestar de la población, lo cual es la esencia de la misión social del BN, afianzada en la última década: Cambiar vidas.

El Banco de la Nación, desde el inicio de la actual gestión, ha tenido y tiene el reto de llegar a ser reconocido no solo por su excelencia en la calidad de sus servicios y por la integridad de su gente, sino por su contribución al desarrollo nacional. El proceso de bancarización con inclusión social, ha permitido mejorar la calidad de vida de la población peruana en los lugares más recónditos del país; y se ha dado creándose, simultáneamente, valor económico y social, a fin de ser sostenible y exitoso en el largo plazo. El BN se ha propuesto incrementar el bienestar de la población y a través de su accionar financiero y social, lo está haciendo.

Por segundo año consecutivo, el enfoque para medir el accionar social que ha elegido el Banco de la Nación está basado en el modelo de competitividad regional de CENTRUM Católica publicado en CEPAL Review 102, A competitiveness index for the regions of a country, considerando que es el mejor indicador para medir y direccionar su accionar, en la medida que el concepto de competitividad para una región implica en esencia bienestar para su población. Este enfoque es sistémico y considera que la intervención financiera y social del BN, es sólo uno de los factores necesarios para el desarrollo de las regiones. Son precisamente las regiones, bajo el enfoque geográfico, las unidades que mantiene el BN para focalizar su accionar teniendo como meta: Lograr la inclusión financiera y social de todas las regiones, considerando sus ventajas competitivas, para así, optimizar el impacto de su accionar incrementando el desarrollo y bienestar de la población.

Adicionalmente al enfoque competitivo, la trascendencia del accionar del Banco de la Nación persigue un fin complementario, el definirse como actor principal en la lucha contra la pobreza. La misma que se ha logrado reducir en los últimos cinco años en cerca de 13 puntos porcentuales, período en el que el BN, ha ampliado consistentemente su cobertura, alcance, inclusión e impacto en la sociedad a través de sus diversos productos y canales de atención.

El Banco de la Nación cambia vidas incrementando el bienestar a través de su accionar financiero y social.



I. Enfoque de Competitividad Aplicado por el Banco de la Nación en su Acción Social

La concepción de competitividad que ha asumido el BN, recoge 2 factores fundamentales para el crecimiento sostenido de las regiones: a) Los factores competitivos que determinan el nivel de productividad y, b) La competitividad como determinante del incremento del bienestar de las personas de manera sostenida. Es así que el enfoque Competitivo – Social que ha seguido el BN es aquel que busca la administración de recursos y capacidades para incrementar sostenidamente la productividad empresarial y el bienestar de la población de la región.

Sin perjuicio de lo anterior, la definición de competitividad no es el foco de atención. Sin importar cómo se defina competitividad, este concepto es altamente valorado por los agentes económicos, según la interpretación que le den y relacionado a los intereses que persigan, es decir, hoy en día es posible encontrar una definición de competitividad que se ajuste a cada necesidad. En este contexto, el reto que trasciende para analizar el accionar del BN es la medición de la competitividad regional, de tal manera que los resultados reflejen sus ventajas competitivas y se convierta en una herramienta adecuada para el desarrollo.

El enfoque competitivo permite medir y comparar los factores que determinan la competitividad de las regiones. Asimismo, la aplicación de esta metodología permite contar con una herramienta de planificación y gestión. Su utilización brinda la posibilidad de identificar el potencial de cada región, analizar las tendencias y factores críticos que determinan su competitividad y servir de elemento orientador del desarrollo sostenido. Un enfoque de gestión basado en la competitividad, concibe el desarrollo regional como un proceso colaborativo que compete no sólo al Estado, sino también a las empresas privadas, instituciones de enseñanza, y a la sociedad civil. Este enfoque tiene como objetivo el

incentivo de las inversiones, la creación de riqueza, y fundamentalmente, desarrollar las ventajas competitivas de las regiones.

El progreso de las regiones del Perú es un esfuerzo que trasciende al de medir su competitividad, no hay que olvidar que esta medición es sólo un indicador global que refleja áreas con fortalezas o debilidades y no pretende necesariamente dar

una receta específica. Sin embargo, le da la oportunidad al BN de incidir sobre estos aspectos aplicando políticas y acciones de desarrollo. Al igual que cualquier otro índice, es una síntesis de aspectos relevantes de la realidad, que muestra determinados aspectos fundamentales, aunque no necesariamente todos.

Por lo tanto, la presente administración se ha propuesto sentar las bases para que el impacto del accionar social del BN se pueda direccionar a través de un indicador que cuantifique la competitividad de las regiones, con el objetivo de contar con una guía cuantitativa que le permita maximizar el impacto de su accionar, en post de mejorar la calidad de vida de la población de cada región.

El reto que trasciende es la medición de la competitividad regional



Pilares de la Competitividad

Economía

El Pilar Economía mide el tamaño de la economía regional, su capacidad de lograr un crecimiento sostenido, su nivel de integración con el mundo a través de las exportaciones y la diversificación de su oferta, así como su capacidad de generar empleo.

Gobierno

Surge del frente microeconómico del rol del Estado, es decir, en competencia perfecta, el libre mercado permite alcanzar el equilibrio. Sin embargo, este escenario es utópico debido a que existen fallas o distorsiones en el mercado que evita que este opere en tal situación de eficiencia. La más común de estas fallas es la existencia de bienes públicos que necesitan ser administrados con criterios económicos y sociales, considerando las externalidades o generando monopolios y oligopolios. Es en estos casos que surge el fundamento teórico para la intervención del Estado y, por ende, el fundamento para el accionar de los gobiernos a través de sus instituciones. El Pilar Gobierno mide los recursos con los que dispone una región, su nivel de autonomía fiscal, la calidad del gasto y el sistema de seguridad y justicia.

Infraestructura

El nivel de la infraestructura de una región está íntimamente vinculado a su nivel de desarrollo, y constituye en caso de retraso, una restricción severa sobre las posibilidades de grandes avances en el bienestar material de su población. Es así que se plantea como la capacidad actual de cada región para sustentar la productividad y competitividad de los negocios. En ese sentido el Pilar Infraestructura mide la capacidad de la región con respecto a la generación de energía, su red vial, transporte, infraestructura para el turismo y red de comunicaciones.

Personas

El capital humano es el valor del potencial de obtención de ingreso que poseen los individuos. A pesar de tener un componente de recurso natural, procede en su mayor parte de factores externos. En ese sentido el Pilar Personas busca medir dichos factores a través de la competitividad de la educación escolar y superior, logros educativos, formación laboral y el acceso a los servicios de salud.

Empresas

Las empresas, para poder afrontar con éxito las nuevas exigencias, necesitan reorganizarse tanto a nivel interno como dentro del entorno que los rodea. Es en este contexto que el Pilar Empresas mide la productividad de la región, así como las capacidades e indicadores de gestión, a través de la opinión de empresarios líderes de cada región.

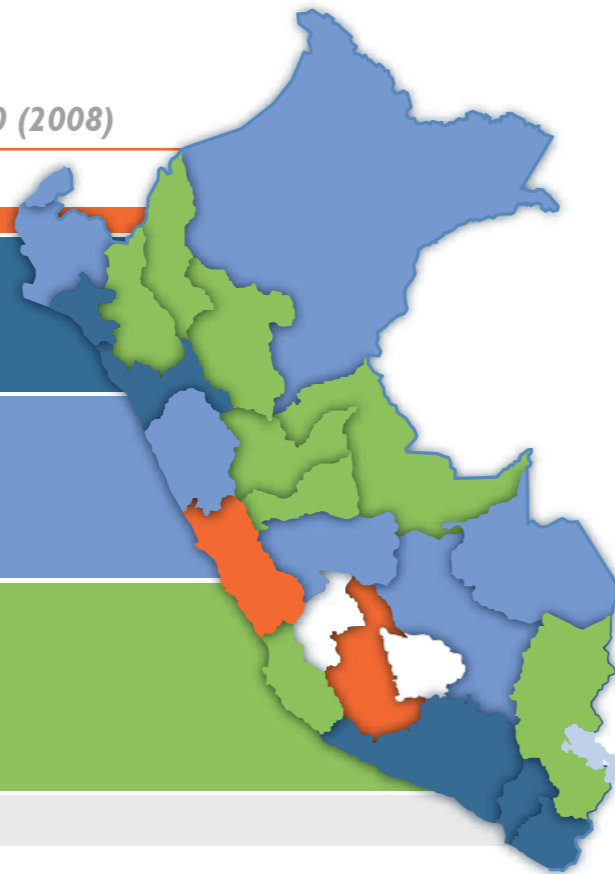
Nota metodológica: Los cinco Pilares abarcan 25 factores que sintetizan a su vez 90 variables estadísticas, calculadas para cada región.

I.1. Resultados del Enfoque Competitivo – Social

Los resultados regionales bajo el enfoque Competitivo – Social se presentan en una escala del 1 al 100 y en un ranking del 1 al 24, donde sólo la región que tenga 100 en cada pilar obtendrá el máximo valor (100) en el Índice General; mientras que, la región que obtenga el índice más alto comparativamente se ubicará en el primer lugar del ranking. Tanto en el 2008 como en el 2010, Lima y Callao ocupó el primer lugar, calificándose como la región más competitiva, mientras que, el último lugar en ambos años lo ocupó Huancavelica. Estos resultados, no sólo revelan el liderazgo de Lima y Callao sobre las demás regiones del territorio, sino que permiten medir, a través del Índice, la brecha existente con las demás regiones analizadas, evidenciándose la necesidad de focalizar cada vez más el accionar del BN.

