

Informe Anual 2009
Responsabilidad Corporativa

BBVA Bancomer,
trabajamos
por un futuro mejor
para las personas



→ Índice

Perfil del grupo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Estructura del grupo ▶ Modelo de negocios ▶ Cifras económicas ▶ Socios estratégicos 	3
Carta del presidente		9
Alcance del informe	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ámbitos de cobertura ▶ Análisis de materialidad y consulta a grupos de interés ▶ Aseguramiento 	11
Principios y políticas de responsabilidad corporativas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Principios Corporativos ▶ Política de responsabilidad corporativa ▶ Comité de responsabilidad y reputación corporativas ▶ Sistema de gobierno corporativo ▶ Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales 	13
Participación de los grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Identificación y diálogo con los grupos de interés ▶ Asuntos relevantes ▶ Integración de las expectativas de los grupos de interés ▶ Comunicación con los grupos de interés 	20
Orientación al cliente	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Calidad, satisfacción y atención al cliente ▶ Seguridad, protección al cliente y continuidad del negocio ▶ Canales de comunicación ▶ Publicidad e imagen corporativa responsable 	24
Inclusión financiera	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Plan de bancarización ▶ Programa de educación financiera 	28
Educación financiera		29
Finanzas responsables	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gestión responsable del riesgo ▶ Principios de Ecuador ▶ Prevención del lavado de dinero y de la financiación de las actividades terroristas 	37
Productos y servicios responsables	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fondo B+EDUCA ▶ Productos y servicios para PYMES ▶ Tarjeta "De Paisano a Paisano" ▶ Tarjeta de ahorro WINNER CARD ▶ Tarjetas prepagadas 	39
Gestión responsable de los RRHH	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Perfil de los empleados ▶ Empleo y selección ▶ Valoración, desarrollo profesional y compensación ▶ Formación y gestión del conocimiento ▶ Beneficios sociales y otras iniciativas ▶ No discriminación, igualdad de oportunidades y conciliación ▶ Comunicación interna ▶ Clima laboral ▶ Libertad de asociación, representación sindical y resolución de conflictos ▶ Salud y seguridad laboral 	42



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-50

Deloitte.

→ Índice

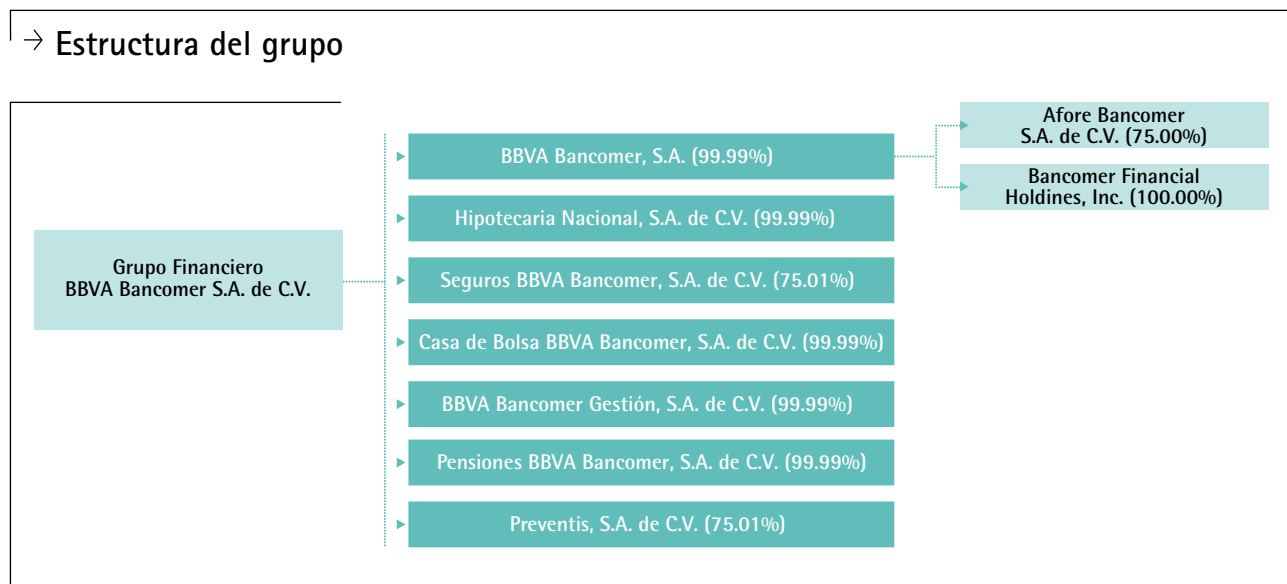
Compras responsables	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Modelo corporativo de compras ▶ Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA ▶ Sistema de homologación de proveedores ▶ Herramientas de gestión y aprovisionamiento ▶ Proveedores responsables 	56
Gestión ambiental y cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Impactos directos: Plan global de ecoeficiencia 2008-2012 ▶ Cambio climático: riesgo y oportunidad ▶ Formación y sensibilización ambiental 	58
Compromiso con la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bancomer en la educación ▶ Voluntariado ▶ Fomento cultural ▶ Programas de desarrollo social 	64
Pacto Mundial y Objetivos del Milenio	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Pacto Mundial y Objetivos del milenio ▶ BBVA y el Pacto Mundial 	70
Criterios del informe	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Referencias básicas y estándares internacionales ▶ Principios ▶ Resultados de las consultas a los grupos de interés ▶ Rigor y verificación 	72
Atención de las recomendaciones al IARC 2008		76
Indicadores GRI		78
Premios y distinciones 2009		87
Auditoría		88
Datos de contacto y datos adicionales		91
Progresos 2009 y objetivos 2010		92



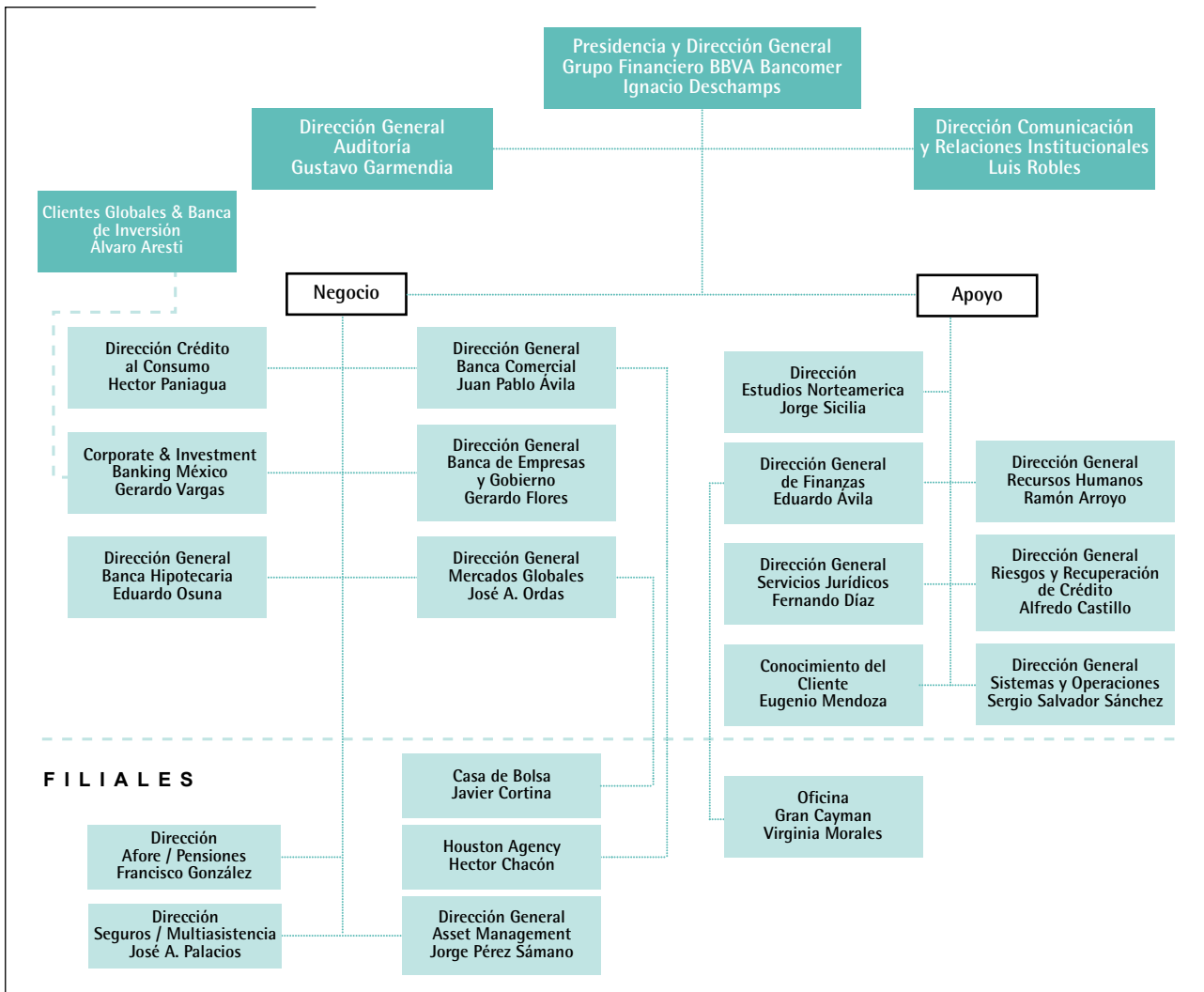
Perfil del grupo

Estructura del grupo

BBVA Bancomer es una entidad bancaria fundada en México en 1932 que junto con otras siete subsidiarias, y gracias a sus más de 15 millones de clientes, conforman la institución financiera privada líder en México, el Grupo Financiero BBVA Bancomer (GFBB).



→ Estructura operativa



En el año 2000 el Grupo Financiero BBV-Probursa se fusionó con el Grupo Financiero Bancomer y conformaron el Grupo Financiero BBVA Bancomer (GFBB).

Desde entonces GFBB pertenece al Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), uno de los grupos financieros más grandes en todo el mundo, con presencia en 32 países, entre los cuales está México donde tiene 1,779 sucursales.

→ Sucursales de BBVA Bancomer en la República Mexicana

Estado	No. de Sucursales
Aguascalientes	17
Baja California	62
Baja California Sur	22
Campeche	14
Chiapas	34
Chihuahua	62
Coahuila	41
Colima	11
Distrito Federal	287
Durango	16
Estado de México	182
Guanajuato	78
Guerrero	34
Hidalgo	30
Jalisco	196
Michoacán	84
Morelos	26
Nayarit	21
Nuevo León	95
Oaxaca	23
Puebla	63
Querétaro	25
Quintana Roo	19
San Luis Potosí	33
Sinaloa	39
Sonora	51
Tabasco	28
Tamaulipas	45
Tlaxcala	12
Veracruz	81
Yucatán	24
Zacatecas	24
TOTAL	1779

Modelo de negocios

En BBVA Bancomer, nuestro modelo de negocios está basado en nuestra misión, que se resume en cuatro principios:

1. Ganar y conservar la confianza de nuestros clientes.
2. Lograr el desarrollo integral de nuestros colaboradores.
3. Obtener rendimientos atractivos para nuestros accionistas.
4. Contribuir con nuestro negocio al bienestar social.

Con base en estos principios desarrollamos nuestras actividades y mantenemos un espíritu de servicio que nos motiva a ser mejores en el negocio bancario.

→ Estructura del modelo de negocios

	Enfoque	Red Dedicada
Individuos		
Banca Patrimonial	Clientes Patrimoniales	57 oficinas
Banca Comercial	Clientes Individuales	1,779 oficinas
Banca Hipotecaria	Clientes Individuales	109 oficinas
Compañías		
Banca Corporativa	500 Grandes Corporativos	3 oficinas
Banca de Empresas y Gobierno	Empresas Medianas Entidades de Gobierno	118 oficinas
Banca Hipotecaria	Desarrolladores	98 oficinas
Banca Comercial	Empresas Pequeñas	291 ejecutivos especializados

Este modelo nos ha permitido mantenernos como una de las instituciones financieras más importantes de México. En el 2009 nuestros activos representaron el 26.1% de los activos totales de la banca mexicana y el 10.9% del Producto interno bruto (PIB) del país, en contraste con el 6% del año pasado. Además, el banco maneja el 26.2% de la cartera de crédito y el 25.5% de la captación total de la banca mexicana, a través de 1,779 sucursales y 6,237 cajeros automáticos, 422 más que en el 2008.¹

¹ Datos tomados con fecha de corte de septiembre de 2009. Fuente: Para el PIB, INEGI; para la cuota de mercado, CNBV e información de BBVA Bancomer; sucursales y cajeros automáticos, información de BBVA Bancomer.

Cifras económicas

→ Indicadores generales de la banca mexicana

	Dic. 07	Dic. 08	Dic. 09
Total Instituciones Banca múltiple	40	43	41
Sucursales totales	9,458	10,354	10,490
Personal total empleado	146,587	157,014	157,908
Número de cuentas totales de captación	47,876,587	75,113,013	79,570,369
Activos totales de la Banca (millones de pesos mp)	2,980,349	4,437,794	4,991,673
PIB corriente	11,206,070	12,110,555	11,995,339
Como porcentaje del PIB	15.24	15.72	41.61
Cartera total bruta de la banca	1,707,727	1,904,052	1,909,639
Como porcentaje del PIB	15.24	15.72	15.91
Captación total (mp)	1,902,666	2,242,353	2,115,059

(1) Fuente: Elaboración interna con información de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).

En BBVA Bancomer, nos hemos esforzado por mantener nuestro ritmo de crecimiento y nuestro liderazgo en el país, así como en obtener beneficios para nuestros grupos de interés.

→ Relevancia de BBVA Bancomer en la economía mexicana

	Dic. 07	Dic. 08	Dic. 09
Activo total negocio bancario Bancomer (mp)	1,056,616	1,164,411	1,094,998
Participación de activo de negocio bancario en la banca mexicana	23.98	26.38	26.08
Manejo de recursos del público: captación tradicional como % del Activo total del negocio bancario	45.10	47.68	53.74

(1) Fuente: Informe Trimestral de resultados del Grupo Financiero BBVA Bancomer, Balance General de Negocio Bancario. Para la participación: CNBV. Para la participación del activo: elaboración interna con información de la CNBV.

→ Indicadores

				Valor económico añadido (EVA)
				Detalle por grupo de interés
Millones de pesos		2007	2008	2009
Accionistas	Dividendos	15,879	18,691	16,231
Empleados	Gastos de personal	13,738	13,883	13,778
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	38,111	45,923	44,984
Proveedores	Otros gastos generales de administración* (1)	11,511	12,606	13,107
Sociedad	Impuestos sobre beneficios	9,771	6,190	6,244
	Contribuciones a la comunidad: recursos destinados	89,010	97,293	94,344
				Valor económico generado y distribuido
Millones de pesos		2007	2008	2009
	Valor económico generado(VEG)	79,004	88,709	88,497
	Margen de intermediación	53,740	62,774	54,911
	Comisiones netas	22,005	21,615	20,855
	Otros ingresos ordinarios (2)	1,408	2,557	14,834
	Otras ganancias y pérdidas netas	1,851	1,763	-2,103
	Valor económico distribuido (VED)	51,027	51,542	49,128
	Accionistas: dividendos	15,879	18,691	16,231
	Resultado atribuido a la minoría	128	172	-232
	Proveedores y otros gastos de admón. (excluidos sueldos y salarios)* (1)	11,511	12,606	13,107
	Sociedad: impuestos	9,771	6,190	6,244
	Empleados: gastos de personal	13,738	13,883	13,778
	Valor económico retenido (VER-VEG-VED)	27,977	37,168	39,369
	Provisiones y amortizaciones (3)	14,556	26,004	29,444
	Reservas	13,421	11,164	9,925

(1) Incluye gastos generales – impuestos – IPAB – depreciación y amortización.

(2) Incluye resultado por intermediación + otros ingresos o egresos de la operación + participación en el resultado de subsidiarias y asociadas.

(3) Incluye la estimación preventiva para riesgos crediticios + depreciación y amortización.

(4) VEG= Valor económico generado

VED= Valor económico distribuido

VER= Valor económico retenido

* Cifra a noviembre de 2009.



Socios estratégicos

En BBVA Bancomer estamos conscientes de que para poder seguir siendo generadores de beneficios para la sociedad, es imprescindible el trabajo en equipo. Por ello colaboramos con organismos e instituciones líderes en su campo, de manera que juntos podamos obtener mejores resultados.

Socios estratégicos de BBVA Bancomer

Asociaciones:

- ▶ Asociación de Bancos de México (ABM)
- ▶ Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI)
- ▶ Asociación Mexicana de AFORES (AMAFORE)
- ▶ Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)
- ▶ Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles (AMIB)

- ▶ Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)
- ▶ Bolsa Mexicana de Valores (BMV)
- ▶ Cámara Nacional de la Industria de la Vivienda (CANADEVI)
- ▶ Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
- ▶ Fundación del Español Urgente México (FUNDÉU MÉXICO)

Organismos reguladores:

- ▶ Banco de México
- ▶ Comisión del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR)
- ▶ Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)
- ▶ Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de los Servicios Financieros (CONDUSEF)
- ▶ Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)



Carta del Presidente

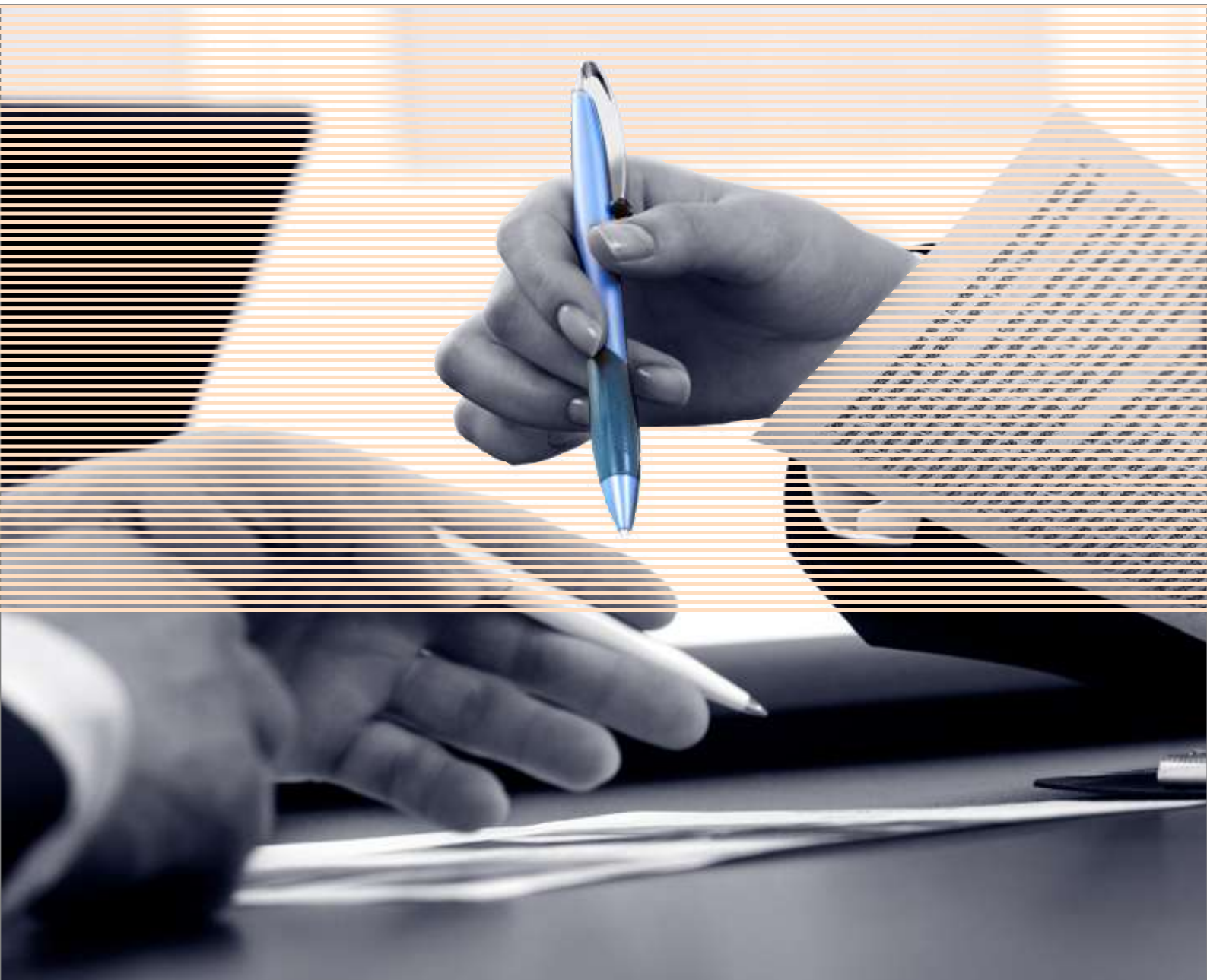
Es para mí un agrado presentarles nuestro tercer Informe anual de responsabilidad corporativa BBVA Bancomer 2009. Este año estuvo marcado por nuestra determinación de continuar siendo un referente en el sector financiero de solidez, transparencia y compromiso con nuestros accionistas, clientes, empleados, proveedores, reguladores y la sociedad, sobre todo en el contexto de la crisis económica que vivimos.

Uno de los temas que sin lugar a dudas ocupó la agenda global en el 2009 fue el del cambio climático. En BBVA Bancomer hemos asumido este desafío con seriedad, lo cual nos ha llevado a consolidar nuestro Plan global de ecoeficiencia, iniciado hace un año. La nueva sede de BBVA Bancomer también contribuirá al medio ambiente al permitirnos ahorros de más de 30% en energía y agua así como en el reciclaje y gestión de recursos.

Otro tema que sin duda sigue siendo central en el escenario internacional es la actual crisis económica. El

papel de BBVA Bancomer en este contexto ha sido categórico en el sentido de que hemos mantenido la llave del crédito abierta para impulsar la recuperación económica. Nuestros activos del 10.9% del PIB son señal inequívoca de que, a pesar de los escenarios adversos, es posible crecer cuando se trabaja con responsabilidad.

Para BBVA Bancomer ser transparentes con nuestros grupos de interés es fundamental. Al ser el Informe anual de responsabilidad corporativa nuestra principal herramienta de comunicación, nos esforzamos en mejorarlo. Este año presentamos información novedosa como la matriz de materialidad, por medio de la cual obtenemos datos acerca de los asuntos más relevantes para nuestros grupos de interés, los resultados de la encuesta de satisfacción del informe del 2008 y la atención que se dio a las recomendaciones que se desprendieron de él.



También incluimos la relación que tiene la información reportada con los Principios del Pacto Mundial, al cual BBVA Bancomer está adherido desde 2003. Con esta relación, además de refrendar nuestra convicción de sumarnos a esta iniciativa, pretendemos que nuestro informe sirva como parte de la Comunicación de Progreso para este periodo.

Quiero agradecer especialmente a todas las personas que con su trabajo diario hacen del contenido de este

informe un reflejo de nuestra filosofía corporativa llevada a la acción. Aprovecho para hacer un llamado a todos nuestros grupos de interés para que participen, porque su opinión es la que nos permite mejorar cada vez más.

Ignacio Deschamps González
Presidente y Director General

BBVA Bancomer...
adelante.



Alcance del Informe

Ámbitos de cobertura

El Informe anual de responsabilidad corporativa (IARC) presenta los resultados de las actividades que ha llevado a cabo BBVA Bancomer S.A., Institución de Banca Múltiple, en su carácter de entidad bancaria, independiente del resto de subsidiarias que conforman al Grupo Financiero BBVA Bancomer S.A. de C.V.

Los aspectos que cubre este tercer informe están basados en los estándares internacionales establecidos por el Global Reporting Initiative (GRI), el cual los agrupa en tres grandes ámbitos: el económico, el medioambiental y el social.

La información que aquí se presenta corresponde a las actividades que desarrolló BBVA Bancomer del 1º de enero al 31 de diciembre del 2009. En los casos en que es posible hacerlo, se incluyen datos de los otros dos informes anuales (2008 y 2007) como referencia comparativa. Como parte del proceso de mejora en los métodos de cuantificación, este informe puede contener algunas variaciones en los criterios utilizados respecto a esos años anteriores. Sin embargo, esto no representa cambios significativos en las cifras principales.

Análisis de materialidad y consulta a grupos de interés

Cabe resaltar que el contenido de este documento se definió con base en los resultados obtenidos del análisis de materialidad así como de la consulta a los grupos de interés, ambos realizados a finales del año 2009. El objetivo de esos procesos fue conocer la opinión de aquellas personas e instituciones con las cuales nos relacionamos de manera que pudiéramos determinar su relevancia y materialidad de acuerdo con las recomendaciones establecidas en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (versión 3 2006), del GRI, y de la norma AA1000, que comprende la Norma de principios de AccountAbility AA 1000APS



(2008) y la Norma de aseguramiento de sostenibilidad AA 1000 AS (2008).

Aseguramiento

De acuerdo con los estándares AA1000 y GRI-G3, uno de los aspectos básicos de un Informe de responsabilidad corporativa es el del aseguramiento. El aseguramiento es la verificación externa por medio de la cual un tercero

valida los datos y afirmaciones realizadas, lo cual le da a un tercero validez a los datos y afirmaciones realizadas, lo cual le da al documento credibilidad, rigor y transparencia.

El contenido de este Informe ha sido verificado por Deloitte.²

² El informe de verificación se encuentra en el capítulo "Auditoría".



Principios y políticas de RC

En el contexto de crisis global actual, en BBVA Bancomer refrendamos nuestros principios corporativos como una base sólida sobre la cual trabajamos con firmeza para alcanzar nuestros objetivos tanto de negocios como con la sociedad, alineados a nuestra misión, conformada por cuatro puntos:

1. Generar confianza al servir más y mejor a nuestra clientela, con transparencia e integridad, ofreciendo siempre productos y servicios de la más alta calidad.
2. Proporcionar a nuestros colaboradores las mejores condiciones para su desarrollo integral.
3. Ser solventes y ofrecer rendimientos atractivos a nuestros accionistas.
4. Apoyar el bienestar social como una resultante de la actividad de negocio.

Principios corporativos

Los principios corporativos guían la estrategia y el modelo de negocio de la empresa, y por tanto, su proceso de toma de decisiones.

Estos principios son:

- El cliente como centro del negocio.
- La creación de valor para los accionistas como resultado de la actividad.
- El equipo como artífice de la creación de valor.
- El estilo de gestión como generador de entusiasmo.
- El comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad.
- La innovación como palanca de progreso.
- La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo.

La aplicación de estos principios se refleja en nuestro compromiso por atender de la mejor manera posible a las expectativas de nuestros grupos de interés.

Política de responsabilidad corporativa

La Política de responsabilidad corporativa (RC) de BBVA Bancomer define la actuación de la empresa en materia de responsabilidad social corporativa de forma general, y las directrices que deberán seguirse en los ámbitos económico, social y medioambiental, de manera específica.

Los 7 principios corporativos de BBVA



→ Alcance de la política de responsabilidad corporativa en BBVA

Responsabilidad Social		Valor reputacional	Valor directo negocio	Valor social
Temas sociales y medioambientales genéricos que no afectan de forma significativa a la competitividad de la empresa a largo plazo	►			
Temas sociales y medioambientales con impactos relevantes en relación con la actividad de negocio	►			
Temas "exclusivos" de negocio	►			

Con base en esta política, hemos desarrollado junto con el Corporativo un Plan estratégico de responsabilidad y reputación corporativas (RRC), basada en dos aspectos centrales. Por una parte, la educación, sobre todo la educación financiera, que implica trabajar para que el cliente tome una decisión informada sobre lo que mejor responde a su necesidad; y por otra parte, la inclusión financiera, o accesibilidad, que implica un trato justo para los nuevos segmentos. La inclusión financiera asimismo requiere de educación.

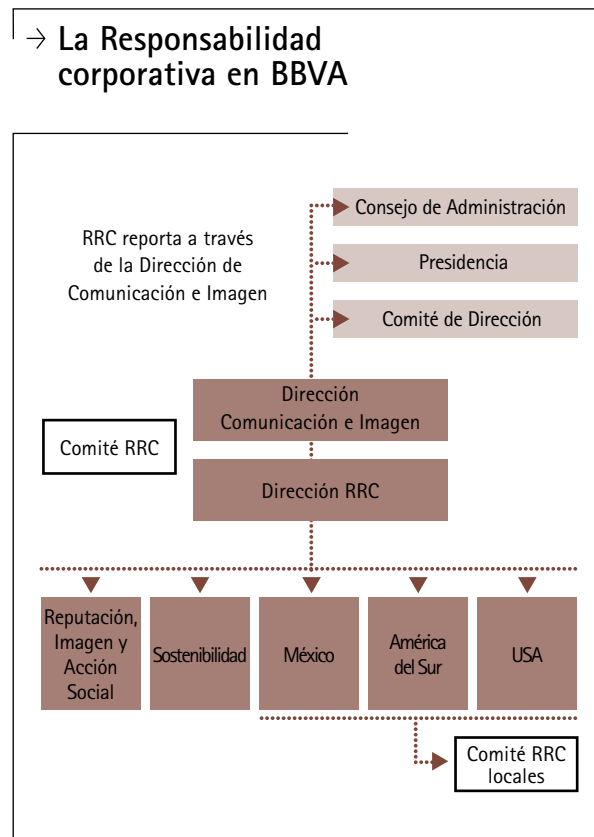
Los planes y programas de RRC que tenemos a nivel corporativo son:

- ▶ Programa de becas BBVA de integración "Niños Adelante"
- ▶ Plan global de Educación financiera 2009-2011
- ▶ Fundación Microfinanzas BBVA: inclusión financiera en la "base de la pirámide"
- ▶ Iniciativas para promover la bancarización y la accesibilidad financiera
- ▶ Programa para el desarrollo de la función de RRC en las unidades de negocio
- ▶ Plan para la implantación del posicionamiento
- ▶ Plan para la gestión de los riesgos reputacionales
- ▶ Plan para la integración de los riesgos sociales y medioambientales en la gestión del crédito
- ▶ Plan de formación de RRC a través de la plataforma "Conoce"
- ▶ Programa para la integración de criterios sociales y medioambientales en los procesos de homologación a proveedores
- ▶ Plan global de ecoeficiencia 2008-2012
- ▶ Plan de voluntariado corporativo

Comité de responsabilidad y reputación corporativas

Para BBVA Bancomer la responsabilidad social es tarea de todos. Con el fin de asegurarnos que las principales áreas se involucren y así mejorar la gestión y el alcance de nuestro plan estratégico, desde el 2008 se formó el Comité de responsabilidad y reputación corporativas (RRC), el cual trabaja de la mano con la Dirección de RRC del Grupo BBVA.

Organigrama del Comité de RRC



Durante el 2009 el comité se reunió en cuatro ocasiones, durante las cuales se analizaron las siguientes líneas de trabajo complementarias a los planes y programas de RRC corporativos mencionados anteriormente:

1. Iniciativas ecoeficiencias
2. Certificaciones ISO 14001
3. Crédito Línea verde-BID
4. Gestión de reclamaciones: cancelaciones TDC
5. Satisfacción y atención al cliente: cobranza TDC
6. Proveedores pronto pago
7. Eficiencia en los negocios a través de la gestión de información

Por su importancia también se analizaron otros temas tales como la Prevención del lavado de dinero y el Desarrollo de productos y servicios responsables.

→ Proyectos activos de RRC

Nombre del proyecto	Descripción del proyecto
Iniciativas ecoeficiencias (PGE)	Iniciativas que forman parte del Plan de ecoeficiencia de BBVA Bancomer que tiene como objetivo el cuidado del medioambiente.
Certificaciones ISO 14001	Se certificaron dos edificios: Montes Urales 620 y Vallarta en Guadalajara y se obtuvieron ahorros del 36% de consumo energético, 30% consumo de agua de interiores y 50% de consumo de agua de jardinería.
Crédito Línea verde-BID	Línea verde con el Banco Interamericano de Desarrollo para cubrir los costos de la certificación LEED de las nuevas sedes.
Gestión de reclamaciones: cancelaciones TDC	Acciones sobre la gestión en los procesos para mejorar la percepción de los clientes. Algunas acciones: candados en el sistema con validaciones que nos garanticen el "no carrusel"; cancelaciones bajo la metodología Six Sigma y cambio en las políticas de retención de clientes así como en la operación.
Satisfacción y atención al cliente: cobranza TDC	Contra la cobranza ofensiva y en horarios impertinentes, se proponen acciones de mejora: facultar a personal del servicio UNE; instalación del Código de ética y grabación del 100% de llamadas.
Proveedores pronto pago	<p>Pronto pago: pagar al proveedor en un plazo menor a lo estipulado en el contrato una vez que ha otorgado el producto o servicio, solicitando un descuento a cambio.</p> <p>Pago anticipado: anticipar pago al proveedor por volumen o abastecimiento oportuno del producto o servicio en un periodo dado, evitando compras parciales, y negociar un descuento.</p>
Eficiencia en los negocios a través de la gestión de información	El área de Servicios transaccionales globales presenta una iniciativa que apoya el desarrollo de productos y servicios responsables con el que se busca mejorar el servicio al cliente reduciendo el consumo de papel, el traslado y los costos.

El área encargada de coordinar y supervisar que todos estos acuerdos se cumplan es la de Responsabilidad y reputación corporativas.

En agosto de 2009 los responsables del área organizaron el taller "RRC Alta Dirección", en el cual participaron 27 miembros del Comité de Dirección, del Grupo, de RRC Grupo y de RRC México. El objetivo del taller fue lograr la apropiación de los conceptos clave de la responsabilidad corporativa así como la unificación de criterios por parte de todas las partes involucradas.

Del 6 de noviembre al 2 de diciembre de 2009 se

llevaron a cabo las sesiones de trabajo "Adelante con la RRC". Se organizaron sesiones para 18 grupos con la asistencia de 200 participantes, incluyendo Seguros y Afore. En el marco de estas sesiones se generaron interesantes iniciativas por cada Dirección General, como la creación del rol de "enlace" -dos personas por Dirección- para dar seguimiento a las iniciativas de RRC.

Hemos participado en el grupo "Responsabilidad social y Educación financiera", el cual se creó a petición del Presidente de la Asociación de Bancos de México (ABM) en junio del 2009 para impulsar las iniciativas gremiales en ambos temas. En conjunto, hemos trabajado en el

Primer Informe de responsabilidad corporativa del sector financiero, el cual estará listo para la Convención anual de la ABM, en febrero del 2010.

Por medio de las áreas de Riesgos y RRC tenemos participación en el grupo "Sustentabilidad", cuyo objetivo es trabajar en conjunto con UNEP- FI (United Nations Environmental Program – Financial Institutions) para desarrollar iniciativas gremiales que apoyen al medioambiente. Otra iniciativa es impulsar la incorporación de los Principios de Ecuador³ en los bancos mexicanos.

Sistema de gobierno corporativo

Uno de los elementos clave para que la empresa actúe de acuerdo con el principio corporativo de ética e integridad es su Sistema de gobierno corporativo, cuya función principal es mejorar el funcionamiento de las estructuras de mando del banco, como el Consejo de Administración y la Asamblea de Accionistas.

Para ello, se vale de sistemas de control interno, así como de políticas y procedimientos claros y seguros. Los cuales se recogen en el Reglamento del Consejo del Banco, que regula el régimen interno y el funcionamiento del Consejo y de sus comisiones, así como los derechos y deberes de los consejeros que lo conforman.

El sistema se explica detalladamente en el Informe Financiero 2009 de BBVA (en un capítulo dedicado a este tema) y en el Informe anual de gobierno corporativo según las exigencias legales, todo ello disponible en la red corporativa (www.bbva.com). La página cuenta con un apartado especial de acceso directo en el que figura toda la información considerada relevante al respecto.

Consejo de Administración

El Consejo de Administración está compuesto por diez consejeros propietarios y sus respectivos suplentes, de los cuales, cinco son consejeros independientes propietarios y cuatro son consejeros independientes suplentes, con lo cual se garantiza la imparcialidad en el ejercicio de sus funciones así como la pluralidad de opiniones en la toma de decisiones.

Actualmente el Presidente del Consejo de Administración es el ingeniero Ignacio Deschamps González, Director General de la empresa.⁴

Las funciones del Consejo de Administración de BBVA Bancomer son:

- a) Administrar y representar a la sociedad.
- b) Nombrar y remover a los consejeros delegados, al director general, a los funcionarios, a los agentes, a los empleados y los auditores externos.
- c) Crear, diseñar la estructura y asignar jerarquías, facultades y atribuciones de los comités y las comisiones.
- d) Convocar a las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias.

Para llevar a cabo sus funciones, el Consejo de Administración cuenta con órganos intermedios conformados por Consejeros y áreas administrativas. Estos órganos son los encargados de garantizar que las decisiones tomadas por el Consejo sean informadas y adoptadas tanto al interior como al exterior de la empresa y son:

- ▶ El Comité de crédito y riesgos de mercado
- ▶ El Comité de auditoría
- ▶ El Comité ejecutivo⁵

El Consejo de Administración se reúne ordinariamente cinco veces al año. Los acuerdos tomados en estas sesiones son difundidos a sus grupos de interés por medio de distintos canales de comunicación.

Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

En BBVA Bancomer trabajamos día con día por preservar nuestra integridad corporativa, entendida ésta como el actuar bajo estrictos estándares de comportamiento ético en la realización de cada uno de sus negocios, en el

³ Más información sobre los Principios de Ecuador en el capítulo "Finanzas Responsables"

⁴ El Consejero Presidente es el Director General con fundamento en el art. 25º de la Ley para Regular las Agrupaciones Financieras que establece lo siguiente: "En ningún caso podrán ser consejeros: I. Los funcionarios y empleados de la controladora y de los demás integrantes del grupo, con excepción de sus directores generales."

⁵ Para conocer a fondo las funciones de estos tres comités puede consultar el Informe de responsabilidad corporativa BBVA Bancomer 2008 en el capítulo "Principios y políticas de RC".



desempeño íntegro de sus empleados y en las relaciones con sus clientes, accionistas y la sociedad en general.