Índice General de Competitividad 2010 (2008)

1 (1)	Lima y Callao	73.57 (75.24)
2 (2)	Arequipa	45.32 (49.66)
3 (3)	Ica	44.49 (48.17)
4 (6)	La Libertad	42.63 (42.24)
5 (7)	Lambayeque	41.40 (41.15)
6 (4)	Tacna	41.27 (44.83)
7 (5)	Moquegua	40.45 (42.73)
8 (9)	Piura	36.64 (35.25)
9 (8)	Tumbes	35.46 (36.51)
10(12)	Cusco	33.16 (33.45)
11(11)	Ancash	33.01 (33.81)
12(10)	Loreto	32.99 (34.13)
13(14)	Madre de Dios	32.68 (31.36)
14(13)	Junín	31.66 (33.36)
15(15)	Pasco	29.80 (30.64)
16(17)	Puno	27.22 (25.88)
17(16)	Ucayali	27.15 (27.73)
18(18)	Huánuco	25.70 (25.04)
19(21)	San Martín	25.18 (23.71)
20(19)	Amazonas	24.42 (25.02)
21(22)	Ayacucho	23.54 (23.44)
22(23)	Cajamarca	23.17 (21.73)
23(23)	Apurímac	21.36 (24.45)
24(22)	Huancavelica	17.64 (18.98)



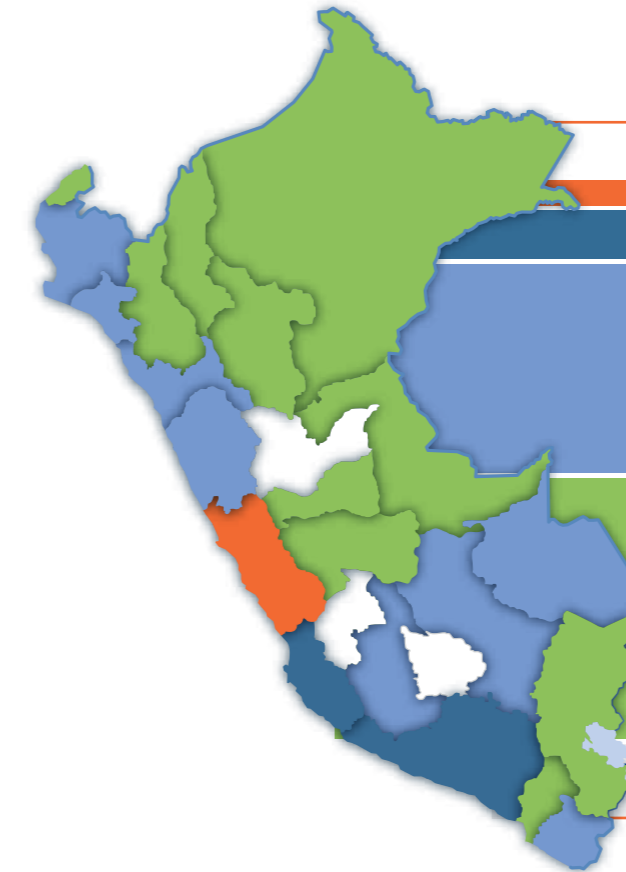
Los resultados por cada Pilar muestran un panorama consistente con el mostrado por el Índice General. Salvo algunas excepciones, la posición relativa de los resultados de los Pilares tiene una correlación alta con el resultado general, constituyéndose en evidencia relevante de un desarrollo competitivo uniforme dentro de cada región, aspecto que implica que ninguna de ellas ha logrado destacar significativamente y que el centralismo de Lima y Callao le otorga una ventaja significativa en casi todos los Pilares, excepto en Empresas donde ocupa el tercer lugar en el 2010.

A pesar del sesgo natural que representa los resultados de Lima y Callao, las regiones del Perú se constituyen como zonas de importante potencial de desarrollo, lo cual se puede contrastar con las crecientes inversiones que reciben, así como las importantes tasas de crecimiento que registran, tanto en su economía global como en sus productos más importantes. En este escenario, el análisis de los resultados permite evaluar la capacidad de las regiones para generar sostenidamente el crecimiento y el bienestar de sus habitantes.

En el Pilar Economía, si bien las posiciones no han presentado gran variación, lo destacable es el crecimiento que la región Ica logra, acortando la brecha con la capital. En el Pilar Gobierno llama la atención el crecimiento que experimentó la región Madre de Dios, pasando de la ubicación 14 al puesto 3 básicamente debido a los recursos per cápita de la población. En el Pilar Persona es donde se presenta la menor variación entre el 2008 y 2010, las posiciones prácticamente se mantienen, destacando regiones como Arequipa, Tacna y Moquegua, excluyendo a la capital. La brecha existente en el Pilar Infraestructura constituye uno de los determinantes claves de la competitividad, mientras Lima y Callao presenta índices de 84.46 (2008) y 84.85 (2010), Arequipa la región que ocupa el segundo lugar posee índices de 34.72 (2008) y 35.51 (2010). Por último, en el Pilar Empresas, el cambio a destacar es la pérdida de liderazgo por parte de la capital, siendo desplazada en el 2010 a la tercera ubicación por regiones como La Libertad y Loreto, que destacan por su buen ambiente de negocios, habilidades gerenciales e innovación.

Pilar Economía 2010 (2008)

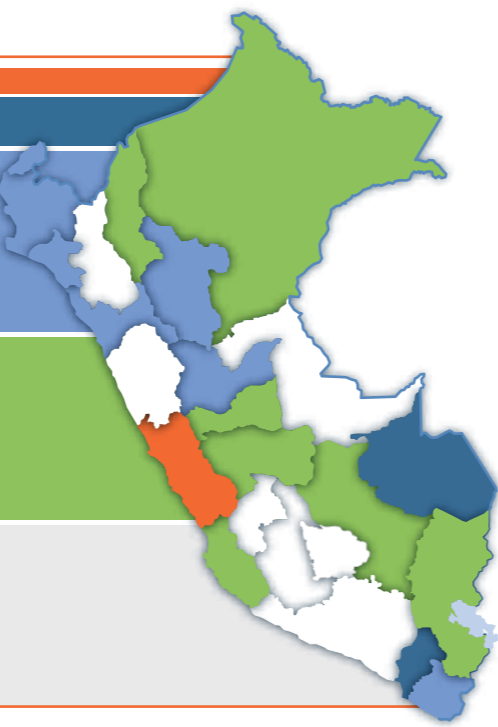
1 (1)	Lima y Callao	74.78 (78.57)
2 (2)	Ica	46.99 (41.35)
3 (3)	Arequipa	37.72 (40.22)
4 (5)	Piura	30.92 (33.61)
5 (4)	La Libertad	28.73 (40.02)
6 (10)	Ayacucho	26.71 (25.84)
7 (9)	Lambayeque	25.79 (27.35)
8 (7)	Cusco	25.38 (29.52)
9 (6)	Madre de Dios	24.51 (30.48)
10 (8)	Tacna	24.07 (28.55)
11(13)	Ancash	24.03 (25.15)
12(11)	Moquegua	22.44 (25.64)
13(12)	Tumbes	20.06 (25.53)
14(15)	San Martín	19.37 (22.04)
15(18)	Amazonas	18.91 (20.90)
16(14)	Junín	18.40 (23.26)
17(19)	Puno	18.23 (20.54)
18(17)	Ucayali	16.76 (21.71)
19(16)	Loreto	15.81 (21.73)
20(24)	Cajamarca	14.74 (11.37)
21(20)	Pasco	13.79 (20.40)
22(21)	Apurímac	11.67 (18.24)
23(23)	Huánuco	10.38 (11.51)
24(22)	Huancavelica	9.06 (14.54)





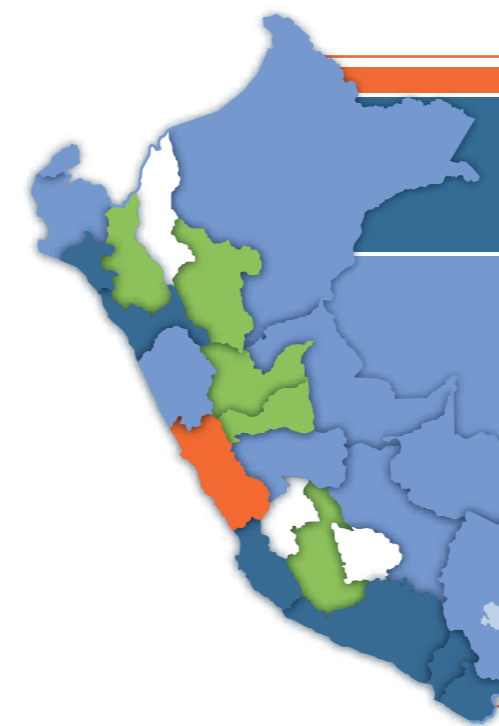
Pilar Gobierno 2010 (2008)

1 (1)	Lima y Callao	74.78 (78.57)
2 (2)	Moquegua	53.78 (59.34)
3 (14)	Madre de Dios	48.85 (36.79)
4 (3)	Tacna	44.68 (51.75)
5 (7)	Tumbes	43.91 (40.29)
6 (4)	Lambayeque	42.01 (45.54)
7 (20)	Huánuco	41.61 (33.72)
8 (9)	Piura	41.49 (39.37)
9 (13)	La Libertad	41.27 (37.23)
10(18)	San Martín	41.20 (34.22)
11 (5)	Ica	39.92 (42.48)
12(21)	Pasco	39.67 (33.39)
13 (8)	Junín	39.56 (40.23)
14(15)	Amazonas	39.06 (36.25)
15(17)	Puno	38.15 (34.83)
16(16)	Cusco	37.33 (35.53)
17(12)	Loreto	37.10 (37.28)
18(22)	Ucayali	35.42 (33.18)
19(11)	Ancash	34.57 (37.79)
20(24)	Huancavelica	34.39 (29.52)
21(23)	Cajamarca	34.03 (31.87)
22(19)	Ayacucho	33.97 (34.07)
23 (6)	Arequipa	33.11 (42.24)
24(10)	Apurímac	33.02 (39.35)



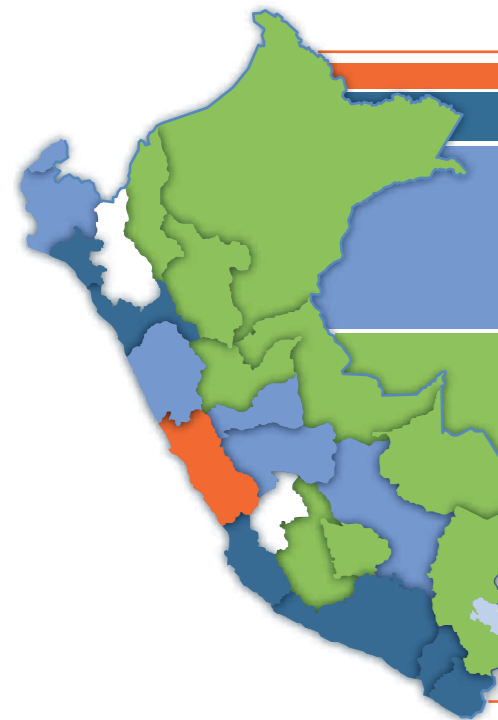
Pilar Infraestructura 2010 (2008)

1 (1)	Lima y Callao	84.85 (84.46)
2 (2)	Arequipa	35.51 (34.72)
3 (4)	Ica	31.25 (33.26)
4 (3)	Lambayeque	29.96 (33.50)
5 (7)	Tacna	25.81 (23.91)
6 (5)	Moquegua	24.34 (26.27)
7 (6)	La Libertad	23.97 (24.24)
8 (11)	Ancash	21.99 (18.36)
9 (9)	Tumbes	21.14 (21.36)
10 (8)	Piura	20.84 (22.38)
11(10)	Cusco	19.98 (20.87)
12(12)	Junín	17.55 (17.75)
13(16)	Madre de Dios	16.88 (11.42)
14(13)	Puno	16.66 (14.46)
15(17)	Loreto	16.27 (10.79)
16(15)	Ucayali	15.03 (12.35)
17(18)	San Martín	12.67 (9.74)
18(14)	Cajamarca	11.35 (12.53)
19(21)	Ayacucho	9.54 (8.83)
20(20)	Huánuco	8.44 (9.11)
21(22)	Pasco	8.42 (8.60)
22(24)	Amazonas	5.21 (5.17)
23(23)	Apurímac	5.17 (5.25)
24(19)	Huancavelica	4.61 (9.14)