Este compromiso se logra mediante acciones tendientes a consolidar nuestra cultura corporativa, que se define en uno de sus principios: La "ética" como forma de entender y desarrollar nuestra actividad.

Código de conducta

La principal herramienta a través de la cual el Grupo plasma en comportamientos concretos el ideal ético que espera de cada uno de sus integrantes es el código de conducta.

En concordancia con los postulados de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Código de Conducta establece cuatro valores claves:

- ▶ Respeto a la dignidad y a los derechos de la persona.
- ▶ Respeto a la igualdad de las personas y a su diversidad.
- ▶ Estricto cumplimiento de la legalidad.
- ▶ Objetividad profesional.

El Código de Conducta es de observancia obligatoria para todos los colaboradores del Grupo financiero y valora de forma especial a aquellos proveedores que comparten sus principios.

Los canales de denuncia de incumplimiento al Código de conducta, difundidos en el proceso de "Actitud Responsable" tienen como objetivo que los empleados pongan de manifiesto aquellas situaciones que a su juicio contravengan los valores y principios del código. Estos canales se encuentran disponibles las 24 horas, los 365 días del año, e incluyen opciones de entrevista personal, correos de voz y de correo electrónico interno y externo.

Durante el año 2009 conmemoramos el 5° aniversario del Código de conducta, por lo que se llevó a cabo el refrendo al mismo con una participación de más de 33,000 colaboradores.

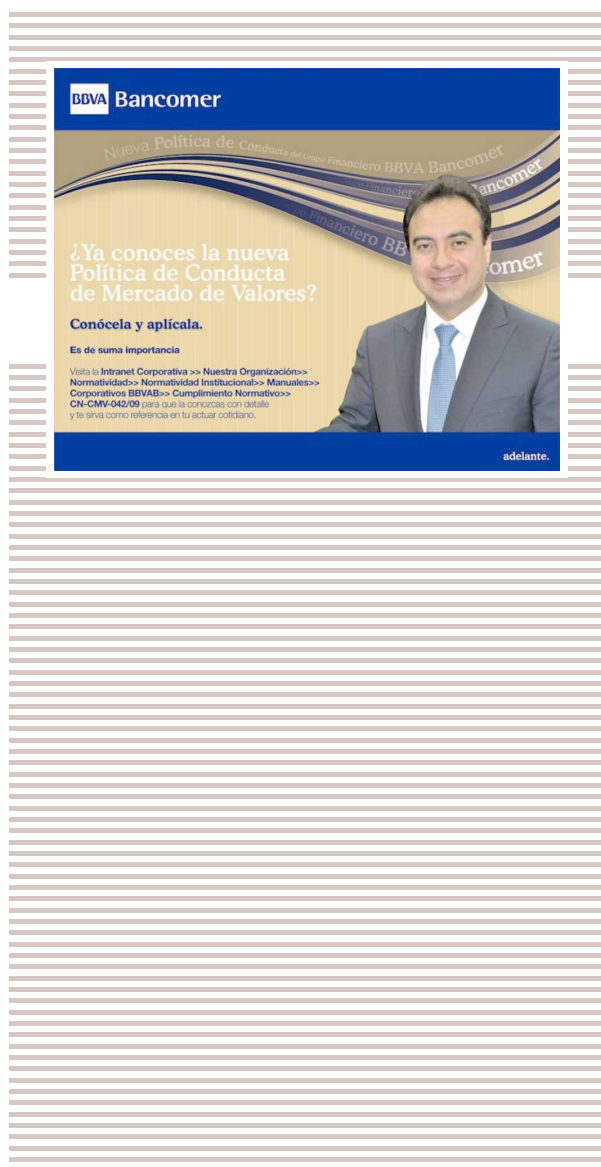
El tema de la campaña institucional de reforzamiento al código fue el de la "Integridad en los negocios", que nos permitió reafirmar de una manera práctica y positiva nuestro principio corporativo de la ética como la forma de entender y desarrollar nuestra actividad.

Adicionalmente, se lanzó una campaña de comunicación interna ligada al tema de "Integridad en los negocios" mencionado anteriormente, en la cual los empleados estuvieron recibiendo periódicamente a través de distintos medios, mensajes o recordatorios donde se plasmaron los beneficios de contar con el Código de conducta.

Política de conducta de Mercado de Valores

En el 2009 nos adherimos a la nueva política del Grupo BBVA en los mercados de valores, la cual profundiza o amplía el capítulo 5° de nuestro Código de Conducta denominado "Integridad en los mercados", estableciendo pautas de actuación aplicables a todas las personas y entidades que lo integran.

Esta política la dimos a conocer entre nuestros empleados a través de boletines electrónicos donde los invitamos a visitar la intranet corporativa, y utilizarla como referencia en sus actividades cotidianas.



Principio de precaución: la gestión del riesgo

Se sigue a nivel de todo el Grupo BBVA un criterio general que rige la gestión integral del Grupo y la específica de la responsabilidad corporativa: el respeto al principio de precaución, fundamentado en criterios de valoración de los riesgos prudentes, consistentes y basados en la experiencia.

Otras iniciativas

Otras estrategias de control para las áreas funcionales son⁶:

- ▶ Prevención de Fraudes
- ▶ Sistema de control interno
- ▶ Norma de conflicto de intereses
- ▶ Cumplimientos legales
- ▶ Anticorrupción

Cumplimientos legales

Al 31 de diciembre de 2009, BBVA Bancomer no tiene registradas multas ni sanciones por incumplimientos de leyes o normativas relacionadas con aspectos medioambientales, con el desempeño en la sociedad o en el suministro y el uso de productos y servicios, que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados consolidados. No se han detectado demandas relacionadas con actitudes de discriminación o violación de los derechos humanos, por lo cual se ha dado cumplimiento a lo establecido en la legislación vigente.

Compromisos y acuerdos internacionales

BBVA Bancomer se suma a las iniciativas internacionales existentes en la materia, tales como:

- ▶ Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- ▶ Iniciativa financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente
- ▶ Principios de Ecuador⁷
- ▶ Principios para la Inversión responsable de Naciones Unidas

⁶ Para saber más sobre otros mecanismos de control favor de consultar el IARC BBVA Bancomer 2008.

⁷ Los Principios de Ecuador se detallan en el capítulo "Finanzas Responsables".



Participación de los grupos de interés

La globalización ha puesto de manifiesto que los grandes retos de la actualidad afectan a todos por igual: corporaciones, gobierno, sociedad civil e individuos. En BBVA Bancomer estamos conscientes de que sólo compartiendo conocimientos y trabajando juntos es que podemos tener un impacto positivo en su solución. Por ello, el compromiso con nuestros grupos de interés es la base fundamental en la cual se sustenta nuestra responsabilidad social.

Identificación y diálogo con los grupos de interés

Para definir a aquellas personas, instituciones o colectivos cuya actividad influye o es influenciada por el banco, llevamos a cabo un mapeo de grupos de interés, basado en los criterios establecidos por la norma AA1000SES:

- Responsabilidad – grupos con quienes la empresa tiene, o en un futuro puede tener, responsabilidades financieras y operativas, tales como regulaciones, contratos, políticas o códigos.
- Influencia – grupos con influencia o poder de decisión.
- Proximidad – grupos con los que la empresa interactúa más, incluyendo grupos internos, aquellos con relaciones a largo plazo y aquellos de los que depende en sus operaciones diarias.
- Dependencia – grupos que directa o indirectamente dependen de las actividades de la empresa en términos económicos y financieros así como de infraestructura local o regional.
- Representación – grupos que, a través de la regulación, tradición o cultura, tienen legitimidad para reclamar representación.
- Política y Estrategia – grupos a los que la empresa se dirige de manera directa por medio de sus políticas y declaraciones, incluyendo aquellos que pueden dar un aviso oportuno de riesgos emergentes.

Basados en estos criterios, agrupamos a nuestros grupos de interés en seis categorías: clientes, empleados,

proveedores, accionistas, sociedad y reguladores.

→ Principales grupos de interés de BBVA Bancomer



Dialogar con nuestros grupos de interés implica escuchar y entender cuáles son sus necesidades y expectativas sobre nuestro trabajo. Este proceso es muy importante ya que nos permite integrar, priorizar y definir estrategias para la mejora continua.

A finales del 2009 llevamos a cabo una consulta con nuestros grupos de interés para conocer su grado de satisfacción sobre nuestro Informe de responsabilidad corporativa del año anterior. La información que arrojó nos permitió conocer nuestras fortalezas y debilidades en la manera en que comunicamos nuestras actividades para integrar sus sugerencias y ser más eficaces en la manera en la que damos a conocer nuestra labor.⁸

Este ejercicio nos permitió alcanzar la meta de contar con la percepción sobre nuestro Informe anterior de una manera sistematizada para poder incorporarla al presente informe, y de esta manera lograr una mejor comunicación y rendición de cuentas con nuestros grupos de interés. En este sentido, hemos incluido algunas de las sugerencias expresadas tales como dar información más detallada sobre el concepto y la estrategia de RRC de BBVA Bancomer, así como explicar cómo es que dialogamos con nuestros grupos de interés y desglosar los apoyos que se destinan al compromiso con la sociedad por área estratégica.⁹

Asuntos relevantes

La política de Responsabilidad corporativa de BBVA Bancomer se desarrolla en torno a una serie de asuntos relevantes. Estos surgen de los procesos de consulta y diálogo que la empresa desarrolla con sus grupos de interés e integran su visión, principios y estrategia de negocio.

Los asuntos que consideramos clave han sido identificados a nivel del Grupo mediante diferentes procesos de consulta realizados entre los años 2006 y 2009, y son los siguientes:

1. Orientación al cliente.
2. Inclusión financiera.
3. Finanzas responsables.
4. Oferta de productos y servicios responsables.

⁸ Para conocer los resultados de la consulta ver Resultados de la consulta a grupos de interés en el Capítulo "Criterios del Informe".

⁹ La información sobre el concepto y la estrategia de RRC de BBVA Bancomer se encuentra en la Política de responsabilidad corporativa del capítulo "Principios y políticas de responsabilidad corporativas".

La información sobre cómo dialogamos con nuestros grupos de interés se encuentra en el capítulo de "Participación de los grupos de interés" así como en los Resultados de la consulta a grupos de interés en el capítulo "Criterios del Informe".

La información sobre el desglose de los apoyos que se destinan al compromiso con la sociedad por área estratégica se encuentra en el cuadro Presupuesto de la Fundación BBVA Bancomer del capítulo "Compromiso con la sociedad".

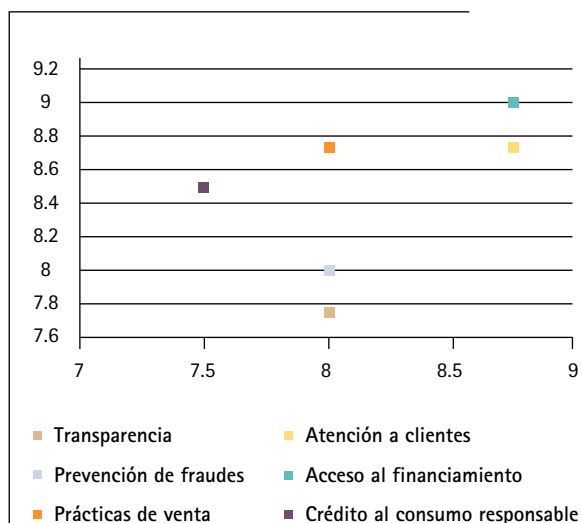
5. Gestión responsable de los recursos humanos.
6. Compras responsables.
7. Gestión ambiental y cambio climático.
8. Compromiso con la sociedad.

Atendiendo a estas prioridades es que nuestros Informes de Responsabilidad corporativa los incluyen como parte central de su capitulado.

Adicionalmente, a nivel de BBVA Bancomer este año llevamos a cabo un análisis de materialidad de acuerdo con la Norma de principios de AccountAbility AA1000APS. Este análisis nos permite definir los temas más relevantes y significativos para el banco y sus grupos de interés con el fin de plasmarlos en su Informe anual de responsabilidad corporativa 2009 así como para planificar las futuras estrategias de la empresa en este tema de manera balanceada.

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron del análisis de materialidad, se determinaron los siguientes asuntos materiales para BBVA Bancomer:

→ Gráfica de asuntos materiales



La escala de valores original va del 0 al 10. Debido a que las respuestas se concentraron en la escala del 7 al 10 se decidió hacer la gráfica con este rango con el objeto de que el lector pudiese identificar con mayor claridad las diferencias entre cada uno de los asuntos materiales representados.



Integración de las expectativas de los grupos de interés

Para atender a las necesidades detectadas por parte de nuestros grupos clave contamos con el área de Responsabilidad y reputación corporativas, la cual, además de coordinar las actividades de RC de la

empresa, asegura que todas las áreas integren dichas expectativas en sus planes operativos.

Si bien a lo largo del informe se detallan los programas y proyectos que se emprendieron en 2009 con cada uno de los grupos de interés, presentamos aquí un pequeño resumen de las principales acciones:

→ Integración de las expectativas de los grupos de interés

Grupo de interés	Acciones 2009
Clientes	99.98% de cumplimiento del total de las solicitudes recibidas a través de nuestros distintos servicios. Cambios en las políticas de retención de clientes así como en su operación.
Empleados	Revisión del Contrato Colectivo de Trabajo a nivel integral con importantes acuerdos. Promedio global de la encuesta de clima laboral de 78.
Proveedores	Implementación del programa "Pronto pago" y el de "Pago anticipado". 116 proveedores más homologados bajo nuestro nuevo sistema de homologación.
Sociedad	15,000 becas otorgadas con el programa "Por los que se quedan". Alianza de colaboración entre el ITESM y el Voluntariado Bancomer para establecer conjuntamente Centros educativos y productivos Bancomer con el apoyo del programa de Incubadoras sociales del ITESM.
Reguladores	Participación en el grupo "Responsabilidad Social y Educación Financiera" con la ABM y en el 1er. Informe de responsabilidad corporativa del sector financiero.

Comunicación con los grupos de interés

Contamos con herramientas de comunicación, tanto internas como externas, a través de las cuales integramos la información más relevante para mantener al día a nuestros grupos de interés.

Dentro de nuestros canales de comunicación externa se encuentran:

- ▶ Sucursales
- ▶ Línea Bancomer
- ▶ Portal de internet
- ▶ Prensa (Periódicos, revistas, encartes, correos directos, televisión, radio, entre otros)

Nuestros principales canales de comunicación internos son:¹⁰

- ▶ Para ti de RRHH
- ▶ Servicio de atención a empleados (SAE)

Sin duda alguna nuestro Informe anual de responsabilidad corporativa se ha convertido en nuestro principal instrumento de comunicación, en el cual la aplicación de estándares, métodos de verificación, certificación y aseguramiento respaldan la veracidad y la relevancia de la comunicación.

¹⁰ Para mayor información sobre nuestros canales de comunicación interna ir a Comunicación interna en el capítulo "Gestión Responsable de los RRHH".



Orientación al cliente

Calidad, satisfacción y atención al cliente

En BBVA Bancomer, nuestro principal objetivo es mantener relaciones de largo plazo con nuestros clientes. Para lograrlo, nos esforzamos por que nuestro modelo de gestión ofrezca las soluciones que mantengan su fidelidad y confianza en nosotros.

En 2009 mantuvimos nuestro liderazgo en número de clientes bancarios aumentando a más de 15.3 millones las cuentas existentes.

Cada año desarrollamos funciones de mayor valor añadido que satisfacen mejor los intereses de los clientes porque nos adaptamos a sus necesidades.

Alianza estratégica con IBM

Con el fin de ofrecer servicios más inteligentes, en el 2009 BBVA Bancomer fortaleció su alianza estratégica con IBM para la adquisición de tecnología de la información, por medio de la cual incorporaremos avances tecnológicos en nuestra infraestructura de negocio. Esto nos permitirá continuar innovando, así

como incrementar nuestras capacidades y mejorar los niveles de eficiencia y rapidez. Además, esta sinergia entre dos empresas socialmente responsables asegura que dicha infraestructura cuente con los más altos estándares medioambientales, contribuyendo así a nuestro Plan global de ecoeficiencia.

Programa Bancomer Q

Otro de los programas que creamos con el objetivo de elevar la calidad del servicio al cliente es el llamado "Bancomer Q", el cual consiste en reconocer por medio de distintivos y nombramientos a nuestra red de sucursales.

En 2009 certificamos en "Bancomer Q" al 79% de sucursales de la red minorista, al 95% de la banca

patrimonial y al 100% en línea Bancomer en las diferentes categorías.

→ Sucursales certificadas de la red minorista

Año	Q	Azul	Plata	Oro	Sucursales Certificadas
2008	423	398	211	53	1,085
2009	420	452	292	125	1,289

Alcance: BBVA Bancomer

→ Sucursales certificadas de Banca Patrimonial

Año	Q	Azul	Plata	Oro	Sucursales Certificadas
2008	8	23	19	1	51
2009	1	16	18	17	52

Alcance: BBVA Bancomer

→ Células de Línea Bancomer certificadas

Año	Q	Azul	Plata	Oro	Sucursales Certificadas
2008	8	23	19	1	51
2009	0	5	9	10	24

Alcance: BBVA Bancomer

Garantías Bancomer

Este programa fue creado con el fin de dar mayor certidumbre a los clientes en la ejecución de transacciones con el banco, lo cual implica nuestro compromiso público de cumplir una promesa de servicio específica.

Garantías Bancomer es el único programa de garantías en la banca mexicana en el que se obliga al cumplimiento o se pagan las consecuencias de un eventual incumplimiento.

En el 2009, cumplimos en tiempo y forma con el 99.98% del total de las solicitudes recibidas a través de nuestros distintos servicios.

→ Garantía de Aclaraciones

Garantía de Aclaraciones	2009
	Solicitudes / Importe
Solicitudes recibidas	774,147
Atendidas en tiempo	773,681
Atendidas fuera de tiempo	466
Monto abonado	\$ 4,876,181
% de Cumplimiento	99.98 %

(1) La información sobre esta garantía puede consultarse en:
http://www.bancomer.com/minisitios/conseg/Garantias_Bancomer/cuales.html

Alcance: BBVA Bancomer

2. **Solicitud de clave de instrumento de seguridad (Tarjeta de acceso seguro (TAS) / Acceso seguro digital (ASD):** además de solicitar una contraseña variable de la TAS/ASD para el acceso al servicio, ahora es necesaria otra contraseña variable para confirmar transacciones, adicional a la clave de operación.

Además, continuamos enviando boletines electrónicos a nuestros clientes recordándoles que la clave de operación se utiliza solamente para confirmar transacciones, y que nunca la solicitamos en el acceso o por ningún otro medio.

De esta forma, estamos elevando aún más los niveles de seguridad en nuestras operaciones de banca en línea.

¹¹ La CONDUSEF es la Comisión nacional para la protección y defensa de los usuarios de Servicios Financieros, quien regula la relación entre clientes e instituciones financieras.

Unidad especializada UNE

Una figura que hemos reforzado para atender las quejas y reclamaciones de nuestros clientes es la de la Unidad especializada o UNE. Esta figura cuenta con características especiales como su independencia y capacidad de resolución propia, su estrecho vínculo con la CONDUSEF¹¹ y su equidad y transparencia en la dictaminación de soluciones ante las inconformidades presentadas.

Seguridad, protección al cliente y continuidad del negocio

En BBVA Bancomer nos distinguimos por brindar a nuestros clientes la mayor seguridad posible para que realicen sus transacciones con seguridad y tranquilidad.

Como parte de la constante evolución del portal "Bancomer.com" para la seguridad de nuestros usuarios, en el 2009 implementamos los siguientes cambios en los servicios avanzados:

1. **Traspasos a cuentas de terceros:** para realizar traspasos a cuentas de terceros en Bancomer y en otros bancos, se deberá primero dar de alta la información en la opción "Pre-registro de cuentas" y esperar 30 minutos para poder transferir recursos.

A lo largo del año, la Dirección de prevención de fraudes estuvo enviando correos a nuestros empleados y clientes con consejos para reforzar aún más su seguridad.

También se instaló una pantalla de inicio al ingresar a la banca en línea con advertencia tales como ésta: "Nunca realizamos llamadas telefónicas solicitando claves u otra información de tu servicio".

Con estas sencillas acciones hemos logrado seguir protegiendo a nuestros usuarios de posibles fraudes o estafas.



→ Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio

Reclamaciones presentadas ante el servicio de atención a cliente en México			
	2007	2008	2009
Resueltas totalmente a favor del cliente	8,929	4,501	11,258
Resueltas a favor del Banco	2,533	1,090	3,269
	Número medio de días en resolver una reclamación		
	2007	2008	2009
Reclamaciones internas (SAC)	23,785	35,062	31,891
Defensor del cliente	8.8	9.5	12.3
	Número de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria		
	2007	2008	2009
	18,545	18,940	23,096

Alcance: BBVA Bancomer

Canales de comunicación

La clave para mantener la confianza de nuestros clientes es la transparencia. Es por esto que nos valemos de distintas herramientas para mantenerlos informados sobre nuestros productos y servicios. Las principales son:

- ▶ Sucursales
- ▶ Página web
- ▶ Línea Bancomer
- ▶ Estados de cuenta

A través de todos estos medios brindamos información clara, transparente y precisa de manera que nuestros clientes pueden tener certeza al momento de tomar decisiones para sus necesidades concretas.

Publicidad e imagen corporativa responsable

Nuestra reputación siempre ha sido nuestro mejor aliado. Esta característica que nos distingue es producto del cuidado que ponemos al momento de dar a conocer nuestros productos y servicios.

La información que proporcionamos a nuestros clientes es clara y transparente, tal y como lo exige la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros. Por ello, toda nuestra publicidad, así como contratos y estados de cuenta incluyen los datos más relevantes de un modo que son de fácil lectura y comprensión. Así, los usuarios están en condiciones de tomar decisiones con el debido conocimiento.

En junio de 2009, la CONDUSEF, dependencia encargada de dirimir las diferencias entre los usuarios y los intermediarios financieros, nos catalogó como la mejor tarjeta de crédito clásica en México en materia de divulgación de información y transparencia tras llevar a cabo su evaluación, la cual tomó en cuenta el contrato de adhesión, la carátula, el folleto informativo, la página web y el estado de cuenta.



Inclusión financiera

Una de las grandes responsabilidades de BBVA Bancomer es el de hacer los servicios financieros accesibles para que más sectores de la población se puedan beneficiar con su utilización.

Plan de bancarización

Ante la gran necesidad de que muchos sectores de la población tengan acceso a servicios financieros, en el año 2007 se lanzó la estrategia de bancarización en México, junto con el resto de América Latina. Esta estrategia está orientada al incremento en la penetración del crédito a particulares, apalancados en la nómina, la tarjeta como producto de acceso al crédito y la concentración de la transaccionalidad en canales alternativos.

En el 2009 logramos un crecimiento de cuentas de nómina del 10.24%. En contraste, las cuentas Crédito decrecieron un 9.8%. Ante el reto que representa continuar ofreciendo productos financieros útiles y

novedosos, continuamos impulsando la Tarjeta de envíos de dinero, que permite a las familias que residen en México recibir directamente las remesas en sus cuentas, y la Tarjeta 40, creada especialmente para los jóvenes.

Bancomer Transfer Services

Nuestro servicio de transferencias electrónicas (BTS) ha seguido creciendo. Con un total de 16,020,284 transacciones por un monto de \$ 86, 375, 992,820 millones de pesos, aumentamos del 38.3% de la cuota de mercado de transferencias electrónicas pagadas en México en 2008 al 40.4% en el 2009.



Educación Financiera, motor para el desarrollo de las familias mexicanas

De acuerdo con nuestro análisis de materialidad, el asunto con mayor relevancia para nuestros grupos de interés fue el Acceso al Financiamiento, por ello, en BBVA Bancomer seguimos impulsando la educación financiera en México buscando que cada vez un mayor número de personas puedan utilizar los servicios financieros a su favor.

¿Por qué Educación Financiera?

Existen diversos factores relevantes que nos hacen reflexionar el ¿por qué es importante la educación financiera? Entre ellos destacan:

- **La dinámica poblacional.** En México, el llamado bono demográfico está egresando de las universidades, lo cual se traduce en que alrededor de 32 millones de personas se incorporarán a la actividad económica en los próximos 20 años y como consecuencia van a demandar servicios financieros. Se hace indispensable ayudar a estas personas a adquirir los conocimientos y a desarrollar las habilidades para que puedan convertirse en ahorradores más constantes y en deudores más responsables, que les permita hacer un uso de los servicios financieros a su favor.

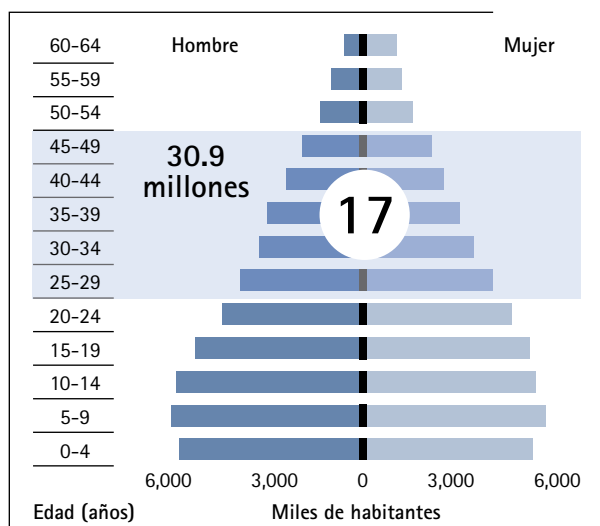
- **Educación y Educación Financiera.** En el sistema Educativo Nacional, nos enseñan a desempeñar una actividad que se va a traducir como contraprestación en un ingreso, pero es difícil encontrar iniciativas que te enseñen a como maximizar el beneficio de ese ingreso, cómo administrar adecuadamente tus gastos, cómo tomar decisiones adecuadas cuando quieres ahorrar o cuando necesitas usar el crédito para la adquisición de un bien.

Finalmente todos tomamos decisiones críticas para nuestra vida, que son de carácter financiero.

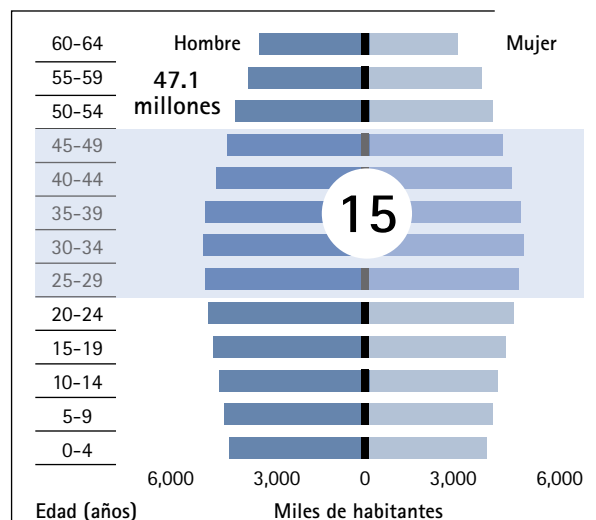
- **El uso de los servicios financieros y el bienestar de las familias.** Sabemos que existe una correlación directa entre el acceso a los servicios financieros y el bienestar de las familias. En promedio en México 9 de cada 10 personas que tienen acceso al crédito tienen una lavadora en su hogar, cuando solamente 6 de cada 10 hogares que no tienen acceso al crédito tienen una lavadora.

Para el común de los mexicanos el acceso a los bienes de consumo duraderos, a la formación del patrimonio, es a través del crédito o bien a través de un esquema de

→ Pirámide de población en 2005

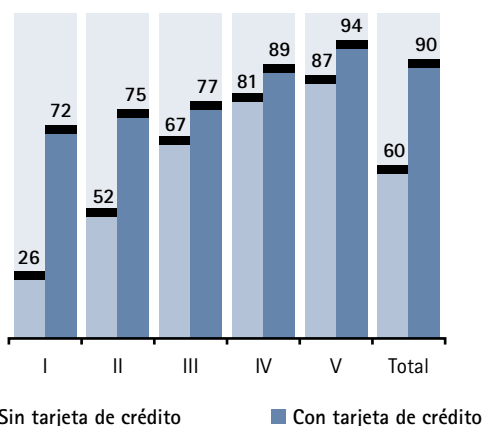


→ Pirámide de población en 2025



ahorro. El uso adecuado de los servicios financieros se traduce finalmente en mayor bienestar para las familias por el acceso a bienes que de otra manera no tendrían.

→ Hogares con Lavadora por quintil de ingreso, %



Programa de Educación Financiera "Adelante con tu Futuro".

Con esto en mente, BBVA Bancomer como parte de sus acciones de responsabilidad social lanzó en marzo de 2008 el programa Adelante con tu Futuro, cuya misión es empoderar al público en general con una competencia financiera básica, que les permita usar los servicios financieros a su favor. La iniciativa contempla dos ejes de trabajo: uno de Educación y otro de Concientización.

En el eje propiamente de Educación, a través de la entrega de talleres de finanzas personales con una masividad moderada pero con la profundidad necesaria, buscamos empoderar a las personas con una competencia financiera básica, en dos modalidades de entrega, una presencial y otra en línea.



En el eje de **Concientización**, a través de *Tips* en medios masivos y notas periodísticas de salud financiera, con mayor masividad pero con una menor profundidad, buscamos sensibilizar e invitar a la población a fortalecer su cultura financiera.

Enfoque educativo del programa Adelante con tu futuro

Los talleres del programa Adelante con tu Futuro han sido desarrollados con el conocimiento técnico de los especialistas del banco y con el apoyo pedagógico del MIDE para que queden en un lenguaje accesible para todo mundo y en un formato de un taller interactivo y atractivo.¹³

Creemos que el verdadero producto terminado, lo que realmente le ayuda a las personas a usar adecuadamente los servicios financieros, es recorrer todo el proceso educativo completo: Pasar de la "conciencia" al "saber", pero sobre todo del "saber" al "saber hacer"; es decir ayudarle a la gente no sólo a reconocer por qué es importante que incremente su cultura financiera, sino compartirle el conocimiento y ayudarlo a desarrollar las habilidades, para usar el ahorro y el crédito a su favor. Es por esto que nuestro enfoque son Talleres.

- Los talleres comienzan con videos que sensibilizan al participante del porque es importante fortalecer la cultura financiera.
- Con el uso de cuadernillos y con el apoyo de un instructor, el participante recibe, en un lenguaje sencillo, los conceptos financieros básicos.
- Pero finalmente, termina aplicando estos conceptos para mejorar su situación financiera personal, a través del uso de interactivos y calculadoras, para empoderarse con una competencia financiera básica

¹³ Para conocer a fondo las líneas de acción favor de remitirse al Informe anual de responsabilidad corporativa BBVA Bancomer 2008 Págs. 26-28.

→ Talleres interactivos de Finanzas Personales



¿Cómo estamos enfrentando el reto?

Desarrollo de contenidos de Finanzas Personales.

Hemos desarrollado 4 contenidos que se ofrecen sin costo alguno, al público en general de 17 años en adelante, enfocados a desarrollar una competencia financiera básica.

Los talleres son:

Ahorro y ahorro para el retiro con temas como:

- ▶ ¿Por qué es importante el ahorro?
- ▶ Formas en la que puedo ahorrar
- ▶ Cómo incrementar mi ahorro
- ▶ ¿Qué es el ahorro para el retiro?
- ▶ El mejor momento para ahorrar
- ▶ Las Afores
- ▶ ¿Cómo incrementar mi ahorro para el retiro

Tarjetas de crédito y salud crediticia con temas como:

- ▶ ¿Qué es el crédito?
- ▶ ¿Qué es la tarjeta de crédito?
- ▶ Buenas prácticas con la tarjeta de crédito
- ▶ ¿Qué es la salud crediticia?
- ▶ El diagnóstico crediticio
- ▶ ¿Qué hago si tengo problemas con mis créditos?

Habilitación de la Infraestructura para la entrega masiva de talleres de Finanzas personales.

Hemos habilitado la infraestructura para la entrega de los talleres a nivel nacional

Aulas de Educación Financiera. Para la entrega de los talleres de finanzas personales, hemos habilitado 20 aulas de educación financiera en las 14 principales ciudades del país, contiguas a una de nuestras sucursales



- ▶ Con capacidad para 20 personas
- ▶ Equipadas con Equipos de cómputo y multimedia
- ▶ Guiados y soportados por un instructor
- ▶ Con las aplicaciones necesarias para la entrega de los talleres

Aulas móviles. De igual manera, hemos habilitado 9 aulas móviles para llevar a las instalaciones de las empresas cliente y entregar si costo a sus empleados, los talleres de finanzas personales, como un valor agregado a la relación que mantienen con el Banco.

- ▶ Con capacidad para 20 personas
- ▶ Con el apoyo de un instructor
- ▶ Con la misma infraestructura tecnológica de una aula presencial
- ▶ Con el mismo flujo de aprendizaje y el uso de las mismas aplicaciones

Equipos móviles. De igual manera hemos habilitado 9 dispositivos móviles para transportar la tecnología e instalar un aula de educación financiera,

prácticamente en cualquier espacio de capacitación de las empresas cliente y entregar los talleres de finanzas personales a sus empleados, como un valor agregado a la relación que mantienen con el Banco.

- ▶ Con capacidad para 20 personas
- ▶ Con el apoyo de un instructor
- ▶ Con la misma infraestructura de una aula de educación financiera
- ▶ Con el mismo flujo de aprendizaje y el uso de las mismas aplicaciones

Sitio de Educación Financiera. De igual manera habilitamos el sitio www.adelantecontufuturo.com.mx donde la gente puede conocer nuestra iniciativa, e inscribirse y tomar nuestros talleres, a través de la plataforma de educación en línea del Tec de Monterrey:

- ▶ Desde la comodidad de su casa u oficina
- ▶ Al ritmo que el usuario decida
- ▶ Con el mismo flujo de aprendizaje
- ▶ Con el apoyo de tutores, foros y chats

→ Modalidades de entrega de los Talleres de Finanzas Personales

- Flotilla de 9 Aulas móviles y 9 equipos móviles para empresas



- 20 aulas de educación financiera en las 14 principales ciudades del país



- www.adelantecontufuturo.com.mx
educación en línea
Chat, Foro y tutor dinamizador



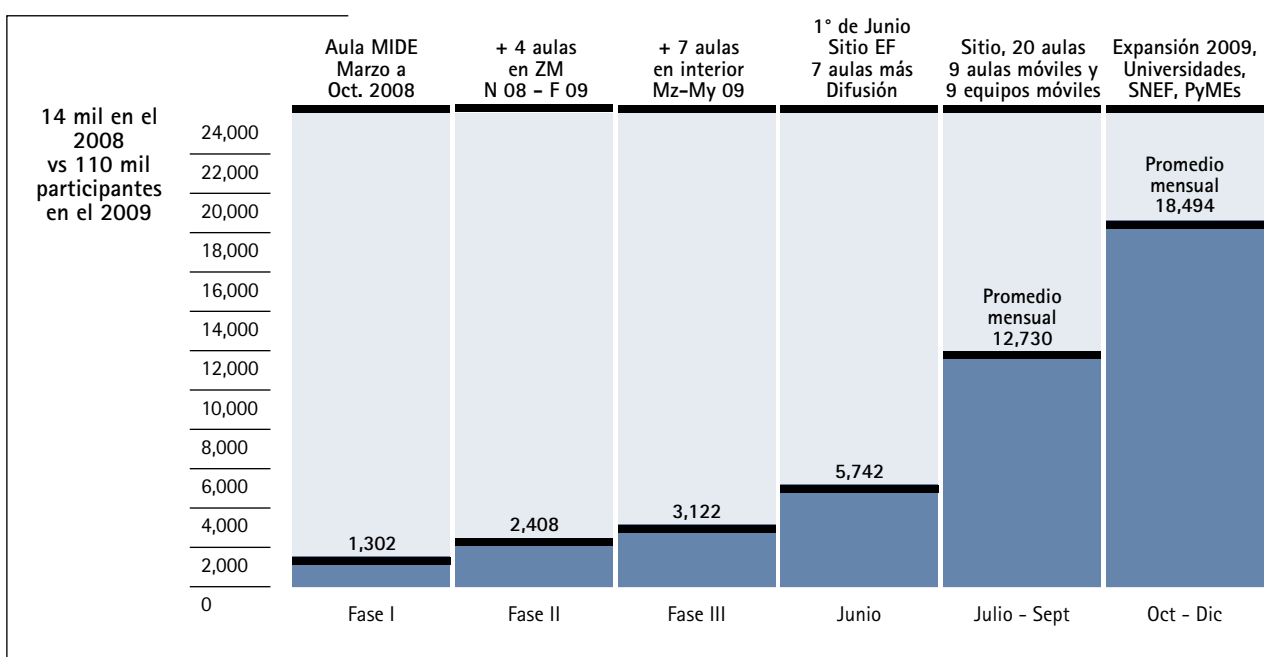
En el mes de julio se llevó a cabo el lanzamiento de la infraestructura del programa "Adelante con tu futuro", en una ceremonia encabezada por el Presidente de BBVA Francisco González, el Consejero Delegado José Ignacio Goirigolzarri y el Presidente de BBVA Bancomer Ignacio Deschamps y con la participación del Secretario de Educación Pública, Alonso Lujambio.

Acciones relevantes en el 2009

Talleres entregados

En el 2009 más de 110 mil personas tomaron alguno de nuestros talleres, adquiriendo una competencia financiera básica, lo cual representa un crecimiento de casi 7 veces a los realizados durante el 2008.

→ Educación Financiera



Participación en la Semana Nacional de la Educación Financiera

Por segundo año consecutivo BBVA Bancomer participó en la SNEF (Semana Nacional de Educación Financiera) organizada por la CONDUSEF, a través de Eventos ancla, Stands para difusión de talleres de finanzas personales, Ponencias y Conferencias y la Entrega de más de 3,000 talleres a los alumnos de las principales universidades

Desarrollo de nuevos contenidos

Taller de Crédito Hipotecario.