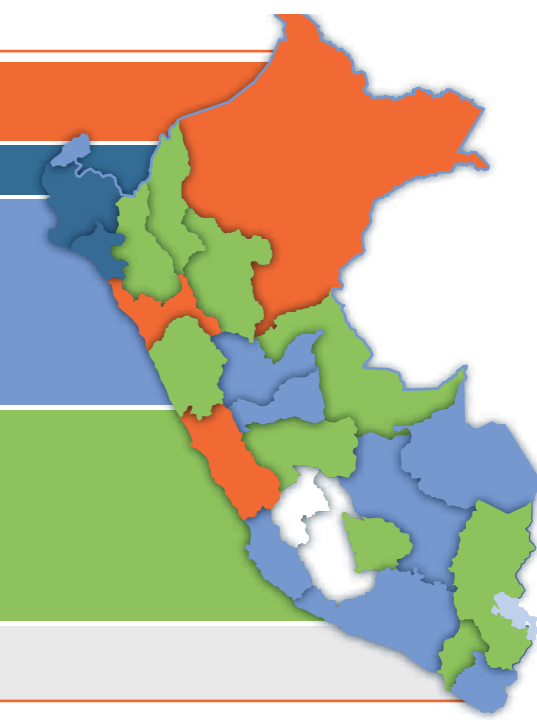
Pilar Personas 2010 (2008)

1 (1)	Lima y Callao	69.35 (64.14)
2 (2)	Moquegua	53.78 (59.34)
3 (14)	Madre de Dios	48.85 (36.79)
4 (3)	Tacna	44.68 (51.75)
5 (7)	Tumbes	43.91 (40.29)
6 (4)	Lambayeque	42.01 (45.54)
7 (20)	Huánuco	41.61 (33.72)
8 (9)	Piura	41.49 (39.37)
9 (13)	La Libertad	41.27 (37.23)
10(18)	San Martín	41.20 (34.22)
11 (5)	Ica	39.92 (42.48)
12(21)	Pasco	39.67 (33.39)
13 (8)	Junín	39.56 (40.23)
14(15)	Amazonas	39.06 (36.25)
15(17)	Puno	38.15 (34.83)
16(16)	Cusco	37.33 (35.53)
17(12)	Loreto	37.10 (37.28)
18(22)	Ucayali	35.42 (33.18)
19(11)	Ancash	34.57 (37.79)
20(24)	Huancavelica	34.39 (29.52)
21(23)	Cajamarca	34.03 (31.87)
22(19)	Ayacucho	33.97 (34.07)
23 (6)	Arequipa	33.11 (42.24)
24(10)	Apurímac	33.02 (39.35)



Pilar Empresas 2010 (2008)

1 (4)	La Libertad	66.73 (59.97)
2 (2)	Loreto	66.49 (69.52)
3 (1)	Lima y Callao	64.62 (71.32)
4 (9)	Lambayeque	52.98 (46.48)
5 (11)	Piura	52.11 (45.81)
6 (5)	Arequipa	50.66 (56.86)
7 (6)	Tacna	48.21 (54.86)
8 (8)	Tumbes	47.49 (49.17)
9 (15)	Cusco	47.05 (40.32)
10 (3)	Ica	46.12 (62.90)
11(10)	Huánuco	44.28 (46.07)
12 (7)	Pasco	44.06 (49.21)
13(12)	Madre de Dios	43.69 (43.23)
14(13)	Ancash	42.01 (41.09)
15(14)	Junín	39.52 (41.04)
16(16)	Moquegua	38.57 (39.41)
17(17)	Ucayali	38.50 (39.37)
18(18)	Cajamarca	36.10 (35.37)
19(20)	Puno	30.99 (31.46)
20(19)	Amazonas	30.54 (31.74)
21(21)	Apurímac	30.03 (30.69)
22(22)	Huancavelica	25.49 (26.44)
23(23)	San Martín	22.35 (23.01)
24(24)	Ayacucho	18.86 (18.91)



I.2. Resultados del Accionar Social del Banco de la Nación

“Conseguimos lo que queremos, o lo que no rechazamos. Aceptamos el hecho que siempre tendremos pobres alrededor de nosotros, y que la pobreza es parte del destino humano. Esto es precisamente el por qué continuamos con personas pobres a nuestro alrededor. Si creemos firmemente en que la pobreza es inaceptable para nosotros, y que no debe pertenecer a una sociedad civilizada, construiríamos instituciones y políticas apropiadas para crear un mundo sin pobreza.

Quisimos ir a la Luna, de modo que fuimos allí. Alcanzamos lo que queremos alcanzar. Si no alcanzamos algo, es porque no le hemos puesto nuestras mentes. Creamos lo que queremos.”

Muhammad Yunus- Premio Nobel de la Paz 2006.

Entre los años 2006 y 2010, el Banco de la Nación ha venido brindado soluciones financieras con calidad de atención, agregando valor, contribuyendo con la descentralización, ampliando la cobertura de servicios, promoviendo la bancarización e inclusión de la comunidad en general, a través de sus diversos productos y canales de atención a nivel nacional, como se analiza sucintamente a continuación.

A. Agencias del Banco de la Nación a nivel nacional

El Banco de la Nación, en estos últimos cinco años, ha aumentando sostenidamente su cobertura de servicios, siempre bajo la premisa de ofrecer una mejor calidad de atención a todos los pobladores del territorio nacional. En dicho período, la Red total de Agencias (sucursales, agencias y oficinas especiales) se incrementó de 394 en el año 2006 a 516 en el 2010 (513 cuentan con Resolución de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP mientras que 3 agencias se encuentran en trámite). La expansión de casi 30% en su red, consolidó al BN como la entidad bancaria con la mayor cantidad de agencias del sistema bancario. Dentro de las políticas de descentralización geográfica que ejerce el BN destaca la participación de agencias ubicadas en provincias, las que representan el 84% del total de la Red Nacional (promedio del periodo 2006 – 2010), además de consolidarse, también, en el mercado limeño. Esto no sólo inyecta un mayor dinamismo en la economía y la competitividad de las regiones, sino que enfatiza la presencia del Estado.

El 84% del total de la Red de Agencias está en provincias.

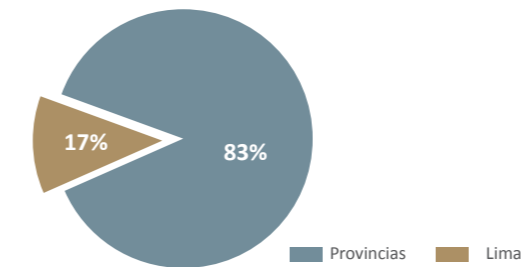
Red de Agencias del Banco de la Nación a nivel nacional

Año	Cantidad de Sucursales, Agencias y Oficinas Especiales				Total
	Lima Metropolitana y Callao		Provincia		
	Nº de Agencias	Participación	Nº de Agencias	Participación	
2006	54	13.7%	340	86.3%	394
2007	64	15.7%	343	84.3%	407
2008	65	15.7%	350	84.3%	415
2009	74	16.9%	364	83.1%	438
2010	88	17.1%	428	82.9%	516





Descentralización de Red de Agencias del Banco de la Nación – 2010



Asimismo, más de la mitad de las nuevas agencias (81 de las 130 nuevas agencias del periodo analizado, equivalentes al 62.3%), están en localidades donde el BN se consolida como la Única Oferta Bancaria (UOB). La presencia del BN en zonas alejadas, a través de agencias UOB, ha logrado contribuir con la efectiva canalización de los subsidios del Estado hacia la población más vulnerable, consolidando la presencia estatal, desarrollando mercados y abriendo nuevas posibilidades de acceso.

B. Apertura de nuevas agencias del Banco de la Nación

El Banco de la Nación tiene como propósito primordial contribuir con el incremento de la bancarización en el Perú, así como el mejoramiento de la calidad de atención a los clientes y usuarios. Para ello, ha continuado con su política de apertura de nuevas agencias entre 2006 y 2010, en diversas partes del territorio peruano.

En este sentido, el BN puso en funcionamiento un total de 130 nuevas agencias desde el año 2006 al 2010, habiéndose aperturado en el último año un total de 78 nuevas agencias, cifra abrumadora si se tiene en cuenta que representan el 60% del total de nuevas agencias en todo el período analizado.

Apertura de Nuevas Agencias del Banco de la Nación

Año	Apertura de Nuevas Agencias		
	Agencias UOB	Agencias no UOB	Total Agencias
2006	4	4	8
2007	3	10	13
2008	6	2	8
2009	17	6	23
2010	19	59	78
TOTAL	49	81	130

C. Apertura de agencias en zonas estratégicas

La actividad del Banco de la Nación se ha mantenido en paralelo y acompañando las acciones del Estado en pro del mejoramiento del bienestar de la población, a través de su presencia y brindando sus servicios en zonas de importancia geopolítica y de reducción de la pobreza.

Entre 2006 y 2010, el Banco puso en funcionamiento algunas agencias que tienen particular importancia, por su trascendencia en la sociedad, en línea con su rol de subsidiariedad económica, entre las que destacan:

- Agencias de frontera: El BN cuenta dentro de su accionar con las denominadas agencias de frontera, éstas impactan no solo en una presencia real del Estado sino que contribuyen al proceso de solarización, puesto que miles de peruanos ubicados en las zonas limítrofes del Perú realizaban sus operaciones bancarias en monedas extranjeras. Se destaca la apertura de las agencias Teniente Manuel Clavero (Loreto), Purús (Ucayali) e Iñapari (Madre de Dios).
- Agencias de difícil acceso: El BN atiende a habitantes que se ubican en distritos en los que solo se puede acceder vía aérea o fluvial, como la agencia Purús (Ucayali) que solo tiene acceso aéreo, pues por vía fluvial el traslado demoraría 21 días en promedio; la agencia El Estrecho (Loreto) que solo tiene acceso por vía aérea, ya que por vía fluvial el traslado demora en promedio 10 días; la agencia Soplin Vargas ubicada en el distrito de Teniente Manuel Clavero (Loreto) en donde el acceso sólo se puede dar de forma fluvial (en promedio 25 días ida y vuelta); entre otras.

- Agencia Sivia: Se puso en funcionamiento en junio de 2009. Está ubicada en el distrito de Sivia, provincia de Huanta, departamento de Ayacucho. Esta agencia se abrió como parte del Plan VRAE, promoviendo la lucha contra el narco-terrorismo.
- Agencia Pichari: Se puso en funcionamiento en julio de 2009, ubicada en el distrito de Pichari, provincia de La Convención, departamento de Cusco. Esta agencia se abrió como parte del Plan VRAE, promoviendo la lucha contra el narco-terrorismo.
- Agencia Machu Picchu: Se puso en funcionamiento en junio de 2009. Esta agencia se abrió con el objetivo de intensificar y contribuir con el dinamismo económico del Cusco.
- Agencia Comercial Gamarra: Se puso en funcionamiento en julio de 2009. Esta agencia se abrió con el objetivo de colaborar con el dinamismo del sector de los pequeños y medianos empresarios de Gamarra. El Emporio Comercial de Gamarra, cuenta con aproximadamente 120 galerías comerciales, da empleo a 60 mil personas y moviliza cerca del 60% de todo el sector textil y de confecciones peruanas destinadas al mercado interno.

D. Préstamos a los Gobiernos Regionales y Locales

De acuerdo a la Ley de Bases de la Descentralización para los Gobiernos Regionales y Locales, el BN ofrece servicios financieros para actividades y proyectos que tengan propósitos de mejoramiento del bienestar de la población, como es el mejoramiento de la infraestructura pública y/o adquisición de equipos para

servicios públicos, contribuyendo así a la creación de valor para la sociedad.

Entre los años 2006 y 2010, el BN ha logrado colocaciones en los Gobiernos Locales por más de S/. 369 millones con 837 operaciones. Mientras que, en los Gobiernos Regionales, éstas ascienden a S/. 25 millones con 3 operaciones. Es importante destacar que las colocaciones están destinadas, específicamente, a crear valor en los distritos y/o regiones atendidas. Los desembolsos no solo contribuyen a financiar obras públicas y equipamiento, sino que coadyudan al bienestar de la población, dado el valor público y social del desarrollo urbano.

El Banco de la Nación contribuye con los Gobiernos Regionales y Locales a la creación de valor en los distritos y/o regiones atendidas.

E. Cajeros Automáticos o ATM's Multired a nivel nacional

Continuando con la premisa de descentralización y de ofrecer una mejor calidad de atención a todos los pobladores del territorio nacional; en estos últimos cinco años, la implementación de cajeros automáticos ha mantenido una tendencia creciente, pasando de 477 en el 2006 a 687 en el 2010. La implementación de estos cajeros no solo contempla la disposición de dinero en efectivo, sino que incorpora un conjunto de operaciones conexas (retiro, consulta, transferencia y pago de servicios diversos) que buscan que la Banca se vuelva un sistema más fácil para todos los pobladores del territorio nacional. En la misma línea con el desempeño de oficinas, también el crecimiento de los cajeros ha sido descentralizador: el 63% de cajeros automáticos se encuentran ubicados en provincias al 2010; y de este último, 11.4% se ubican en zonas donde el BN es Única Oferta Bancaria.

63% de cajeros automáticos se encuentran ubicados en provincias.

Red Nacional de Cajeros Automáticos Operativos

Año	Cajeros Automáticos Operativos				Total
	Lima		Provincias		
	Nro. ATM's	Participación	Nro. ATM's	Participación	
2006	228	47.8%	249	52.2%	477
2007	239	43.9%	306	56.1%	545
2008	246	43.7%	317	56.3%	563
2009	248	39.3%	383	60.7%	631
2010	252	36.7%	435	63.3%	687

F. Apoyo del Banco de la Nación al Programa JUNTOS

JUNTOS es un Programa Social dirigido a la población de mayor vulnerabilidad, en situación de extrema pobreza, riesgo y exclusión. El programa tiene como objetivo promover el ejercicio de sus derechos fundamentales a través de la

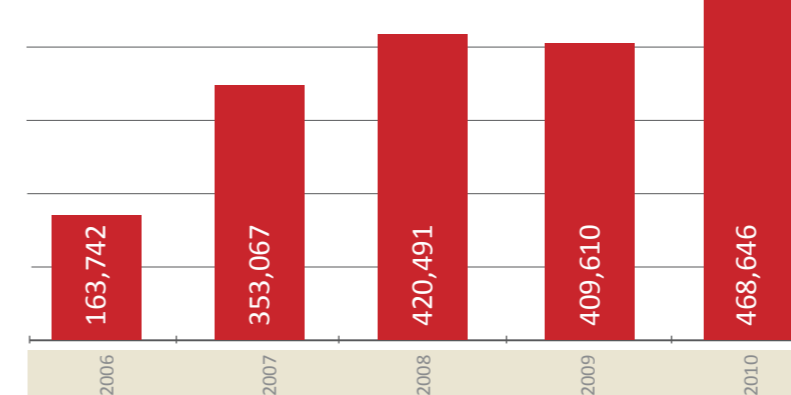




articulación de la oferta de servicios en nutrición, salud, educación e identidad. Para lograr este objetivo, JUNTOS entrega un incentivo monetario condicionado de S/. 200 nuevos soles bimensuales, de libre uso para la/el representante de cada hogar participante. Los beneficiarios son los hogares que tengan entre sus miembros a madres gestantes, padres viudos, personas de la tercera edad o apoderados que tengan bajo su tutela a niñas y niños hasta los 14 años de edad. El BN, desde el 2005, viene atendiendo las transferencias monetarias a los beneficiarios del Programa JUNTOS y; desde octubre de 2010, incorpora el Programa de Asistencia Solidaria con el Adulto Mayor "Gratitud". Conjuntamente a esta labor, el BN viene trabajando iniciativas para fomentar el ahorro en las beneficiarias del Programa JUNTOS. El número de beneficiarios atendidos al año 2010, prácticamente triplicó el nivel del año 2006.

El número de beneficiarios del 2010 aprox. se ha triplicado con respecto al 2006.

Número de beneficiarios con Cuentas de Ahorros



G. Ventanillas Compartidas con las IFI's (D.S. 047 - 2006 - EF)

El Estado, con el objetivo de promover un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPE) a

través de mecanismos de mercado, aprobó el Decreto Supremo Nº 047-2006-EF, que autoriza al BN a ejecutar operaciones y servicios, con entidades de intermediación financiera (IFI's), que pueden ser Bancos, Financieras, Edpymes, Cajas Municipales y Cajas Rurales. Estas entidades deben estar especializadas en otorgar créditos a la micro y pequeñas empresas, para que solo a través de ellas, se les otorguen préstamos en las localidades donde el BN sea Única Oferta Bancaria.

Es importante destacar que los préstamos a través de las IFI's, se basan en un modelo de negocios en el que se integran y comunican los sistemas del BN con los sistemas de las IFI's para las operaciones de desembolso y pago de los préstamos otorgados a las micro y pequeñas empresas.

Ello promueve una expansión espacial de las ventanillas de atención de las IFI's, llegando a distritos donde las IFI's no tienen oficinas, que sin la ayuda de las agencias UOB del Banco de la Nación, no hubieran podido llegar, canalizando así recursos para el financiamiento de la actividad empresarial, proyectos de negocios y mejorando el nivel socioeconómico de la población.

El marco legal ha permitido que a través de las agencias del BN, se canalice recursos financieros de las IFI's hacia las MYPE, lográndose colocar, en el 2010, un total de S/. 339.2 millones (versus los S/. 7.5 millones del año 2006) a través de 93.3 mil operaciones (versus las 3.1 mil operaciones de 2006).

Ventanillas Compartidas con las IFI's (D.S. 047 - 2006 - EF)

Año	Número de préstamos a través de las IFI's	Importe de colocaciones a través de las IFI's (S/.)
2006	3,087	7,530,236
2007	29,343	88,170,751
2008	61,047	197,025,385
2009	82,519	287,788,155
2010	93,316	339,177,655
TOTAL	269,312	919,692,183

El crecimiento del saldo acumulado, al 2010, a través de los contratos con las IFI's (D.S. 047 - 2006 - EF) bordea los S/.1,000 millones (con cerca de 270 mil operaciones de crédito), evidenciándose el papel de canalizador para el desarrollo de la micro y pequeña empresa.

H. Líneas de crédito PROMYPE - D.S. 134-2006-EF y D.S. 047-2006-EF

Mediante el Decreto Supremo Nº 134-2006-EF, se autorizó al Banco de la Nación a celebrar convenios de financiamiento con entidades que otorgan créditos a las Micro y Pequeñas Empresas, y con destino exclusivo a éstas últimas, de modo de facilitar su acceso a recursos financieros.

Los desembolsos realizados bajo subasta y línea de crédito de asignación directa han crecido de forma espectacular, pasando de S/. 2.95 Millones en el 2006 a S/. 160.6 Millones al 2010, habiéndose entregado un monto acumulado de S/. 405.79 Millones en el periodo 2006-2010.

Asimismo, mediante el Decreto Supremo Nº 047-2006-EF, se autorizó al Banco de la Nación a celebrar convenios de financiamiento con entidades que otorgan créditos a las Micro y Pequeñas Empresas en localidades donde es Única Oferta Bancaria.

Los desembolsos realizados bajo esta modalidad, pasaron de S/. 4.82 Millones en el 2006 a S/. 34.70 Millones al 2010, habiéndose entregado un monto acumulado de S/. 120.18 Millones en el periodo 2006-2010.

A través de ambas Líneas se ha entregado de las IFI's especializadas un financiamiento que llega a los 525.96 Millones de Nuevos Soles.

Desembolsos realizados bajo subasta y Línea de crédito de asignación directa - PROMYPE D.S. 134-2006-EF y D.S. 047-2006-EF

Año	Desembolso (S/.) D.S. 134-2006-EF	Desembolso (S/.) D.S. 047-2006-EF	Total Desembolso
2006	2,950,000	4,824,350	7,774,350
2007	20,820,000	14,500,000	35,320,000
2008	59,050,000	40,551,714	99,601,714
2009	162,367,800	25,600,000	187,967,800
2010	160,600,000	34,700,000	195,300,000
TOTAL	405,787,800	120,176,064	525,963,864

I. Préstamo Multired

El Préstamo Multired se inició en el 2001, permitiendo el acceso al crédito bancario al sector de la población conformado por servidores y pensionistas del sector público, que cobran sus pensiones por medio de la cuenta de ahorros que poseen en el BN. Este préstamo se brinda con tasas de interés anuales de 13%, 14%, 15%, 16% y 19% para plazos de hasta 5 años.

Los préstamos Multired han contribuido a que empleados y pensionistas del sector público eleven sus niveles de consumo y bienestar, accediendo a tasas de interés menores a las que podrían acceder en el sistema privado.

Los resultados son plausibles, el Banco de la Nación ha desembolsado más de S/. 11,000 millones en más de 3 millones de operaciones durante el periodo mencionado (2001-2010), habiéndose reportado el desembolso del 65% del total en la gestión 2006-2010.

El Banco de la Nación se consolida en su papel de intermediario financiero.

Préstamo Multired

Año	Número de préstamos otorgados	Préstamos otorgados (S/.)
2001	132,496	188,569,674
2002	448,867	656,840,384
2003	390,386	716,065,513
2004	446,271	1,328,313,022
2005	368,756	1,211,780,380
2006	323,711	1,185,643,005
2007	494,946	2,196,531,906
2008	192,773	711,370,749
2009	251,870	1,368,115,645
2010	312,797	2,231,688,642
TOTAL	3,362,873	11,749,918,920

El BN, a través de los Préstamos Multired ha logrado que personas que anteriormente no podían acceder a un crédito de la banca privada o tomaban préstamos del mercado informal con tasas leoninas, sean parte del sistema financiero, promoviendo así la inclusión de potenciales clientes en la banca privada. De esta forma, el BN se consolida en su papel de intermediario financiero.