El 21 de octubre de 2009, se lanzó el taller de Crédito Hipotecario, el primero en la industria hipotecaria, en un evento en el Museo interactivo de Economía con una asistencia de más de 200 personas del sector hipotecario, órganos reguladores, inmobiliarias y clientes Bancomer y encabezada por nuestro presidente, el Ing. Ignacio Deschamps. Este taller busca formar dos competencias financieras básicas:

- Cómo elegir el crédito hipotecario más conveniente
- Cómo mantener un buen manejo de sus finanzas, durante la vida de su crédito hipotecario.

Los principales temas que se abordan son:

- ¿Estás listo para un crédito hipotecario?
- Los créditos hipotecarios
- Elige la mejor vivienda para ti
- Los instrumentos que integran tu crédito hipotecario
- Los seguros del crédito hipotecario
- El buen manejo de tu patrimonio




Taller de Crédito PyME

De igual manera, en el marco de la semana PYME, durante el mes de noviembre se lanzó el taller Crédito Negocios PYMES, en donde participaron 587 empresarios con el objetivo de brindarles herramientas útiles, en una forma sencilla y práctica para engrandecer su negocio.


En este taller se podrá evaluar el tipo de crédito más adecuado para el negocio del empresario PyME.

Esfuerzos de Concientización

Paralelamente a los esfuerzos de Educación hemos instrumentado diversas iniciativas de concientización con el objetivo de sensibilizar al público en general e invitarlos a fortalecer su cultura financiera.

Cápsulas con *tips* de salud financiera

En espacios comerciales y a través del patrocinio del programa De por vida con Bancomer, hemos compartido con el público tips de salud financiera arropados dentro de Historias motivacionales que orillen a la reflexión. Particularmente la serie de concursos De por vida con Bancomer, tuvo en promedio 9 puntos de rating, lo cual se traduce que mas 4 millones de personas tuvieron acceso a las cápsulas con tips de salud financiera



Campaña de colaboración con periódicos

Con la finalidad de generar conciencia e invitar al público en General a fortalecer su cultura financiera y acudir a nuestros talleres, hemos hecho adaptaciones de los contenidos de los cuadernillos de los talleres, a un formato y longitud de un artículo periodístico, colaborando con los periódicos más importantes de las plazas en donde tenemos un aula. 3 periódicos ha nivel nacional, ya han publicado los artículos con un tiraje en promedio de 119,000 ejemplares semanales La Razón, El Diario de Yucatán y AM de Querétaro.



Proyecciones de Videos de sensibilización en el Museo Interactivo de Economía

De lunes a domingo en el MIDE (museo interactivo de economía) a los visitantes del museo, se les ofrecen Proyecciones de videos de ahorro y crédito, para motivarlos a fortalecer su cultura financiera y a acudir a nuestros talleres. Durante el 2009 mas de 108,000 personas vieron nuestros videos.

El programa de Educación Financiera "Adelante con tu futuro", forma parte de una iniciativa global de Educación Financiera del grupo BBVA, que busca genuinamente ayudar al publico en general a hacer un mejor uso de los servicios financieros.





Finanzas Responsables

En BBVA Bancomer estamos concientes del deber que tenemos no sólo con nuestros grupos de interés sino con el país de manejar nuestros productos y servicios financieros con juicio, seriedad y rectitud.

Gestión responsable del riesgo

En todo el Grupo BBVA, se sigue un criterio general que rige la gestión integral del Grupo y la específica de la Responsabilidad Corporativa: el respeto al principio de precaución, fundamentado en criterios de valoración de los riesgos prudentes, consistentes y basados en la experiencia.

Con el fin de evaluar con criterios ambientales los proyectos susceptibles de ser financiados por el banco, durante el 2009 en BBVA Bancomer desarrollamos dos modelos de análisis de riesgo ambiental que aplicarán para proyectos de inversión y para clientes y prospectos en general. El primero se trata de la hoja de valoración de riesgo ambiental para proyectos de inversión, y el segundo de la calificación de riesgo ambiental denominada Ecorating.

Principios de Ecuador

Los Principios de Ecuador son una serie de directrices promovidas por el Banco Mundial, a través de su filial para, la Corporación Financiera Internacional (CFI), la cual promueve la inversión sostenible del sector privado en países en desarrollo y con ello contribuye a reducir la pobreza y mejorar la vida de la gente.

El objetivo de que las instituciones financieras se adhieran a estos principios es asegurar que los temas sociales y ambientales reciban plena atención en el negocio de financiamiento de los proyectos de dicha institución.

El Grupo BBVA es firmante de estos principios desde 2004, lo cual implica que favorece el otorgamiento de

financiamiento a los proyectos que se gestionen con responsabilidad social y ambiental.

En 2009 Grupo BBVA Bancomer concluyó un sistema electrónico (software) de control de estos procesos, alineado a los requerimientos de los Principios de Ecuador en materia de prevención de riesgos y conducta ética. Dicho sistema entrará en operaciones en 2010.

Prevención del lavado de dinero y de la financiación de las actividades terroristas

Con el fin de evitar que nuestros productos y servicios sean utilizados con finalidad delictiva, contamos con políticas y procedimientos internos y colaboramos de manera estrecha con las autoridades gubernamentales en temas de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas.

→ Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas

Año	Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas		
	2007	2008	2009
Participantes en actividades formativas en materia de prevención de blanqueo de capitales	17,024	18,520	23,458
Personas especialistas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas	43	50	76

Alcance: BBVA Bancomer



Productos y servicios responsables

Para BBVA Bancomer, los retos que la crisis económica actual trae consigo representan una oportunidad para la innovación en el sentido de ofrecer a nuestros clientes productos y servicios que se adapten a sus necesidades basados en criterios sociales.

Fondo B+EDUCA

A finales de 2009, BBVA Bancomer lanzó el primer Fondo comprometido con la educación, el Fondo con Causa o Fondo de responsabilidad social B+EDUCA, para apoyar el proyecto de Becas Adelante "Por los que se quedan", mediante el cual los inversionistas pueden donar el 25% del interés neto mensual, para apoyar la educación de jóvenes con un alto nivel académico a través de la Fundación Bancomer.

El Fondo B+EDUCA ha sido diseñado para ser un instrumento atractivo y accesible para cualquier inversionista. A través de este fondo los clientes obtienen un doble beneficio: obtienen atractivos rendimientos y contribuyen de manera importante al desarrollo de la educación de jóvenes en México.

Este fondo, único en su tipo en México, contribuirá a que inicialmente más de 300 alumnos egresados de secundaria puedan recibir una beca económica de 1,000 pesos mensuales durante los 10 meses del ciclo escolar, con duración entre 2 a 4 años según la modalidad de estudios que cursen (profesional técnico o bachillerato).



Durante la última semana de noviembre, Fondos Bancomer lanzó el Fondo B + Educa, el primer portafolio de inversión con un enfoque de responsabilidad social corporativa.

"En el mundo hay una corriente importante de inversiones socialmente responsables, en los que, por ejemplo, sólo se invierte en empresas que tengan programas de mejora ecológica. En México, todavía no se estaba desarrollando este tipo de instrumentos, y es por ello que decidimos crear un fondo cuyo rendimiento apoye a la educación en México", comentó Jorge Pérez Sámano, director de Asset Management, tras el lanzamiento.



→ Créditos otorgados a PYMES

Créditos	2008	2009
Número de crédito otorgados	4,774	9,640
Monto en millones de pesos	2,581	3,602

Alcance: BBVA Bancomer

Productos y servicios para PYMES

Para seguir brindando apoyo a este importante sector de la economía mexicana, hemos lanzado nuevos productos que contribuyan al mejor desarrollo de sus actividades productivas, aumentando así la cantidad de créditos otorgados este año.

Tarjeta de crédito Micronegocios

En BBVA Bancomer sabemos que empezar o mantener un micronegocios no es fácil. Por ello, creamos esta tarjeta que ofrece una línea de crédito para pequeños empresarios con características especiales, tales como 45 días de financiamiento sin intereses y líneas de crédito equivalentes a 15 días de venta del negocio.

Tarjeta "De Paisano a Paisano"

Tomando en cuenta la necesidad de los mexicanos que residen en Estados Unidos de enviar dinero a sus familiares, BBVA Bancomer lanzó el año pasado la

tarjeta "De Paisano a Paisano", con características que apoyan la economía familiar en estas épocas difíciles tales como no tener costo por apertura, envío, anualidad o manejo de cuenta, así como no requerir que se mantengan saldos mínimos.

Este 2009, contribuimos enviando a México \$ 86, 375, 992,820.12 de remesas por medio de 16, 090,284 transacciones hechas con esta tarjeta.

Tarjeta de ahorro Winner Card

Con el objetivo de fomentar una cultura del ahorro entre las nuevas generaciones, diseñamos la tarjeta de ahorro Winner Card. Esta tarjeta, dirigida a menores de edad, ofrece una manera divertida de ahorrar a través de creativos diseños y atractivos sorteos y promociones. Dentro de las promociones que tuvimos en el 2009,

regalamos boletos para el cine a cambio de un depósito. De esta manera, incentivamos a los menores a que incrementaran el monto de sus ahorros.

Tarjetas pre-pagadas

Este producto funciona como una tarjeta de débito tradicional con la novedad de que el usuario únicamente utiliza el monto depositado previamente en la tarjeta, lo cual le trae beneficios tales como no disponer más dinero del que tiene así como no llevar dinero en efectivo como medida de seguridad.

La tarjeta prepagada tiene la ventaja de ser un producto de muy fácil contratación con requisitos mínimos para su adquisición. Con esta tarjeta pretendemos facilitar el acceso a los servicios financieros a segmentos de la población que aún no cuentan con ellos.





Gestión responsable de los RRHH

Perfil de los empleados

Con base en nuestros principios, en BBVA Bancomer consideramos a nuestros empleados como los artífices de la generación de valor de la empresa, y por tanto, elementos fundamentales dentro de nuestra responsabilidad corporativa.

En el 2009 nuestro equipo estuvo formado por 32,580 empleados, de los cuales 16,934 son mujeres y 15,646 hombres.

En BBVA Bancomer apostamos al talento local, siendo el 95% de nuestros directivos de nacionalidad mexicana.

→ Plantilla por edad

Edad	2007	2008	2009
< 25	18%	19%	18%
25-45	69%	68%	70%
> 45	13%	13%	12%

→ Plantilla por sexo

Sexo	2007	2008	2009
Mujeres	17,906	17,767	16,934
Hombres	17,294	16,757	15,646

Alcance: BBVA Bancomer

Empleo y selección

Basados en las políticas de recursos humanos de la empresa, nos aseguramos de que todos nuestros empleados cuenten con los medios necesarios para hacer de su trabajo una fuente de desarrollo tanto personal como profesional.

Contamos con procedimientos claros y transparentes para garantizar que en la selección de candidatos prevalezca la igualdad de oportunidades, así como la máxima independencia y confidencialidad.

De esta manera, no sólo contribuimos a ser una fuente de empleos confiable, sino que afianzamos un equipo de trabajo con gran talento.

→ Altas empleados

Año	2007	2008	2009
No. de empleados	9,970	12,562	4,520

(1) Este año se reportan las altas reales; en 2008 y 2007 se reportaron las altas brutas.

Alcance: BBVA Bancomer

→ Baja empleados

No. de empleados y % del total	2007		2008		2009	
Jubilaciones y prejubilaciones	130	1%	197	1%	119	1.8%
Bajas incentivadas	1,712	17%	781	4%	18	0.3%
Bajas voluntarias	5,800	58%	6,483	37%	3,760	58%
Otras	2,377	24%	10,070	57%	2,578	40%

(1) Este año se reportan las bajas reales; en 2008 y 2007 se reportaron las bajas brutas.

Alcance: BBVA Bancomer

→ Distribución de empleados por estado

Empleo y selección	Año		
	2007	2008	2009
Estado			
Agencias en el Extranjero	29	30	29
Aguascalientes	387	346	317
Baja California	1,220	1,178	1,076
Baja California Sur	243	248	257
Campeche	187	186	151
Chiapas	464	464	444
Chihuahua	1,138	1,073	988
Coahuila	731	676	624

→ Distribución de empleados por estado (cont.)

Empleo y selección

	Año		
	2007	2008	2009
Colima	193	172	163
Durango	236	232	231
Estado De México	575	558	562
Guanajuato	1,171	1,183	1,100
Guerrero	446	444	426
Jalisco	2,886	2,883	2,631
México (D. F.)	14,062	13,828	13,168
Michoacán	1,094	1,090	1,053
Morelos	385	379	369
Nayarit	219	230	237
Nuevo León	1,901	1,821	1,656
Oaxaca	304	299	288
Pachuca	538	518	510
Puebla	1,131	1,066	1,008
Querétaro	454	451	425
Quintana Roo	370	375	334
San Luis Potosí	415	420	407
Sinaloa	621	623	581
Sonora	704	679	639
Tabasco	341	345	331
Tamaulipas	699	685	653
Tlaxcala	169	175	166
Veracruz	1,184	1,189	1,135
Yucatán	451	425	398
Zacatecas	252	253	247
Total:	35,200	34,524	32,604

Alcance: BBVA Bancomer

Valoración, desarrollo profesional y compensación

Para valorar las competencias de sus empleados y evaluar su actuación, el banco cuenta con diversas herramientas que le permiten llevarlos de la mano en su desarrollo profesional.

Una de estas herramientas es el Sistema de administración de talento, el cual permite identificar el nivel de habilidades y conocimientos que tiene cada persona. Este sistema cuenta con dos programas para su correcto funcionamiento: el inventario de recursos humanos y el Modelo de gestión por competencia.

Para llevar a cabo el cálculo de las compensaciones, BBVA se apoya en el nivel de responsabilidad de cada

puesto y en la evolución profesional de cada persona, y evita discriminaciones de sexo, raza y de cualquier otro tipo. Otro elemento que se considera es el cumplimiento de objetivos e indicadores que se definen y/o se adecuan año con año alineados a la estrategia de la Institución. En el año de 2009, el 10% de la evaluación de todo el personal estuvo referido a la evaluación del cliente.

→ Valoración, desarrollo profesional y compensación

Puesto	2008	2009
Comité de dirección y directores corporativos	27.29 %	29.25 %
Directivos	24.35 %	26.27 %
Jefes de equipo y técnicos	19.02 %	26.52 %
Administrativos, servicios generales y otros	14.55 %	17.50 %

(1) Este año se reportan las bajas reales; en 2008 y 2007 se reportaron las bajas brutas.

Alcance: BBVA Bancomer

Formación y gestión del conocimiento

Para la obtención de conocimientos y el desarrollo de habilidades que permitan un mejor desempeño de sus funciones, BBVA Bancomer ofrece oportunidades de desarrollo profesional a todos sus empleados. Sabemos que el contar con un equipo preparado nos garantiza mejores resultados frente a nuestros clientes, accionistas y la sociedad en general.

En el 2009 se destinaron 100 millones de pesos para impartir cursos a más de 155,000 participantes con un total de 1, 697,497 horas de capacitación. Conviene señalar que continuamos apoyando a aquellos empleados interesados en concluir su carrera o realizar un posgrado.



→ Formación y gestión del conocimiento

	Horas Formación por canales		
	2007	2008	2009
Formación presencial	812,677	804,430	844,351
Formación a distancia	237,206	135,407	Este año desapareció esta modalidad
Formación a través de e-learning	317,898	579,849	763,146
Alcance: Grupo BBVA	1,367,781	1,519,686	1,607,497
Porcentaje de empleados formados	99%		

	Formación		
	2007	2008	2009
Inversión total en formación (miles de pesos)	149,000	127,000	100,000
Inversión en formación por empleado (pesos)	4,257	3,629	3,108
Horas de formación por empleado	39.0	44.0	50
Evaluación de la satisfacción de la formación	4	4	4.3
Empleados que han recibido formación	35,000	35,000	32,177

Alcance: BBVA Bancomer

Beneficios sociales y otras iniciativas

En congruencia con el espíritu corporativo de Pasión por la personas, en BBVA Bancomer las prestaciones son valoradas como un valor diferencial del mercado.

Entre otras condiciones preferentes, destacan los préstamos personales para adquisición de bienes de consumo duradero, la compra de automóviles o préstamos hipotecarios, así como los días de vacaciones a los que se tiene derecho, la prima vacacional y el pago de aguinaldo, mismos que son sustancialmente mayores a los que señala la ley.

→ Cartera total de préstamos

Tipo de Préstamo	Saldo al 30 de nov. 2009	
	Núm. Pmos.	Saldos
Vestido y calzado	1,634	4,739,144
Consumo	48,800	1,858,117,433
Automóvil	5,409	497,956,725
Hipotecario	6,980	4,062,532,848
Personal	4,155	42,391,390
Casas Comerciales	11,974	78,053,499
Total	78,952	6,543,791,039

Alcance: BBVA Bancomer

Beneficios personales

Número total de beneficiados en 2009: 22,783

Como parte del fortalecimiento de la calidad de vida en la empresa, buscamos tener una óptima relación tanto con nuestros empleados como con sus familias, consideradas como parte de la institución. Les brindamos una serie de beneficios e iniciativas que además de fortalecer el orgullo de pertenencia a la empresa mediante la valoración de las ventajas adquiridas por ser parte de la misma, nos ha llevado a estar considerados uno de los mejores lugares para trabajar.

Los principales rubros negociados en 2009 fueron:

→ Principales rubros negociados

Escuelas y Guarderías	Muebles	Accesorios
Automóviles	Electrónica	Regalos
Viajes	Restaurantes	Inmuebles
Médicos	Moda	Varios

→ Iniciativas de beneficios personales Bancomer

Nombre de la iniciativa	Descripción	Resultados 2009
Membresía BBVA Bancomer	Portafolio de 18 productos y servicios en ahorro, inversión y crédito con beneficios diferenciados para empleados.	Total de empleados usuarios: 85% del total
Hotelopia	Acceso a reservaciones de hoteles en todo el mundo a precios preferenciales.	Descuentos: hasta del 62% reservando a tiempo. Total de visitas: 22,783 Total de búsquedas en el sitio: 33,647
Impulso a vacaciones	Programa de vacaciones para apoyar una cultura de disfrute de vacaciones y mejorar la gestión de los periodos vacacionales.	Promociones de Grupo Posadas diseñadas exclusivamente para los empleados de BBVA Bancomer y sus familiares.
Reconocimientos de antigüedad	Se reconoce la lealtad, trayectoria, esfuerzos y logros del personal con una ceremonia y un presente.	Número de empleados reconocidos por antigüedad: 4, 238 Número de eventos de entrega de reconocimientos: 83

para ti dRRHH Realiza por las personas Gente BBVA Bancomer

Te invitamos a conocer el sitio de promociones exclusivas que **Grupo Posadas** ha diseñado para ti, por ser parte de la gran familia Bancomer.

Entra a la TV IP BBVA Bancomer - Canal Convenios y Promociones. (Recomienda que lo puedas hacer desde la comodidad de tu casa) www.tripbbva-bancomer.com o a la Intranet Corporativa >> Pasión por las personas >> Lo nuevo Promoción válida hasta el 14 de Junio de 2009 (Aprobada y aprobada)

No olvides hacer extensiva la promoción a tus familiares.