J. Crédito Hipotecario

En el 2009, con el objetivo de incrementar el nivel de vida de sus clientes, permitiéndoles el acceso a la vivienda propia o mejorar las actuales, el BN inicia sus operaciones en el sector vivienda a través del lanzamiento de un Crédito Hipotecario para los trabajadores del sector público y pensionistas. Este crédito no solo se destina a la compra de viviendas, sino a la ampliación y remodelación de éstas. Al cierre de 2010, se otorgaron 343 créditos por un monto de S/. 22.6 millones.

K. Programa “BN Te Ayuda”

Con el objetivo de proteger y brindar apoyo a los miles de clientes y en especial al segmento de adulto mayor. El programa BN Te Ayuda presenta diversas campañas como:

- BN Te Cuida.- Esta campaña brinda servicios de atención médica, gracias a la alianza estratégica con La Positiva Seguros y Reaseguros y Laboratorios Bayer y otras empresas asociadas en especialidades de medicina general, ginecología, cardiología, dermatología y atenciones de medida de presión arterial, peso y talla. Sólo en el 2009, se atendió a 13,120 personas siendo calificado, en el 2010, como “bueno” por un 67% de los encuestados y como muy bueno por un 16%.
- Taxi Cívico.- Esta campaña cuenta con el trabajo conjunto de la Policía Nacional del Perú y tiene el objetivo de velar por la seguridad de los adultos mayores, logrando reducir el número de estafas y cambios de billetes a los pensionistas. En el 2009, se realizaron un aproximado de 4,320 carreras teniendo una calificación, en el 2010, como un medio de transporte muy seguro por el 98% de los encuestados.

- Tu seguridad es primero.- Esta campaña tiene como objetivo disminuir el número de estafas a los pensionistas, capacitándolos en la identificación de billetes falsos y las diversas modalidades de estafa. En el 2009, se capacitó alrededor de 10,800 adultos mayores y en el 2010, el 70% de encuestados señaló que el servicio era bueno y el 52% consideró que ayuda a disminuir las estafas.
- BN Te Transporta.- Esta campaña tiene el objetivo de descongestionar las agencias con mayor cantidad de público, por lo cual se transporta a los pensionistas y público en general desde las que tienen una gran afluencia hacia otras con poca concurrencia.

L. Promoción de apertura de cuentas de ahorro en agencias Única Oferta Bancaria

El Banco de la Nación se ha consolidado en forma importante con la contribución en los niveles de bancarización a nivel nacional, pero sobre todo focalizándose en zonas de provincias, en localidades donde el BN es Única Oferta Bancaria. Ello se logra a través de las cuentas de ahorro UOB, en el que por medio de este servicio, las personas jurídicas y naturales que no puedan acceder a la banca privada, puedan abrir cuentas de ahorro en las agencias UOB del BN, y beneficiarse con los servicios de depósitos, retiros, consultas y convenios.

Este servicio fomenta en forma directa una mayor bancarización en el Perú, en el que además, permite que habitantes ubicados en zonas con difícil acceso a la tecnología, puedan ahora realizar operaciones en otros canales de atención, pues al abrir su cuenta de ahorro, también disponen de medios de pago electrónico VISA, aceptado en una infinidad de establecimientos y que facilita la realización de operaciones físicas y virtuales.

A nivel de resultados, el BN, pasó de tener 364.4 mil cuentas de ahorro UOB, en el 2006, a 841.1 mil cuentas en el 2010. De los 2.8 millones de cuentas de ahorro UOB, en el periodo analizado, el 88% se encuentra ubicado en provincias.

Número de Cuentas de Ahorro en Agencias UOB

Año	Cuentas de Ahorro en Agencias UOB		TOTAL
	Lima	Provincias	
2006	34,755	329,606	364,361
2007	47,962	383,255	431,217
2008	62,991	467,578	530,569
2009	81,909	589,081	670,990
2010	108,756	732,344	841,100
TOTAL	336,373	2,501,864	2,838,237

M. Capacitación del personal

El BN considera al capital humano uno de los elementos más importantes en el accionar de la institución. Es por esto que el BN incorpora, dentro de su política corporativa, la capacitación constante de su personal. En el año 2009, se capacitó al 99.7% del personal (3,920 trabajadores, de todas las categorías laborales); mientras que, en el 2010, el número de personal capacitado se elevó a 4,845; cifra que incluye a los 892 locadores de servicios y practicantes. En cuanto a horas de capacitación por trabajador se observa un aumento de 52.6 horas en el año 2009, a 62.8 horas en el año 2010. Los trabajadores denominados sin categoría fueron los que presentaron el mayor cambio en cuanto capacitación, pasando de 21.32 horas en el 2009 a 108.56 horas por trabajador en el 2010.

El Plan Anual de Capacitación brinda a sus trabajadores no solo actividades y cursos de formación de manera interna sino que además financia los mismos en entidades externas a excepción de estudios de pre – grado. En casos excepcionales se conceden licencias al exterior, garantizando el regreso al empleo.

Capacitación de trabajadores 2009-2010

Categoría	Trabajadores		Horas / Trabajador	
	2009	2010	2009	2010
Directivo Jefatural	898	920	68.79	83.34
Profesionales	339	361	55.35	105.69
Técnicos	2,543	2,563	48.2	65.37
Oficinistas	42	37	24.36	43.51
Servicios	63	64	22.25	40.46
Sin Categoría	34	8	21.32	108.56
Otros	1	892	10	18.86
Total	3,920	4,845	52.62	62.80

Cabe destacar que, en el 2009, el BN inauguró su Universidad Corporativa, cimentada por la reconocida experiencia de sus trabajadores y por la prestigiosa formación académica brindada por diversas universidades del país. El objetivo es potenciar el capital humano del BN a través del desarrollo de competencias, habilidad y actitudes. Los programas impartidos por la Universidad Corporativa no generan costos para los trabajadores y son considerados para los procesos de evaluación.

En el 2010 se desarrollaron 14 programas dentro del marco de La Universidad Corporativa y 14 diplomados bajo la modalidad externa, tanto en Lima como en los demás mercados regionales



Programas desarrollados en el marco de la Universidad Corporativa 2010

Nombre del Programa	Convenio Universidad Corporativa
Programas de competencias administrativas para profesionales de la Red de Agencia	Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Diplomado en competencias ejecutivas para analistas OP	Universidad del Pacífico
Programa actualización para técnicos especializados	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
Programa de competencias en gestión administrativa	Universidad Nacional de Piura
Programa de competencias en gestión administrativa	Universidad Nac. San Antonio de Abad del Cusco
Diplomado de actualización para asistentes de gerencia	Instituto San Ignacio de Loyola
Programa de actualización integral en operaciones y servicios bancarios	Universidad Peruana Las Américas
Programa de actualización para técnicos especializados	Universidad Tecnológica del Perú
Diplomado en competencias generales	Universidad ESAN
Programa de actualización integral en operaciones y servicios bancarios	Universidad Peruana Las Américas
Diplomado en competencias generales	Universidad San Ignacio de Loyola
Programa de competencias en gestión administrativa	Universidad San Martín de Porres
Programa de competencias en gestión administrativa	Universidad Nac. San Antonio de Abad del Cusco
Programa de actualización para promotores de servicios	Instituto San Ignacio de Loyola

Principales Diplomados ejecutados en la modalidad externa

Actividad Capacitación	Centro Capacitación	Departamento
Diplomado Business Intelligence	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Informática
Diplomado en Asistente de Gerencia	Universidad Continental	Red de Agencias
Diplomado en Proyectos de Inversión	Universidad ESAN	Servicios Financieros
Diplomado en Recursos Humanos	Universidad Ricardo Palma	Personal
Diplomado en Tributación	Universidad Ricardo Palma	Contabilidad
Diplomado Plan de Negocios	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Operaciones
Diplomado Virtual en Contrataciones	Universidad Continental	Red de Agencias
Especialización en Prevención de Riesgos Laborales en la Construcción	Pontificia Universidad Católica del Perú	Logística
Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública en Programas Sociales	Universidad San Martín de Porres	Servicios Financieros
Gerencia de Proyectos Avanzada	Pontificia Universidad Católica del Perú	Informática
Gerencia de Proyectos y Calidad	Pontificia Universidad Católica del Perú	Planeamiento y Desarrollo
Implementación y Auditoría de Sistemas Integrados de Gestión en la Calidad	Pontificia Universidad Católica del Perú	Planeamiento y Desarrollo
Procesos de negocio para Administración en las Organizaciones (BPM)	Universidad de Piura	Informática
Valorización de Empresas	Universidad ESAN	Presidencia





**II. Impacto Social del Banco de la Nación
a nivel nacional**



DSR I - PIURA

Perfil del Ámbito económico social de la DSR I - Piura

Comprende los departamentos de Amazonas, Cajamarca, Lambayeque, Piura y Tumbes.

DSR I	Amazonas	Cajamarca	Lambayeque	Piura	Tumbes
Población (Habitantes)	375,993	1,387,809	1,112,868	1,676,315	200,306
Superficie (Km2)	39,249.13	33,317.54	14,231.30	35,892.49	4,669.20
Densidad (Hab/Km2)	9.58	41.65	78.20	46.70	42.90
Número de Provincias	7	13	3	8	3
IDH 2009	0.57	0.56	0.62	0.60	0.65
NBI 2009*	53.2	41.1	20.4	37.7	35.8

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.
*Con base al Índice de Competitividad Regional (ICRP) – CENTRUM Católica.



El accionar del DSR I – PIURA destaca por tener la mayor cantidad de agencias así como por liderar en el Volumen de Operaciones y Préstamos Multired. Asimismo, engloba a oficinas emblemáticas como agencia de frontera (Aguas Verdes – Tumbes)



Indicadores y accionar del Banco de la Nación – DSR I - Piura

Accionar	2010	2009	Rank 2010	Rank 2009
Total agencias	79	70	1/10	1/10
Total agencias UOB	60	60	1/10	1/10
Nuevas agencias	9	3	2/10	2/10
ATM's	61	49	3/10	3/10
Volumen de Operaciones	12,866,559	12,002,763	1/10	1/10
Préstamos Multired	36,269	31,434	1/10	1/10
Seguro Cuota Protegida	20,378	11,584	2/10	1/10
Seguro Tarjeta de Débito	65,002	35,627	2/10	3/10
Personal	329	316	1/10	1/10



DSR II - IQUITOS

Perfil del Ámbito económico social de la DSR II - Loreto

Comprende el departamento de Iquitos.

DSR II	Loreto
Población (Habitantes)	891, 732
Superficie (Km2)	368,851.95
Densidad (Hab/Km2)	2.51
Número de Provincias	7
IDH 2009	0.59
NBI 2009*	69.4

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.



El mayor accionar en la DSR II – IQUITOS ha significado la apertura de 4 agencias solo en 2010, destacando las dos agencias frontera: Agencia El Estrecho y Agencia Teniente Manuel Clavero (Loreto) que paulatinamente aumenta la presencia Estatal.

Posición en la Competitividad Nacional



■ ICRP 2008 ■ ICRP 2010

Indicadores y accionar del Banco de la Nación – DSR II - Iquitos

Accionar	2010	2009	Rank 2010	Rank 2009
Total agencias	12	8	10/10	10/10
Total agencias UOB	8	6	10/10	10/10
Nuevas agencias	4	0	8/10	9/10
ATM's	20	16	9/10	9/10
Volumen de Operaciones	2,304,936	2,093,716	10/10	10/10
Préstamos Multired	13,141	10,012	9/10	9/10
Seguro Cuota Protegida	5,679	3,047	10/10	9/10
Seguro Tarjeta de Débito	17,849	14,899	8/10	7/10
Personal	64	57	9/10	9/10



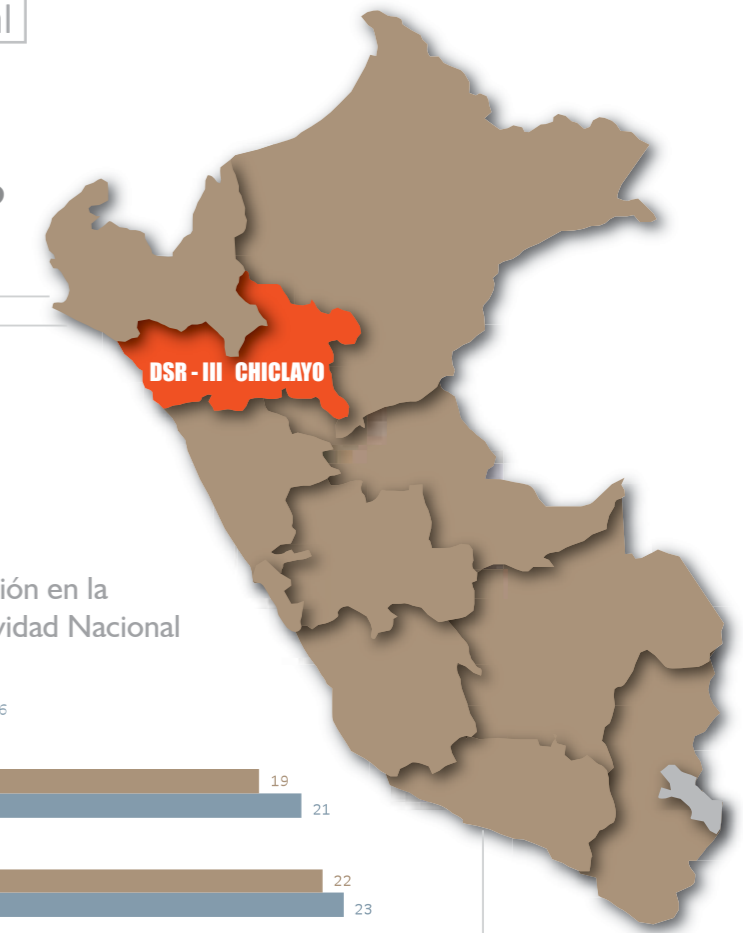
DSR III - CHICLAYO

Perfil del Ámbito económico social de la DSR III - Chiclayo

Comprende los departamentos de La Libertad, San Martín y parte de Cajamarca.

DSR III	La Libertad	San Martín	Cajamarca
Población (Habitantes)	1,617,050	728,808	1,387,809
Superficie (Km2)	25,499.90	51,253.31	33,317.54
Densidad (Hab/Km2)	65.74	14.83	41.65
Número de Provincias	12	10	13
IDH 2009	0.62	0.59	0.56
NBI 2009*	23.6	49.5	41.1

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.



El accionar del DSR III – CHICLAYO destaca por tener la mayor cantidad de cajeros automáticos o ATM´s Multired a nivel nacional, además de liderar en productos bancarios, generación de empleo y agencias bancarias.



Indicadores y accionar del Banco de la Nación – DSR III - Chiclayo

Accionar	2010	2009	Rank 2010	Rank 2009
Total agencias	67	59	2/10	2/10
Total agencias UOB	51	48	2/10	2/10
Nuevas agencias	8	3	4/10	2/10
ATM´s	71	70	1/10	1/10
Volumen de Operaciones	11,957,530	11,370,182	2/10	2/10
Préstamos Multired	31,606	25,898	2/10	2/10
Seguro Cuota Protegida	19,169	13,640	3/10	1/10
Seguro Tarjeta de Débito	45,134	24,539	5/10	5/10
Personal	293	290	2/10	2/10



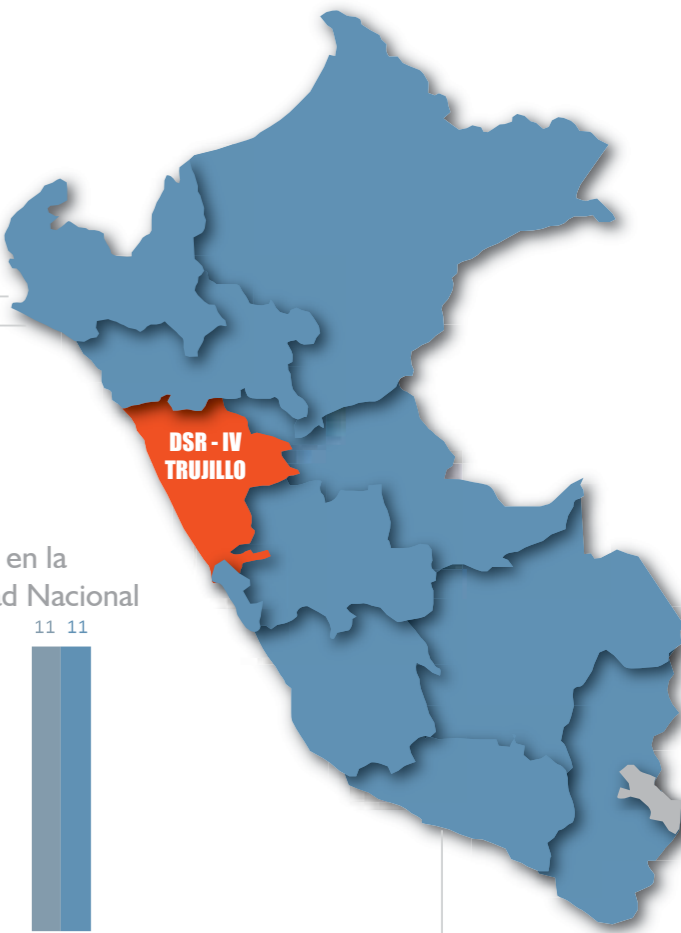
DSR IV - Trujillo

Perfil del Ámbito económico social de la DSR IV - Trujillo

Comprende los departamentos de Ancash y La Libertad (parte).

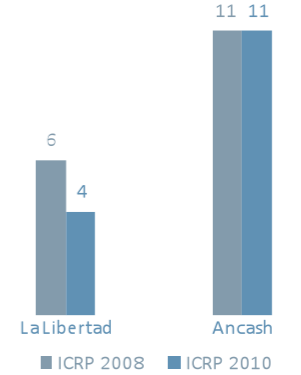
DSR IV	Ancash	San Martín
Población (Habitantes)	1,063,459.00	1,617,050
Superficie (Km2)	35,914.81	25,499.90
Densidad (Hab/Km2)	30.06	65.74
Número de Provincias	20.00	12.00
IDH 2009	0.60	0.62
NBI 2009*	26.70	23.60

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.



El accionar del DSR IV – TRUJILLO destaca por ser la segunda división en tener la mayor cantidad de cajeros automáticos o ATM´s Multired y a la vez por el número de colocaciones de Seguro Cuota Protegida.

Posición en la Competitividad Nacional



Indicadores y accionar del Banco de la Nación – DSR IV - Trujillo

Accionar	2010	2009	Rank 2010	Rank 2009
Total agencias	59	52	3/10	3/10
Total agencias UOB	44	43	3/10	3/10
Nuevas agencias	7	2	5/10	4/10
ATM´s	65	58	2/10	2/10
Volumen de Operaciones	9,918,553	10,793,773	3/10	3/10
Préstamos Multired	25,907	18,813	3/10	3/10
Seguro Cuota Protegida	19,666	7,713	2/10	3/10
Seguro Tarjeta de Débito	54,960	30,199	4/10	4/10
Personal	265	250	3/10	3/10





DSR V - PUCALLPA

Perfil del Ámbito económico social de la DSR V - Pucallpa

Comprende el departamento de Ucayali.

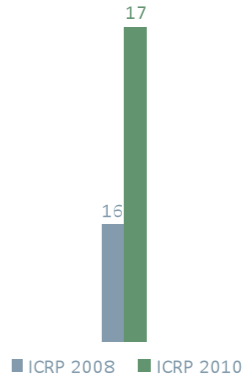
DSR V	Ucayali
Población (Habitantes)	432,159
Superficie (Km2)	102,410.55
Densidad (Hab/Km2)	4.43
Número de Provincias	4
IDH 2009	0.60
NBI 2009*	68.8

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.

El accionar del DSR V – PUCALLPA destaca por contar con la agencia frontera Purus que además esta catalogada como una agencia de difícil acceso (21 días por vía fluvial).



Posición en la Competitividad Nacional



Indicadores y accionar del Banco de la Nación – DSR V - Pucallpa

Accionar	2010	2009	Rank 2010	Rank 2009
Total agencias	15	12	9/10	9/10
Total agencias UOB	11	10	9/10	9/10
Nuevas agencias	3	1	9/10	7/10
ATM's	15	15	10/10	10/10
Volumen de Operaciones	2,916,189	2,616,212	9/10	9/10
Préstamos Multired	7,183	5,952	10/10	10/10
Seguro Cuota Protegida	5,696	2,426	9/10	10/10
Seguro Tarjeta de Débito	16,318	8,457	9/10	9/10
Personal	59	56	10/10	10/10



DSR VI - HUANCAYO

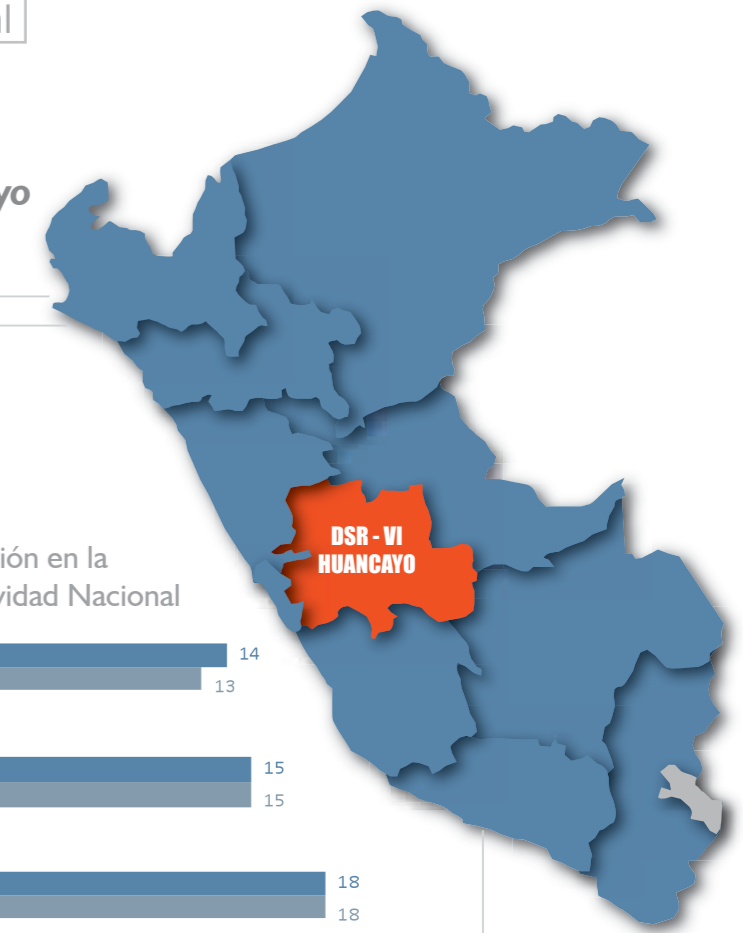


Perfil del Ámbito económico social de la DSR VI - Huancayo

Comprende los departamentos de Junín, Pasco y Huánuco.