AQUA **FIESTAMERICANA** **FIESTAMERICANA** **FIESTA INN** **ONE**

BBVA Bancomer **adelante.**

para ti dRRHH Realiza por las personas Gente BBVA Bancomer

El mejor destino para tu agualdo

Con **Fondos Bancomer** tienes condiciones preferenciales al ser empleado activo o jubilado.

- Acceso a fondos reservados para Clientes de alto patrimonio
- Con series GIL obtienes condiciones superiores a las de mercado mejor Cliente
- Sin monto mínimo de apertura y sin comisiones de compra/venta

Contrata hoy **Fondos Bancomer**, el mejor destino para invertir tu patrimonio.

Para mayor información consulta la Intranet Corporativa: **Pasión por las personas en Gente BBVA Bancomer >> Recomendación Fondos Bancomer**

Tienes la posibilidad de obtener atractivos rendimientos. Para información sobre los fondos y riesgos inherentes, consulta la prospecto de información en la Intranet.

BBVA Bancomer **adelante.**

Familia Bancomer

Además de los beneficios personales, contamos con el programa Familia Bancomer, el cual busca mejorar el ambiente con acciones para vivir mejor dentro y fuera del lugar de trabajo, alentando la integración y el bienestar familiar. Las principales acciones que se desarrollaron durante el 2009 fueron:

- ▶ **4ª Carrera Gente BBVA Bancomer:** un evento de integración que a su vez fomenta la práctica del deporte. Este año el número de corredores aumentó en un 15%, pasando de 8,148 a 9,378 en diez ciudades. Además, se ampliaron las categorías infantiles para que pudieran participar los más pequeños de la familia.
- ▶ **Juegos bancarios:** como cada año, BBVA Bancomer participó de manera entusiasta en este evento con muy buenos resultados: 563 deportistas en 16 disciplinas que obtuvieron 108 medallas de oro, 100 de plata y 84 de bronce.
- ▶ **Liga de fútbol profesional verano 2009:** una vez más se llevó a cabo este programa que consiste en una clínica de fútbol en Barcelona España. Dirigido a niños y niñas de entre 8 y 13 años, este año participaron 13 niños en total.
- ▶ **Impulsa a la lectura en familia:** para continuar incentivando el hábito de la lectura entre nuestros empleados y sus familias, este año se ofrecieron en nuestras instalaciones 4 presentaciones de libros, 2 conferencias de importantes escritores y 3 círculos de lectura, además de descuentos y rifas de libros, contando con 612 participantes.
- ▶ **Eventos externos:** este año asistimos a 4 eventos externos de natación y tenis, organizados por diferentes proveedores del Distrito Federal, contando con la participación de 108 personas de la empresa.
- ▶ **Fomento y desarrollo cultural:** para fomentar el desarrollo cultural, cada año organizamos distintas actividades de acuerdo con los gustos y habilidades de nuestros empleados y sus familias. Las actividades de este año fueron:
 - ✓ **Talleres culturales:** 13 talleres de canto, pintura, danza, jazz, fotografía, guitarra, teatro, zumba,

danza árabe, danza española, danza regional, yoga, pilates y baile de salón, con 925 participantes.

- ✓ **Juegos bancarios:** 9 actividades culturales de fotografía, pintura, poesía, cuento, danza regional, danza jazz, canto, guitarra y teatro, con 78 empleados ganadores.
- ✓ **Semana cultural:** 5 días de exposiciones y presentaciones de los participantes en los juegos bancarios, con 825 asistentes.
- ✓ **Paseos culturales y recreativos:** un paseo a Acapulco para 304 personas y un paseo a Puebla para 160 personas.

- ▶ **Actividades culturales:** otras acciones que complementaron este año el fomento a la cultura dentro de BBVA Bancomer fueron:

Para el 5º Concurso Internacional de Dibujo BBVA "Una Navidad Diferente" recibimos 3,300 dibujos, los cuales se expusieron el 29 y 30 de octubre en la Plaza de Dispersión de Centro Bancomer. Este año, el nivel de participación fue 15% mayor que en el 2008, siendo nuevamente México el líder de todos los países que conformamos el Grupo BBVA.



- ▶ Presentaciones de obras de teatro tanto en el D. F. como en el interior de la República, a las que asistieron 9,152 personas.
- ▶ Amenización de la comida que se brindó al personal que labora en Centro Bancomer por parte del Grupo de Canto e Instrumentistas, formado por empleados del banco, contando con 4,481 asistentes.
- ▶ Promociones y descuentos para asistir a otros 33 eventos culturales que beneficiaron a 3,854 empleados.

No discriminación, igualdad de oportunidades y conciliación

Los valores éticos plasmados en nuestro Código de conducta son explícitos en lo que se refiere al respeto a la igualdad de las personas y a su diversidad y promueven un comportamiento respetuoso y equitativo en el que no tienen cabida actitudes discriminatorias por razón de sexo, origen étnico, credo, religión, edad, discapacidad, afinidad política, orientación sexual, nacionalidad, ciudadanía, estado civil o estatus socioeconómico.

→ Igualdad de oportunidades

No. de empleados por año y sexo	2007		2008		2009	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Cargo						
Comité Dirección y Directores Corporativos	59	2	59	1	59	1
Directivos	278	38	264	37	257	36
Mandos medios	1,911	761	1,990	828	1,982	858
Especialistas	2,823	2,435	2,872	2,502	2,860	2,471
Fuerza ventas	7,171	6,888	6,646	6,656	5,710	5,730
Puestos base	5,052	7,782	4,926	7,743	4,790	7,850

Alcance: BBVA Bancomer

Cabe mencionar que a igualdad de función y responsabilidad del puesto, de la evolución profesional y de cumplimiento de objetivos, la relación salarial entre hombres y mujeres es equivalente.

Comunicación interna

Para BBVA, la comunicación interna es más que el medio por el cual informa a sus colaboradores los asuntos más relevantes. Se trata también de una herramienta para que ellos expresen sus ideas con la seguridad de que serán escuchadas y valoradas.

A partir del año pasado, se implementó el modelo de comunicación "Para ti de RRHH" en un micrositio, donde concentra la información sobre tres líneas básicas:

- ▶ **Pasión por las personas:** se trata de comunicar iniciativas relacionadas con el plano más personal del empleado y su familia. Una de las iniciativas del 2009 fue el "Plan personal de estrés" para ayudar a disminuir el nivel de tensión.





Modelos de Gestión: son las distintas herramientas de apoyo para el personal y líderes de nuestra organización. Una de las iniciativas del 2009 fue la renovación de "Apúntate", espacio para conocer las vacantes del Grupo por medio de la intranet corporativa.



► **Procesos de RRHH:** informa sobre las políticas de RRHH y da a conocer los procesos y trámites que pueden realizar en esta área.

Un importante avance que tuvo lugar en 2009, fue la publicación del Calendario de acciones hacia el personal en la intranet corporativa y en la televisión IP BBVA Bancomer, con todos los beneficios de parte de Recursos Humanos para el personal y sus familias.

Este medio se enmarca en el concepto "Para ti dRRHH", que plantea el hecho de que, lejos de ser actividades que se desarrollan en forma casual, se han implementado en BBVA Bancomer con el propósito específico de incrementar el bienestar de sus integrantes como personas, fomentando su integración al equipo así como su desarrollo y el de sus familiares.

En este Calendario de acciones, todo el personal puede encontrar, mes con mes, en una forma programada, clara y ordenada, los procesos de Recursos humanos institucionales que tienen lugar en BBVA Bancomer, indicando al empleado la forma de participar, con qué objetivo y en qué fechas. Asimismo, se presentan las oportunidades de tomar parte en actividades culturales, deportivas, de esparcimiento o educativas, a las que pueden acceder sus familiares. Tan sólo en el segundo semestre del año, se publicaron 50 temas diferentes.



En el 2009 llevamos a cabo un proceso de mejora de la intranet corporativa, una herramienta muy eficaz para proveer de información a nuestros empleados. Este cambio nos ha permitido mantenernos comunicados de una manera más amigable y efectiva a la vez.

Además de "Para ti de RRHH", contamos con otro importante canal de comunicación interna: el Servicio de

atención a empleados (SAE). Se trata de un canal de comunicación múltiple (intranet, teléfono –IVR¹⁴–, call center y correo electrónico) que permite a los empleados expresar sus dudas y reclamaciones en el momento, o en 24 horas para dudas más especializadas, y que ofrece sencillez y cercanía.

¹⁴ IVR: Interactive Voice Response o Respuesta de Voz Interactiva.

→ Comunicación interna

	Consultas gestionadas por el SAE	
	2008	2009
Servicios		
Llamadas al Call Center	87,386	91,903
Simulador préstamos		
Ingresos	497,261	503,536
Consultas	277,493	319,267
Simulaciones	575,793	686,754
Accesos a Intranet		
Beneficios a tu alcance	1,609,290	3,597,283
Membresías BBVA Bancomer	922,196	2,021,753
Prestaciones operadora	497,920	1,464,041
SAE	89,099	257,399
Buzón funcional (correo electrónico)		
Buzón SAE	160	99
Buzón prestaciones	1,333	1,244
Buzón atención	2,194	1,626
Buzón Gente Bancomer		658
GIM		118

Alcance: BBVA Bancomer

Clima laboral

Conocer la percepción que tienen nuestros empleados sobre su trabajo es fundamental ya que nos sirve para desarrollar los programas de recursos humanos que nos permiten mejorar su calidad de vida. Por ello, cada año llevamos a cabo una encuesta para conocer su grado de satisfacción y compromiso.

permiten mejorar su calidad de vida. Por ello, cada año llevamos a cabo una encuesta para conocer su grado de satisfacción y compromiso.

→ Encuesta de clima

Unidad de Negocio	2007		2008		2009	
	Participación	%	Participación	%	Participación	%
Banco	9,287	82.60%	21,527	81.20%	23,962	88%
Grupo Financiero BBVA Bancomer	11,240*	100%	26,498*	100%	28,246*	87.2%

(1) En el 2007 la aplicación de la encuesta se hacía mediante una muestra representativa de la población del Grupo, mientras que en el 2008 y 2009 la aplicación fue por medio de un censo general a la población.

La encuesta de clima organizacional contó con un Índice de participación del 87.2 % del personal equivalente a 28,246 empleados. Esta encuesta nos permitió conocer nuestras áreas de oportunidad, las cuales serán atendidas integralmente a lo largo del año 2010.

Libertad de asociación, representación sindical y resolución de conflictos

BBVA Bancomer cuenta con el contrato colectivo de trabajo más completo del sistema financiero, el cual define la relación laboral con 41.6% de los empleados. Las instituciones bancarias en general se han caracterizado por ofrecer compensaciones y prestaciones muy por encima de las que la ley requiere. BBVA Bancomer no solamente no es la excepción, sino que también en algunos rubros otorga condiciones más ventajosas que otras instituciones en el sector.

Entre otras condiciones preferentes, destacan los préstamos personales para adquisición de bienes de consumo duradero, la compra de automóviles, o préstamos hipotecarios. Tanto los días de vacaciones a los que se tiene derecho, la prima vacacional y el pago de aguinaldo, son sustancialmente mayores a los que exige la ley.

Las relaciones colectivas en BBVA Operadora y BBVA Bancomer Servicios se rigen al amparo de los contratos colectivos de trabajo celebrados con el Sindicato Nacional BBVA Bancomer de Empleados de los Servicios de la Banca y Crédito y de Actividades Financieras Relacionadas (SNAEBB). Asimismo, se tienen suscritos

los Reglamentos interiores de trabajo para las dos empresas.

Respecto al padrón sindical, el 41.6 % de la plantilla de BBVA Bancomer está representada por el SNAEBB. Cada uno de los procesos donde la plantilla sindicalizada tiene alguna afectación es tratado en un ambiente de respeto y responsabilidad a partir de las regulaciones que establece nuestra legislación laboral mexicana.

En el ejercicio 2009 se revisó el Contrato Colectivo de Trabajo a nivel integral (ejercicio que se hace cada dos años), cuyos acuerdos más relevantes fueron:

- Acuerdo de incremento salarial de 4.5 % para todo el personal con carácter retroactivo al 1 de enero.
- Establecimiento de un Plan de contribución definida llamado "Plan Porvenir" para todos los empleados, inclusive los de nuevo ingreso.
- Incorporación del Programa de gestión de competencias para todo el personal sindicalizado a partir de junio de 2009. Dicho programa plantea tener, a partir de la evaluación de competencias, un plan específico de desarrollo profesional.

→ Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos

Porcentaje	Contratos por género		
	2007 (H/M)	2008 (H/M)	2009 (H/M)
Fijos o indefinidos tiempo completo	45.3 / 42.5	44.0 / 42.9	44.9 / 47.4
Fijos o indefinidos tiempo parcial	2.1 / 3.5	2.0 / 3.8	0.6 / 1.4
Temporales	2.7 / 4.0	3.3 / 4.0	2.5 / 3.2

(1) H= Hombres M= Mujeres

Alcance: BBVA Bancomer

→ Expedientes disciplinarios

	2007	2008	2009
Sanciones	292	185	287
Despidos	320	109	89

Alcance: BBVA Bancomer

→ Asuntos contenciosos

	2007	2008	2009
Reclamaciones individuales	587	626	801
Total	587	626	801

Alcance: BBVA Bancomer

Salud y seguridad laboral

De acuerdo con la Organización Internacional de Trabajo, la salud no es solamente ausencia de enfermedad sino un completo estado de bienestar en los aspectos físicos, mentales y sociales. Con base en esta definición, BBVA Bancomer desarrolla sus programas en materia de salud y seguridad laboral, y se interesa por el bienestar de sus empleados.

La seguridad de nuestros empleados

Para proteger la seguridad de nuestros empleados y sus familiares, hemos puesto a su disposición personal de seguridad altamente calificado para servirles en caso de emergencia. El equipo del Centro de gestión y alarmas (CGA) está disponible para auxiliar las 24 horas del día los 365 días del año, y se le contacta a través de una línea telefónica.



Con el fin de que los empleados puedan trasladar de manera puntual y oportuna sus sugerencias, quejas y comentarios, en el 2009 se cambió el diseño de la credencial de los integrantes de la Dirección de seguridad institucional en el interior de los edificios y sucursales, de manera que los puedan identificar perfectamente.

Para educar a los usuarios de tecnología en el uso responsable y seguro de Internet, en el 2009 hemos venido trabajando junto con otras instituciones en la iniciativa ideada por Microsoft "Navega Protegido en Internet". Por medio de esta iniciativa brindamos consejos y recomendaciones para que nuestros empleados, así como otros grupos de interés, puedan proteger a su familia, su patrimonio y la identidad de quienes utilizan Internet en su hogar o en sitios públicos, disminuyendo los riesgos asociados al uso de Internet.

Ante el incremento del delito de extorsión telefónica este año en nuestro país¹⁵, difundimos entre nuestro personal medidas de prevención con algunas recomendaciones que contribuyan a disminuir el riesgo en caso de recibir este tipo de llamadas.

Como ya es costumbre, a lo largo del año realizamos simulacros de evacuación en nuestras distintas sedes, lo cual nos permite estar preparados para cualquier emergencia. Asimismo, dimos difusión a la Guía de actuación en caso de evacuación entre el personal, así como de medidas preventivas y de actuación en zonas de riesgo de huracán o inundación.

Esta información, junto con la Política de protección civil, el Procedimiento de contingencia, y otros consejos de seguridad para reducir los riesgos a los que está expuesto nuestro personal en el trabajo, en la calle, en su hogar y cuando viaja está disponible a partir de junio de 2009 en la página de Seguridad institucional de la intranet corporativa.

Campaña de prevención contra la influenza

En el marco de nuestro Programa de prevención invernal Bancomer, en el 2009 llevamos a cabo una campaña de prevención contra el virus de la influenza AH1N1 que brotó en México. Como parte de las acciones emprendidas se realizó la conferencia "Conociendo más sobre la influenza", se colocaron dispensadores de gel antibacterial en la entrada de los comedores, y se difundió información sobre otras medidas de prevención.

¹⁵ El *modus operandi* de este tipo de extorsión telefónica consiste en indicarte que tienen secuestrado algún familiar, y a cambio de la supuesta liberación, te exigen la entrega de dinero, u objetos de valor, sin que realmente se trate de un plagio.



Gracias a estos esfuerzos, en 2009 el Grupo Financiero BBVA Bancomer fue considerado un año más dentro de las mejores empresas para trabajar por el Instituto Great Place to Work.



→ Tasa de ausentismo

Año	2008	2009
Empleados	3,621	8,597
Días	61,546	56,168

Alcance: BBVA Bancomer





Compras responsables

Hacer una compra responsable implica que, además de observar la calidad y el precio, elijamos productos y servicios basados en criterios sociales y ambientales, así como en la conducta de las empresas que los elaboraron.

Modelo corporativo de compras

Como parte de la mejora continua de la empresa, hemos estado mejorando nuestro modelo de compras, en el que además de los requisitos legales y solvencia financiera, nos basamos en dos aspectos para relacionarnos con nuestros proveedores:

- La aplicación de criterios de objetividad, transparencia, profesionalidad e igualdad de oportunidades tanto en la selección de proveedores, como en la relación con ellos;
- El impulso entre los proveedores de principios de ética y responsabilidad corporativa.

→ Proveedores

2009	2008	2007	2006
748	688	315	533

Alcance: BBVA Bancomer

Cabe resaltar que dentro de esta lista, el 99% de nuestros proveedores son locales, lo cual nos brinda la oportunidad de impulsar nuestra cadena de valor.

Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA

El Código de conducta de BBVA Bancomer incluye los criterios que guían la relación con nuestros proveedores. En este código se establece que valoramos especialmente a aquellos proveedores que comparten los principios que lo sustentan y que han adoptado para el desarrollo de sus actividades los compromisos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Asimismo, nuestra área de Compras se rige por unos Principios de aplicación a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento, un documento que desarrolla los puntos del Código de Conducta que son de especial aplicación a todas las funciones que intervienen en este proceso, las cuales se rigen por el respeto a la legalidad vigente en cada ámbito.

Dentro de los principios y pautas generales que nos rigen están el respeto a la legalidad, el compromiso con la integridad, concurrencia, la objetividad, la transparencia, la creación de valor y la confidencialidad.

Sistema de homologación de proveedores

BBVA Bancomer ha trabajado desde el año pasado en el proceso de homologación de proveedores con el fin de validar sus capacidades productivas, técnicas, financieras, jurídicas y comerciales, así como el grado de involucramiento en aspectos de responsabilidad corporativa.

Algunos aspectos de los criterios éticos, sociales y ambientales que se han incluido son las prácticas laborales, la transparencia en el mercado, el cuidado del medioambiente y su relación con la comunidad donde opera.

Este proceso aún se encuentra en marcha y en el 2010 estaremos en la etapa de maduración de las variables revisadas en los cuestionarios de homologación, a fin de que en ejercicios sucesivos represente una parte de la calificación otorgada a los proveedores.