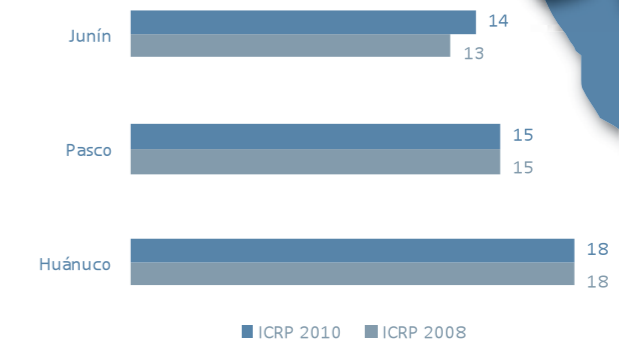
DSR VI	Junín	Pasco	Huánuco
Población (Habitantes)	1,225,474	280,449	762,223
Superficie (Km2)	44,197.23	25,319.59	36,848.85
Densidad (Hab/Km2)	28.41	11.43	21.14
Número de Provincias	9	3	11
IDH 2009	0.60	0.59	0.57
NBI 2009*	34.1	57.6	33.0

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.



El accionar del DSR VI – HUANCAYO destaca por tener la mayor cantidad de colocaciones de Seguro de Tarjeta de Débito y además por su liderazgo en la apertura de nuevas agencias.

Posición en la Competitividad Nacional



Indicadores y accionar del Banco de la Nación – DSR VI - Huancayo

Accionar	2010	2009	Rank 2010	Rank 2009
Total agencias	48	39	4/10	5/10
Total agencias UOB	34	29	4/10	5/10
Nuevas agencias	9	2	2/10	4/10
ATM's	48	43	5/10	5/10
Volumen de Operaciones	8,230,447	6,539,348	4/10	5/10
Préstamos Multired	22,697	16,797	4/10	4/10
Seguro Cuota Protegida	18,074	7,669	4/10	5/10
Seguro Tarjeta de Débito	71,160	54,699	1/10	1/10
Personal	208	193	4/10	4/10



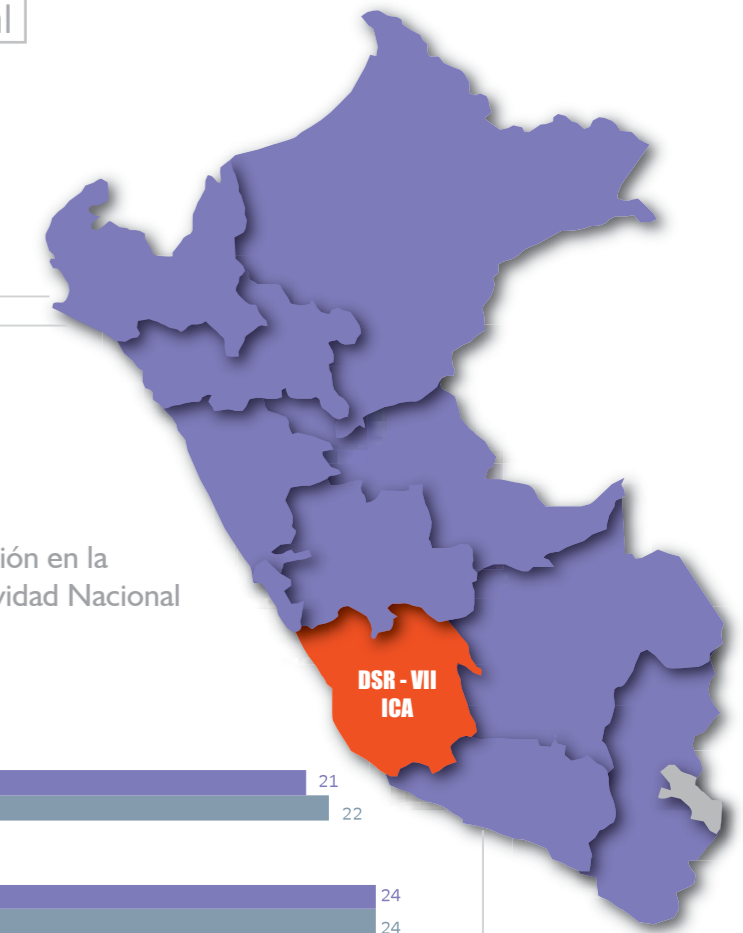
DSR VII - ICA

Perfil del Ámbito económico social de la DSR VII - Ica

Comprende los departamentos de Ica, Ayacucho y Huancavelica.

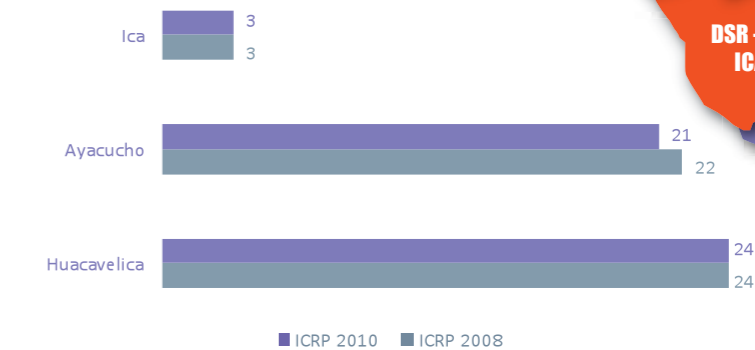
DSR VII	Ica	Ayacucho	Huancavelica
Población (Habitantes)	711,932	612,489	454,797
Superficie (Km2)	21,327.83	43,814.80	22,131.47
Densidad (Hab/Km2)	34.54	14.44	21.05
Número de Provincias	5	11	7
IDH 2009	0.65	0.56	0.54
NBI 2009*	24.6	37.3	45.3

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.



El accionar del DSR VII – ICA destaca por contar con la Agencia Sivia, provincia de Huanta, departamento de Ayacucho como parte del Plan VRAE promoviendo la lucha contra el narco - terrorismo.

Posición en la Competitividad Nacional



Indicadores y accionar del Banco de la Nación – DSR VII - Ica

Accionar	2010	2009	Rank 2010	Rank 2009
Total agencias	45	40	5/10	4/10
Total agencias UOB	33	32	5/10	4/10
Nuevas agencias	5	1	7/10	7/10
ATM's	47	45	6/10	4/10
Volumen de Operaciones	8,048,390	7,644,771	5/10	4/10
Préstamos Multired	20,750	16,143	5/10	5/10
Seguro Cuota Protegida	8,876	5,499	8/10	8/10
Seguro Tarjeta de Débito	23,084	12,363	7/10	8/10
Personal	195	188	5/10	5/10

DSR VIII - CUSCO



Competitividad Social

Perfil del Ámbito económico social de la DSR VIII - Cusco

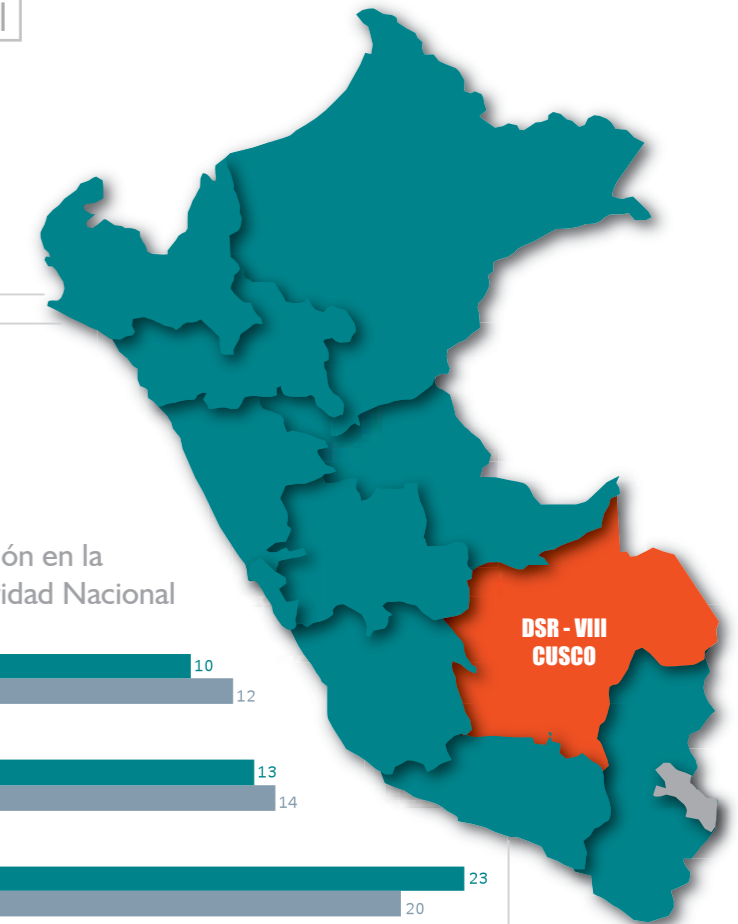
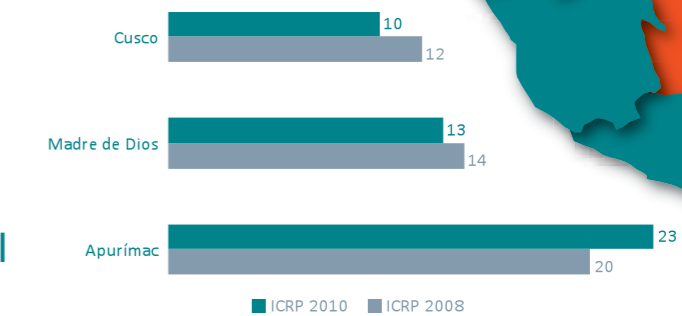
Comprende los departamentos de Cusco, Madre de Dios y Apurímac.

DSR VII	Cusco	Madre de Dios	Apurímac
Población (Habitantes)	1,171,403	109,555	404,190
Superficie (Km2)	71,986.50	85,300.54	20,895.79
Densidad (Hab/Km2)	16.57	1.40	19.49
Número de Provincias	13	3	7
IDH 2009	0.58	0.63	0.56
NBI 2009*	32.1	40.4	33.2

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.

El accionar del DSR VIII – CUSCO destaca por contar con la Agencia Pichari, provincia de La Convención, departamento de Cusco como parte del Plan VRAE promoviendo la lucha contra el narco - terrorismo. Además cuenta con la Agencia Machupicchu que contribuye al dinamismo económico del Cusco.

Posición en la Competitividad Nacional



Indicadores y accionar del Banco de la Nación – DSR VIII - Cusco

Accionar	2010	2009	Rank 2010	Rank 2009
Total agencias	38	31	7/10	7/10
Total agencias UOB	26	24	7/10	7/10
Nuevas agencias	7	5	5/10	1/10
ATM's	49	39	4/10	6/10
Volumen de Operaciones	6,636,304	6,122,482	7/10	7/10
Préstamos Multired	14,051	10,584	8/10	8/10
Seguro Cuota Protegida	12,707	7,177	5/10	7/10
Seguro Tarjeta de Débito	58,386	52,553	3/10	2/10
Personal	158	149	7/10	7/10



DSR IX - Arequipa

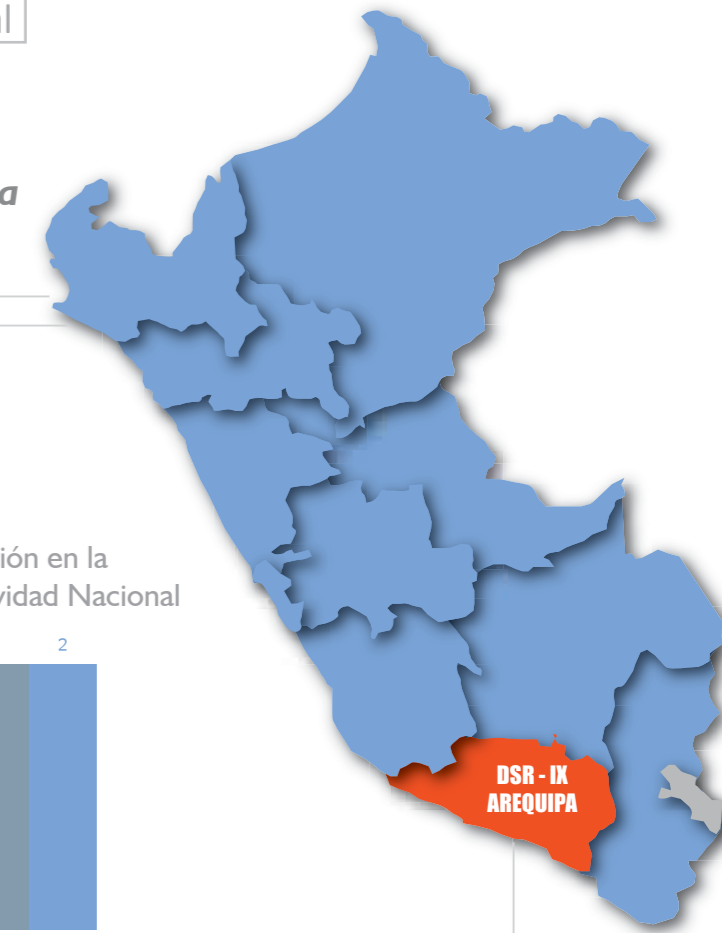
Competitividad Social

Perfil del Ámbito económico social de la DSR IX - Arequipa

Comprende el departamento de Arequipa.

DSR IX	Arequipa
Población (Habitantes)	1,152,303
Superficie (Km2)	63,345.39
Densidad (Hab/Km2)	18.82
Número de Provincias	8
IDH 2009	0.65
NBI 2009*	22.6

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.



Posición en la Competitividad Nacional



■ ICRP 2008 ■ ICRP 2010

El accionar del DSR II – AREQUIPA destaca por contar con el 67% de sus agencias bajo la categoría de Única Oferta Bancarias.

Indicadores y accionar del Banco de la Nación – DSR IX - Arequipa

Accionar	2010	2009	Rank 2010	Rank 2009
Total agencias	23	21	8/10	8/10
Total agencias UOB	14	14	8/10	8/10
Nuevas agencias	2	0	10/10	9/10
ATM's	23	22	9/10	8/10
Volumen de Operaciones	6,777,707	6,359,247	6/10	6/10
Préstamos Multired	19,088	14,990	6/10	6/10
Seguro Cuota Protegida	12,226	7,186	6/10	6/10
Seguro Tarjeta de Débito	9,794	8,230	10/10	10/10
Personal	171	170	6/10	6/10



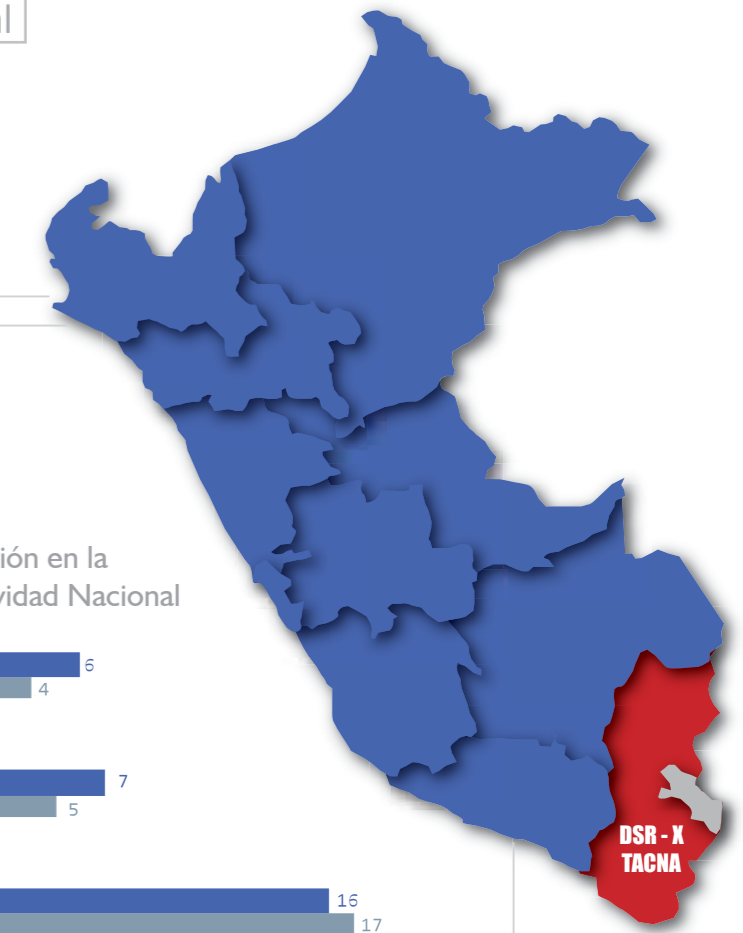
DSR X - TACNA

Perfil del Ámbito económico social de la DSR X - Tacna

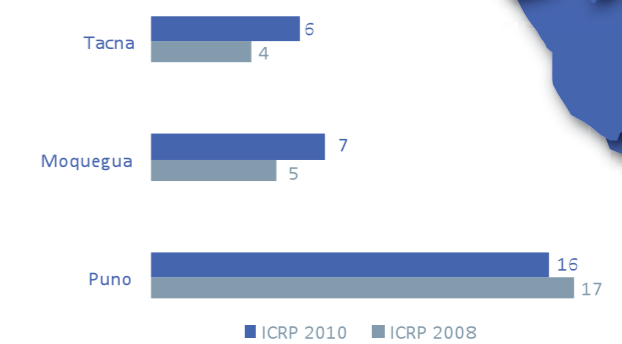
Comprende los departamentos de Tacna, Moquegua y Puno.

DSR X	Tacna	Moquegua	Puno
Población (Habitantes)	288,781	161,533	1,268,441
Superficie (Km2)	16,075.89	15,733.97	71,999.00
Densidad (Hab/Km2)	18.74	10.62	18.03
Número de Provincias	4	3	13
IDH 2009	0.65	0.65	0.56
NBI 2009*	15.5	17.0	34.9

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.



Posición en la Competitividad Nacional



El accionar del DSR X – TACNA destaca por tener la mayor apertura de agencias en el 2010, de las cuales 3 son agencias de Única Oferta Bancaria.

Indicadores y accionar del Banco de la Nación – DSR X - Tacna

Accionar	2010	2009	Rank 2010	Rank 2009
Total agencias	42	32	6/10	6/10
Total agencias UOB	30	27	6/10	6/10
Nuevas agencias	10	2	1/10	4/10
ATM's	32	26	7/10	7/10
Volumen de Operaciones	5,976,615	5,376,017	8/10	8/10
Préstamos Multired	15,478	12,155	7/10	7/10
Seguro Cuota Protegida	12,083	7,712	7/10	4/10
Seguro Tarjeta de Débito	30,740	17,594	6/10	6/10
Personal	157	143	8/10	8/10



DSR XI - LIMA

Perfil del Ámbito económico social de la División Zonal Lima

Comprende el departamento de Arequipa.

Zonal Lima	Lima y Callao
Población (Habitantes)	9,322,088
Superficie (Km2)	34,948.57
Densidad (Hab/Km2)	278.49
Número de Provincias	11
IDH 2009	0.68
NBI 2009*	15.0

*Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.



La División Zonal Lima destaca por concentrar los mejores indicadores del accionar del Banco de la Nación. Se debe resaltar que la División Zonal Lima genera el 35% del empleo total generado por el Banco de la Nación, habiéndose mostrado una mejora en todos sus indicadores.

Posición en la Competitividad Nacional



■ ICRP 2008 ■ ICRP 2010

Indicadores y accionar del Banco de la Nación – División Zonal Lima

Accionar	2010	2009	Resultados 2010
Total agencias	88	74	
Total agencias UOB	7	6	
Nuevas agencias	14	9	
ATM's	256	248	
Volumen de Operaciones	37,741,803	34,919,717	
Préstamos Multired	106,627	89,092	
Seguro Cuota Protegida	29,807	13,378	
Seguro Tarjeta de Débito	57,677	31,715	
Personal	1,028	1,027	







PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE LA MEMORIA 2009

Julio César Del Castillo Vargas

COORDINACIÓN GENERAL

Jorge Fernando Gómez Reátegui

REDACCIÓN Y EDICIÓN

Luis Francisco Vivanco Aldon

FOTOGRAFÍA

PROMPERU

Daniel San Martín

Archivo fotográfico del Banco de la Nación

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Claudia Fabiola Cárdenas Vargadá

PRE- PRENSA, PRENSA Y POST-PRENSA

Servicios Editoriales y Gráficos de Editora Perú / SERGRAF