→ Homologación de proveedores

	2007	2008	2009
Número de proveedores homologados	132	138	116
Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación	26.04%	29.72	29.61
Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación	4	2	3
Número de negociaciones electrónicas	2,124	2,893	2,201

Alcance: BBVA Bancomer

Herramientas de gestión y aprovisionamiento

El 89.8% de los requerimientos de BBVA Bancomer a proveedores son realizados a través de la plataforma de comercio electrónico Adquira. Por medio de este sistema se realizan solicitudes de oferta y pedidos automáticos, así como diversos tipos de negociaciones. Todo ello en un marco eficiente y transparente, tanto en el ámbito interno como externo, que optimiza el proceso de negociación y mejora el servicio ofrecido al cliente interno además de que fomenta la transparencia al ser 100% auditable.

Proveedores responsables

Uno de los objetivos de incluir criterios éticos, sociales y ambientales en la relación con nuestros proveedores es el de incentivar a otras empresas para que implementen estrategias de responsabilidad corporativa en la gestión de sus actividades.

En el 2009 dentro de nuestra cartera de proveedores contamos con 20 empresas que han recibido el distintivo ESR, 7 de ellas por más de tres años consecutivos.



Gestión ambiental y cambio climático

Ante el gran reto del cambio climático, BBVA Bancomer busca contribuir por medio de la implementación de un modelo de negocio sostenible que conduzca a una adecuada calidad de vida para todos.

Las directrices de este modelo se encuentran plasmadas en nuestra política ambiental, la cual busca impulsar la integración efectiva de los criterios ambientales en el conjunto de actividades que desarrollamos, al considerar que estos criterios son un elemento diferencial y representan una ventaja competitiva.

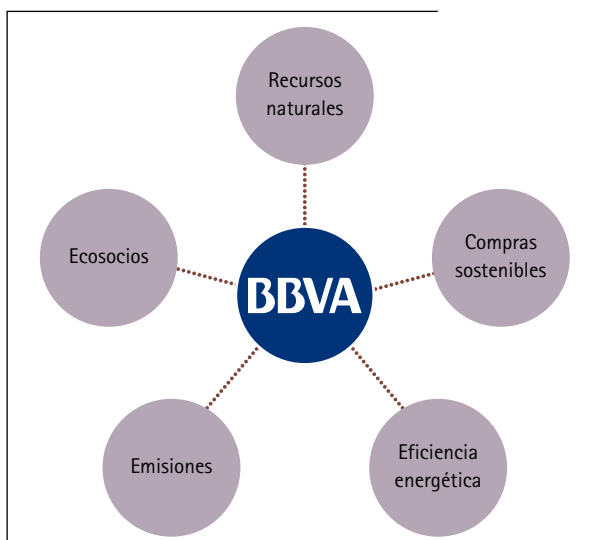
La puesta en marcha de esta política se llevó a cabo por medio de un sistema de gestión ambiental que conduce el manejo integral de las actividades que mitiguen los impactos contaminantes en el medioambiente.

Impactos directos: Plan global de ecoeficiencia 2008-2012

Nuestro Plan global de ecoeficiencia, que arrancó el año pasado, está en línea con la definición del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), que advierte que la ecoeficiencia se obtiene ofreciendo "bienes con precios competitivos y servicios que satisfagan las necesidades humanas y brinden calidad de vida a la vez que reduzcan progresivamente los impactos medioambientales de bienes y la intensidad de recursos a través del ciclo de vida entero a un nivel al menos en línea con la capacidad estimada de llevarla por la Tierra."¹⁶

Este plan consta de cinco líneas de actuación, cada una con numerosas iniciativas. Estas líneas son: recursos naturales, compras sostenibles, partes interesadas, emisiones y eficiencia energética.

→ Plan global ecoeficiencia 08-12



Asimismo, hemos mejorado nuestro sistema de medición de impactos, tanto en su metodología de recopilación como en su alcance.

En el 2009, logramos mantener la certificación ISO 14001 en dos de nuestros edificios por su sistema de gestión ambiental.

¹⁶ World Business Council for Sustainable Development <http://www.wbcsd.org>

→ Certificaciones ISO: 14001 de edificios

	2008	2009
Edificios certificados en norma ambiental ISO:14001	2	2
Número de empleados en los edificios certificados	970	970
Alcance: Edificios centrales y oficinas del banco		

→ Consumo de agua

Consumo de agua en m ³	2007	2008	2009
Total anual de agua consumida	926,543	928,188	885,881
Agua consumida por empleado anualmente	26.3	26.9	27.2
Alcance: Edificios centrales y oficinas del banco			

→ Consumo de energía

Consumo de energía ¹⁷	2007	2008	2009
Total electricidad consumida	201,540 Mwh 55,065.53 GJ	202,416 Mwh 55,304.91 GJ	196,944.16 Mw/h 53,809.88 GJ
Total gas natural consumido	144.12 m ³	147.81 m ³	125.38 m ³
Total diesel consumido (gasoil)	464.67 m ³	472.91 m ³	489.95 m ³
Alcance: Edificios centrales y oficinas del banco			

→ Lucha contra el cambio climático

Emisiones atmosféricas ¹⁸	2007	2008	2009
Total CO2 emitido	118,000 ton	115,675 ton	108,236 ton
Total CO2 por empleado	3.35 ton	3.35 ton	3.32 ton
Emisiones directas Co2	2,488 ton	2,386 ton	2,695 ton
Emisiones indirectas CO2	115,512 ton	113,288 ton	105,541 ton
Alcance: Edificios centrales y oficinas del banco			

→ Kilómetros de viajes en avión y coche

Km de viaje en avión:	2007	2008	2009
Tramos menores a 500 km	17,024,432	15,170,472	8,641,554
Tramos entre 500 y 1600 km	21,793,657	19,420,328	11,245,866
Tramos mayores a 1600 km	23,608,670	18,886,936	7,939,628
Km de viaje en coche:			
Km coches de directivos	857,875	934,599	977,141
Km coches de servicios	4,768,399	4,130,389	4,926,896
Km coches de empleados	8,242,967	7,345,308	7,565,295
Alcance: Edificios centrales y oficinas del banco			

→ Consumo de papel

Papel (t)	2007	2008	2009
Total papel consumido (t)	1,817	1,959	-1,814
Total papel consumido por empleado (t)	0.0516	0.0567	-0.055
Papel ecológico consumido (t)	0	713,092	1,813,870
(1) A partir del 2009, todo el papel consumido es ecológico.			
Alcance: Edificios centrales y oficinas del banco			

¹⁷ La unidad de medida GJ se usó en informes 2007 y 2008. Debido a la facilidad en la comprensión de datos para todos los lectores, se decidió cambiar a la unidad de medida MW/h en el presente informe 2009, por ello la reexpresión de datos 2007 y 2008.

¹⁸ Expresada en Toneladas métricas.

→ Residuos gestionados

Residuos gestionados en kg	2007	2008	2009
Papel y cartón	72,670	324,720	308,276
Aparatos eléctricos y electrónicos	22,279	20,650	43,295

Alcance: Edificios centrales y oficinas del banco

→ Videoconferencias

	2007	2008	2009
Videoconferencias	1,283	1,502	1,541
Salas equipadas con videoconferencias	34	37	741
Audioconferencias	-	-	13,700
Telepresencias	-	-	226

1. De las audioconferencias y las telepresencias no tenemos dato histórico pues se trata de nuevas iniciativas.
2. El número de salas equipadas con videoconferencias del 2009 incluye las salas del banco a nivel nacional.

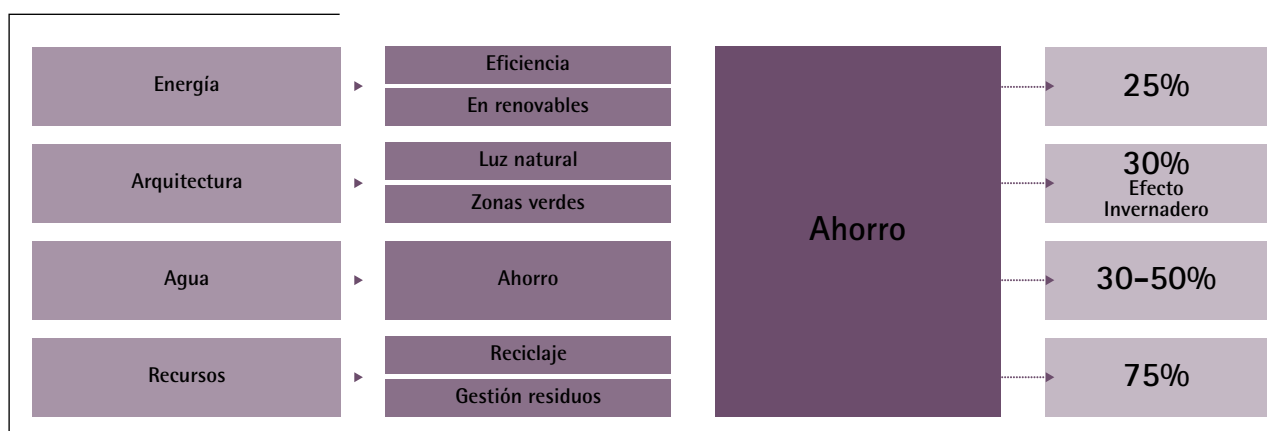
Alcance: Edificios centrales y oficinas del banco

Nueva sede corporativa

En congruencia con nuestro compromiso con la ciudad de México y su entorno, en el 2009 continuamos con el proyecto para cambiar nuestra sede corporativa. Esta nueva sede concentrará a las 9,000 personas que actualmente están distribuidas en siete inmuebles.

Con una inversión de 900 millones de dólares, a finales de 2012 contaremos con dos edificios sustentables que contarán con la certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), lo cual implicará un considerable ahorro en energía, agua, reciclaje y gestión de recursos.

→ Compromisos Certificación LEED:



En el 2009 llevamos a cabo el concurso de arquitectura que duró ocho meses. Resultaron ganadoras dos firmas de amplio reconocimiento y prestigio a los que se les adjudicó la obra. En este periodo se demolieron los edificios y se comenzó la construcción. La inauguración de las sedes está contemplada para el 2012.

Cambio climático: riesgo y oportunidad

Programa de educación ambiental

Con base en el interés por la conservación y el compromiso ecológico de BBVA Bancomer, desde 2002 se tiene un convenio entre Pronatura A.C., el Gobierno del Distrito Federal y la Universidad Nacional Autónoma de México, para apoyar el reacondicionamiento y operación de un centro de investigación ecológica y de educación ambiental, instalado en el "Parque Ecológico de la Ciudad de México Ajusco Medio".

En el 2009 se otorgaron 7,000 becas anuales para visitas de educación ambiental a igual número de alumnos de escuelas públicas.

Formación y sensibilización ambiental

Campañas de sensibilización

Para formar y sensibilizar a nuestro personal, se realizaron campañas virales con lo cual reforzamos los conceptos de ahorro y eficiencia en su vida diaria, ya sea en el trabajo o en el hogar. Algunas de estas campañas también las hacemos extensivas a nuestros clientes. En el 2009 en nuestras campañas pusimos especial énfasis en los temas del cuidado del agua y la eficiencia en las llamadas telefónicas.

Suma tu eficiencia BBVA Bancomer

¡Chin! Se me olvidó pedirle el presupuesto... Ni modo, le llamo POR QUINTA VEZ hoy...

Haz sólo las llamadas locales necesarias; el costo se basa en el número de las mismas. Planea todos los puntos a tratar en una sola llamada.

¡Gracias por tu colaboración! Una telefonía eficiente, la haces TÚ.

adelante.

BBVA Bancomer Plan Ciudad de Escondido

El agua que desperdiciamos hoy, no la tendremos mañana...

La ciudad de México se está quedando sin agua y tiene en riesgo de no contar con agua vital hasta en los próximos meses del 2015.

El Gobierno del D.F. promueve las siguientes acciones relacionadas con nuestra iniciativa de consumo de agua:

- Sustituye regadores tradicionales por otros de bajo consumo; puedes adquirirlos desde \$100.
- Instala el sistema alternador "Duo" a tu WC; a su vez, te beneficias por los que cuentan con este tipo de tecnología.
- En la fuga en el WC, revisa que los descargas de agua, el flujo de la caja "sagües" estén bien.

¡No le tengas miedo al agua!

adelante.

BBVA Bancomer

Bancomer te invita a hacer un mejor uso del agua

- Coloca dos botellas de 500 ml. llenas de agua en el tanque del sanitario y ahorrarás de 2 a 4 litros cada vez que lo uses.
- Cierre la llave del lavabo cuando te enjabones las manos, puedes ahorrar hasta 3 litros de agua cada vez que te laves.
- Cuando te laves los dientes no dejes el grifo del agua abierto, utiliza un vaso.

Sigue estos sencillos consejos: puedes **ahorrar hasta 20 litros de agua diariamente** por persona. **Compártelos** con tu familia y aseguremos un **mejor futuro** para todos.

En conjunto con la Secretaría del Medio Ambiente (SEMARNAT) y la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) llevamos a cabo exposiciones itinerantes sobre el medio ambiente en nuestras distintas sedes corporativas.

Jornada de reforestación con Pronatura

Como parte del plan de trabajo producto de la alianza con Pronatura que mencionamos anteriormente, en el 2009 se llevó a cabo la IV Jornada de reforestación, la cual se agendó a la par de la Jornada nacional de reforestación que realizó el presidente Calderón.

Programa de desarrollo sustentable con CICEANA

Desde 2004, BBVA Bancomer apoya al Centro de Información y Comunicación Ambiental de Norteamérica

(CICEANA), dedicado a ofrecer orientación y preparación a niños, jóvenes y adultos para el desarrollo ecológico sustentable.

Con el fin de seguir fomentando la conciencia ecológica, motivar el consumo responsable y dar a conocer recomendaciones de reciclaje y ahorro de energía en becarios, empleados y familiares, en 2009 llevamos a cabo una visita ambiental a los Viveros de Coyoacán, con la participación de 4,400 empleados. También organizamos dos conferencias: la primera con el tema "La Huella Ecológica", donde hicimos referencia al 5 de junio, Día mundial del medioambiente, y la segunda con el tema "Huella Híbrida", y donde se hizo referencia al Día nacional del ahorro de energía.

En nuestra IV Jornada de reforestación contamos con la participación de 350 empleados, los cuales se inscribieron en la convocatoria en tiempo récord, demostrando así su entusiasmo. A lo largo del programa han sido plantados un total de 1155 árboles.



(PEASMA) Programa de educación ambiental de San Miguel Allende

Desde 2007 BBVA apoya este programa, similar a los de CICEANA Y Pronatura, que se desarrolla en el Estado de Guanajuato, y que ha beneficiado a más de 2,000 niños. En 2009 fueron becados 1,829 niños con el apoyo de la Fundación BBVA Bancomer.



Compromiso con la sociedad

En BBVA Bancomer concebimos a la empresa como generadora de valor para todos sus grupos de interés, contribuyendo a las soluciones frente a los desafíos de la sociedad, que a su vez trae consigo nuevas oportunidades para la empresa.

Los esfuerzos por contribuir a estos desafíos se canalizan a través de la Fundación BBVA Bancomer, asociación civil sin fines de lucro, creada en el año 2000 y que integra cuatro áreas estratégicas: Bancomer en la educación, Voluntariado, Fomento cultural y Programas de desarrollo social.

→ Presupuesto de la Fundación BBVA Bancomer

Área estratégica	Aportación total
Bancomer en la educación	\$67,937,874
Voluntariado	\$11,127,770
Fomento cultural	\$11,639,849
Programas de desarrollo social	\$125,905,500
Otros (Asistencia social e institucional y gastos operativos)	\$11,420,126
TOTAL	\$228,031,119

→ Contribución a la comunidad

Olimpiadas de conocimiento infantil	3,030 becas
Becas para educación ambiental con Pronatura	7,000 becas
Prepa Tec Milenio	108 becas
Becas de excelencia para licenciatura	23 graduados
Becas para educación ambiental con Ciceana	2,400 becas
Becas para educación ambiental con Peasma	1,829 niñas y niños atendidos
Apoyo en casos de desastres naturales	5,200 despensas por inundaciones

Bancomer en la educación

En BBVA vemos en la educación un motor para que los individuos adquieran los conocimientos que los conduzcan a alcanzar una mejor calidad de vida. Con este objetivo se creó en 1996 el programa Bancomer en la educación, el cual impulsa la formación de niños y jóvenes mexicanos.

→ Proyectos de Bancomer en la educación

Nombre del proyecto	Descripción del proyecto	Resultados 2009
Olimpiada del conocimiento infantil	Concurso de conocimientos organizado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) para alumnos de 6º grado de todas las escuelas del país. Los premios consisten en planes de becas administrados por la Fundación. El programa concluye en 2012 al término de las becas que se otorgaron en 2009.	Cada año se beca a 1,000 ganadores mediante la entrega de mil pesos mensuales hasta por tres años de secundaria. A los diez mejores becarios se les amplía la beca a 1,200 hasta por tres años de bachillerato. En 2009 becamos a 1,000 ganadores más de la generación 2008-2009 y renovamos 2,000 de generaciones anteriores. Llegamos a 5,822 becas otorgadas para secundaria y a 150 para preparatoria (100 en programa Tec Milenio). Vamos en el 3er año de alianza con la SEP, que ha aportado a la fecha \$18, 900,000 M.N. Realizamos 28 ceremonias de reconocimiento estatal.
Programa Prep@net	Consiste en la dotación de 1,000 becas por parte de BBVA Bancomer junto con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) para que jóvenes y adultos de escasos recursos estudien la preparatoria en línea.	En el 2009 se otorgaron 108 becas.
Beca Bancomer-ITESM	Estas becas consisten en el apoyo económico para cubrir el 33% y el 67% de colegiaturas a alumnos de alto rendimiento de preparatoria y licenciatura respectivamente.	En 2009 se otorgó una beca de las 150 originales que se tenían ya que el resto fueron utilizadas.
Beca Fundación Bancomer-Fundemex	Becas de excelencia para alumnos de bachillerato técnico-profesional del Colegio Nacional de Educación Profesional (Conalep) otorgadas en conjunto con la Fundación del Empresariado en México A.C. (Fundemex).	En 2009 concluyó la 1ª generación de 160 becarios de bachillerato tecnológico aplicable a la banca con un promedio de calificación de 9.53.
Programa Educativo de Prevención Escolar	Programa dirigido a la prevención de adicciones entre alumnos de preescolar, primaria y secundaria diseñado por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) de España y la Secretaría de Educación Pública (SEP) de México.	Este año hubo un acercamiento con la Administración Federal de Servicios Educativos del D.F. para aplicar la evaluación de la UNAM. La Secretaría de Educación del Gobierno del Estado de México, se encargará de la evaluación en su estado.

→ Proyectos de Bancomer en la educación (cont)

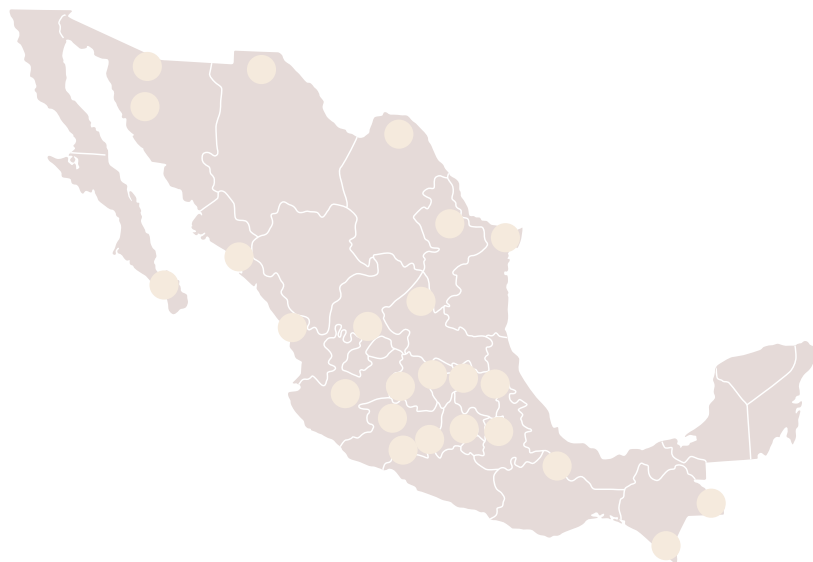
Nombre del proyecto	Descripción del proyecto	Resultados 2009
Programa de Desarrollo Sustentable con CICEANA	BBVA Bancomer apoya al Centro de Información y Comunicación Ambiental de Norteamérica (CICEANA) para ofrecer orientación y preparación a niños, jóvenes y adultos para el desarrollo ecológico sustentable.	En 2009, se planearon 4,400 visitas las cuales concluyeron hasta enero de 2010 debido a la influenza. Tuvimos tres eventos con empleados: dos conferencias con los temas de Huella Hídrica y Huella Ecológica y una Jornada ambiental.
Programa de Educación Ambiental de San Miguel de Allende (PEASMA)	BBVA Bancomer apoya este programa, similar a los de CICEANA Y PRONATURA, que se desarrolla en el Estado de Guanajuato.	De enero a diciembre de 2009 se atendió a un total de 1,829 niños.
Desastres naturales	Apoyo a distintos estados de la República Mexicana en caso de un desastre natural.	En 2009 se apoyó con 5,200 despensas por inundaciones en los estados de Baja California Sur, Sonora, Veracruz, Tabasco y Chiapas.

Voluntariado

En BBVA Bancomer, la participación de nuestros empleados en las acciones sociales que lleva a cabo la empresa es ya una tradición. A través de los Centros

Educativos Integrales, ubicados en varios estados del país, su labor se ha concentrado en proporcionar a quienes menos tienen, las habilidades necesarias para alcanzar una mejor calidad de vida, brindándoles alternativas de desarrollo mediante una educación integral.

- ▶ Aguascalientes
- ▶ Ciudad Juárez
- ▶ Ciudad Obregón
- ▶ Cuernavaca
- ▶ Culiacán
- ▶ Estado de México
- ▶ Guadalajara
- ▶ Hermosillo
- ▶ Irapuato
- ▶ La Paz
- ▶ León
- ▶ Mazatlán
- ▶ Distrito Federal
- ▶ Monterrey
- ▶ Morelia
- ▶ Pachuca
- ▶ Querétaro
- ▶ San Luis Potosí
- ▶ Tampico
- ▶ Tapachula
- ▶ Torreón
- ▶ Tuxpan
- ▶ Tuxtla Gutiérrez
- ▶ Zamora



→ Personas inscritas en los Centros Educativos Integrales

Personas inscritas por actividad	Inscripción 2009-2010
INEA	134
Informática	137
Informática con CDI Toluca, Irapuato y León	31
Superación personal	105
Ludoteca	152
Manualidades y talleres	1208
Programa Secretaría del Trabajo curso formación de instructores	n/a*
Proempleo	n/a*
Inicie su empresa	67
Curso de oficios	36

(1) *Centro cerrado por remodelación en el D.F.

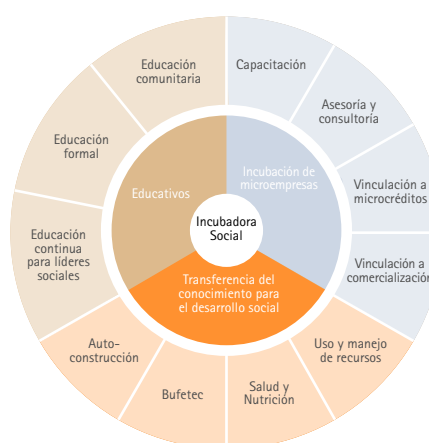
Después de 25 años de actividad, en el 2009 se determinó migrar a un esquema de profesionalización de las actividades para contar con un modelo que tenga un impacto social acorde con la visión y misión de Fundación Bancomer. Con este objetivo se generó una alianza de colaboración entre el ITESM y el Voluntariado Bancomer para establecer conjuntamente Centros Educativos y Productivos Bancomer con el apoyo del programa de Incubadoras Sociales del ITESM.



Este programa se implementará en 18 localidades del 2009 al 2011. En el 2009 se iniciaron actividades en Pachuca, Hidalgo; Torreón, Coahuila y Aguascalientes.

→ Oferta de los Centros Educativos y Productivos Bancomer

- ▶ Preparatoria en línea – Prepanet.
- ▶ Carreras profesionales en línea a través de TecMilenio.
- ▶ 110 cursos y diplomados gratuitos en computación, inglés, finanzas personales, etc.
- ▶ Programa de incubación social para apoyar proyectos productivos a través del desarrollo de diagnósticos, planes de negocio, vinculación con créditos y cadenas comerciales.
- ▶ Programa de educación financiera BBVA Bancomer.



Con este nuevo esquema, además del incremento en beneficiarios, se está generando un importante impacto social con la oferta educativa con la que se cuenta. Cabe

resaltar que, de los usuarios de estos centros, de Aguascalientes el 49.5% tiene familia migrante, así como el 72% de Pachuca y el 63% de Torreón.

→ Centro Educativo y Productivo Bancomer

	Centro del voluntariado	Fecha de inauguración	Primera etapa	Segunda etapa	% de incremento
Pachuca	36	02 de junio	440	518	1,338.88 %
Torreón	108	11 de junio	327	200	85.18 %
Aguascalientes	66	30 de junio	241	537	713.63 %
Total	210		1,008	1,255	2,137.69 %

Fomento cultural

La UNESCO establece que la cultura puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social que engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales inherentes al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.¹⁹

Es con base en esta definición que BBVA promueve la cultura y las artes en México a partir de 1990, cuando se creó la Fundación Cultural Bancomer. Desde entonces hasta la fecha ha llevado a cabo un gran número de acciones en beneficio directo de la comunidad. Durante 2009 los proyectos que más apoyo recibieron fueron aquellos enfocados en los temas de migración y ecología. En total en 2009 se apoyaron 44 proyectos con un fondo de \$11, 639,849.

→ Proyectos de Bancomer en la educación

Nombre del proyecto	Descripción del proyecto	Resultados 2009
Libro <i>Los que se quedan</i>	Proyecto editorial que continúa las historias de algunos de los protagonistas del documental del mismo nombre, en el que intervienen tanto artistas de la fotografía como excelentes literatos.	Impresión de 13,500 ejemplares
2º Concurso Universitario, "Hazlo en cortometraje" con el tema: Y tú ¿qué haces para reciclar?	Concurso que busca promover la creación y producción de cortometrajes entre los universitarios y recién egresados.	Se apoyó con recursos por un monto de \$900,000 Números del concurso: 130 cortometrajes 21 proyectos de reciclaje 6 ganadores
Programa Bancomer - MACG, arte actual	Programa de formación artística dirigido a artistas mexicanos que inician	Se apoyó con recursos por un monto de \$1,523,000 Número de participantes: 10
Desarrollo de indicadores	Diagnóstico de indicadores del programa Fondo de Apoyo a las Artes	Se apoyó con recursos por un monto de \$149,500 Se analizaron 35 proyectos
Exposición <i>Confluencias</i>	Exposición que propone una reflexión sobre los últimos 200 años del arte en España y Latinoamérica en la Colección BBVA.	Se apoyó con recursos por un monto de \$1,820,846 Conformada por 60 piezas
Tribeca	Apoyo a la formación de jóvenes cineastas mexicanos	Se apoyó con recursos por un monto de \$200,528 Número de participantes: 2
Fondo de apoyo a las artes	Programa que busca apoyar y fomentar la cultura en nuestro país, apoya a todo tipo de proyectos culturales de calidad y en las diversas áreas de las artes.	Se apoyó con recursos por un monto de \$ 5,120,000 Se apoyaron 38 proyectos
Cine en el campo	Proyecto que lleva la experiencia del cine a comunidades rurales en nuestro país.	Se apoyó con recursos por un monto de \$900,000 68 funciones Con una asistencia de 18,373 espectadores

¹⁹ Definición de la UNESCO en el marco de la Conferencia mundial sobre las políticas culturales. <http://portal.unesco.org/culture/es>

Programas de desarrollo social

Nuestro programa de desarrollo social "Por los que se quedan", iniciado en 2006, es producto de un proceso de investigación sobre el fenómeno migratorio en México, que consiste en el tránsito diario de miles de paisanos a Estados Unidos y Canadá, así como de sus consecuencias en las comunidades de origen de los migrantes.

La finalidad de este programa es acompañar el desarrollo académico del estudiante de secundaria de las comunidades de origen de los migrantes, favorecer su permanencia en la escuela así como contribuir a elevar la calidad de su educación.

Principales características:

- ▶ Beca económica mensual de mil pesos por parte de la Fundación BBVA Bancomer.
- ▶ Promedio mínimo de los becarios de 8.5.
- ▶ Los becarios hacen los retiros de la beca en los cajeros automáticos de BBVA Bancomer.
- ▶ Participación de diversos actores: padrinos y madrinan, escuelas, familias, comités comunitarios locales, entre otros.
- ▶ Cobertura en 20 Estados y 143 municipios de la República Mexicana, en especial los que cuentan con altos índices de migración.

→ Alcances de "Por los que se quedan" a 2009 y cobertura

Becas otorgadas	15,000
Empleados involucrados como padrinos y madrinan	689
Sucursales participantes	166
Municipios seleccionados	143
Estados de la República seleccionados	20

Con el objetivo de difundir y concientizar a la sociedad sobre la situación que viven los familiares de los migrantes, en las principales comunidades expulsoras y a su vez corresponder a la preferencia que estos grupos tienen al realizar el 40% del mercado de las remesas por medio de BBVA Bancomer, patrocinamos el documental "Los que se quedan". Este largometraje, dirigido por Juan Carlos Rulfo y Carlos Hagerman, y producido por Fundación BBVA Bancomer y la Sombra del Guayabo, muestra la vida de once personajes reales por medio de entrevistas y el retrato de sus vidas en diferentes regiones de México: Yucatán, Jalisco, Michoacán, Puebla, Chiapas y Zacatecas.

"Los que se quedan" se estrenó el 30 de octubre de 2009 en los cines de la Ciudad de México, Toluca, Cuernavaca, Morelia, Oaxaca y Zacatecas.

El documental fue muy bien recibido por la crítica y obtuvo importantes reconocimientos nacionales e internacionales como el Galardón de Mejor Documental en la edición 29 del Festival Internacional de Cine de Guadalajara y el Premio de Mejor Documental en Los Angeles Independent Film Festival (LAIFF).





Pacto Mundial y Objetivos del milenio

El Grupo BBVA desde 2002, y BBVA Bancomer desde 2004, están adheridos al Pacto Mundial, la iniciativa internacional de la Organización de las Naciones Unidas para fomentar la responsabilidad social en las empresas de todo el mundo, por medio de la implantación de diez principios, los cuales las empresas firmantes se comprometen a cumplir.

Estos diez principios forman los Objetivos del milenio (ODM), los cuales se fijaron el 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras significativas en la reducción de la pobreza y las desigualdades que afectan a millones de personas en el mundo.

Adicional a esto, en el 2008, Grupo BBVA se sumó a una iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas con

motivo del 60º aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Su objetivo es reforzar el compromiso de todos los sectores sociales y económicos con los principios de la Declaración. Los firmantes de dicha iniciativa, sin importar su país de origen o el tipo de actividad que realicen, reconocen la importancia del respeto de los derechos humanos en su negocio.

→ BBVA Bancomer y el Pacto Mundial

BBVA y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Categorías	Principios	Indicadores GRI
Derechos humanos	Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	LA4, LA 7-8, LA13-14, HR 1-2, HR 4-7, SO5, PR1
	Principio 2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	HR 1-2, HR 4-7, SO5
Trabajo	Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	LA 4-5, HR 1-2, HR5, SO5
	Principio 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR 1-2, HR7, SO5
	Principio 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	HR 1-2, HR6, SO5
	Principio 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	EC7, LA2, LA 13-14, HR 1-2, HR4, SO5
Medio ambiente	Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	EC2, EN26, EN30, SO5
	Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental.	EN 1-4, EN8, EN 11-12, EN 16-17, EN21, EN26, EN28, SO5, PR3
Lucha contra la corrupción	Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN2, EN26, SO5
	Principio 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	SO 2-5

Fuente de las correspondencias entre los principios del Pacto Mundial y los indicadores GRI: borrador del informe Making the Connections de GRI y Pacto Mundial (www.globalreporting.com)



Criterios del informe

Referencias básicas y estándares internacionales

Para la realización de este informe se han seguido los estándares internacionales más reconocidos. En primera instancia, se han reportado de acuerdo a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI-G3), tanto los indicadores centrales como los del sector financiero.

Por otra parte, se han tomado como referencia los principios establecidos por la AA1000, un conjunto de normas innovadoras en el tema del aseguramiento del desempeño en sostenibilidad, lanzada en 2003 por la organización sin fines de lucro AccountAbility.

Las normas AA1000 ayudan a generar confianza en que los reportes asegurados presenten una visión completa de la comprensión y repuesta de una organización en relación a sus temas de sustentabilidad material.

Por último, se retoman los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al cual BBVA Bancomer está adherido, estableciendo su correspondencia con los indicadores del GRI.

Principios

La AA1000 de AccountAbility establece tres principios que nos guían en el reconocimiento, asunción de responsabilidad y actitud transparente sobre los impactos de las políticas, decisiones, acciones, productos y desempeño asociados a nuestra empresa.

Estos tres principios son:

a) Inclusividad: participación de nuestros grupos de interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la sostenibilidad.

b) Relevancia: determinación de los temas relevantes para BBVA Bancomer y sus grupos de interés, alineados con los procesos de toma de decisiones y la estrategia de la organización.

c) Capacidad de respuesta: reflejo de cómo BBVA Bancomer responde a los temas relevantes planteados por sus grupos de interés.

Por otra parte, la guía GRI-G3 establece los principios que debemos utilizar para definir los contenidos de nuestro informe, a saber:

1. Materialidad: que la información contenida en nuestro informe cubra aquellos aspectos e Indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de BBVA Bancomer, o aquéllos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de nuestros grupos de interés.

2. Participación de los grupos de interés: que BBVA Bancomer identifique a sus grupos de interés y describir en el informe cómo ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.

3. Contexto de sostenibilidad: informar sobre la forma en la que contribuye BBVA Bancomer a la mejora de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global.

4. Exhaustividad: que la cobertura de los indicadores y la definición de la cobertura de la memoria sean suficientes para reflejar nuestros impactos sociales, económicos y ambientales significativos y que permita a los grupos de interés evaluar el desempeño de la empresa durante el periodo que cubre el informe.

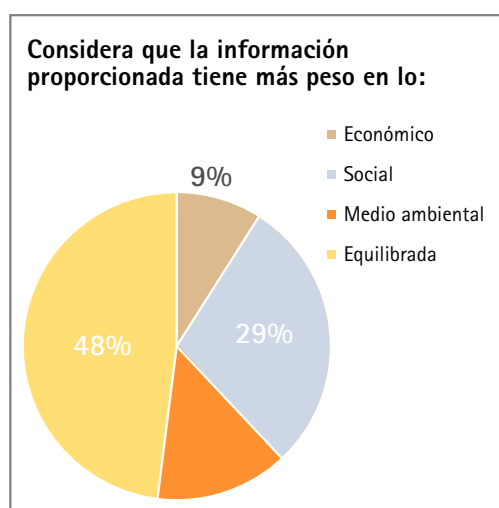
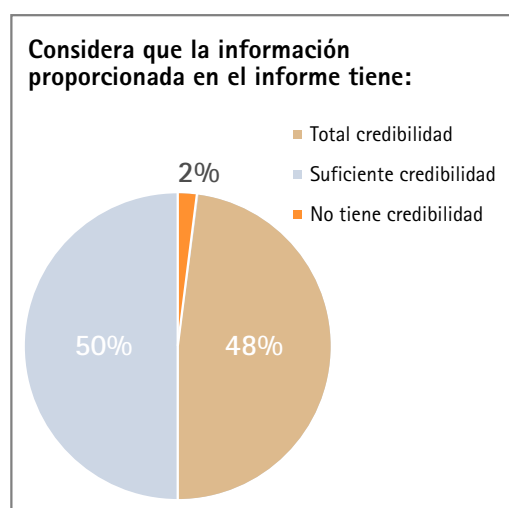
Resultados de la consulta a grupos de interés

Durante septiembre y diciembre de 2009 llevamos a cabo una consulta entre nuestros principales grupos de interés para poder conocer su grado de satisfacción con relación al Informe de Responsabilidad Corporativa BBVA Bancomer 2008.

La metodología que se utilizó fue a través de entrevistas y sesiones presenciales y el desarrollo de una aplicación en línea, de manera que fuera accesible al público en general en nuestra página de Internet. El instrumento utilizado fue una encuesta, la cual se aplicó de manera electrónica así como en sesiones presenciales.

Los grupos de interés consultados fueron: Clientes, proveedores, colaboradores de BBVA, colaboradores de Empresas Socialmente Responsables, miembros de organizaciones no lucrativas, consultores y especialistas en RSE, estudiantes, profesores e investigadores y periodistas y analistas.

A continuación se presentan los principales resultados obtenidos:



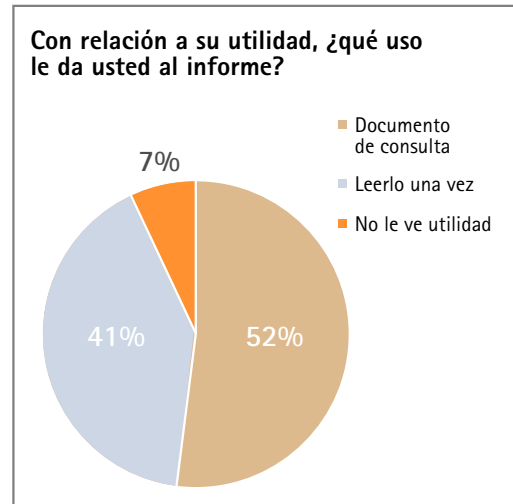


El 45% de los encuestados opinaron que en general la información del IARC 2008 es buena en cuanto a que está bien clasificado por temas, sigue un orden y es abundante en datos y acciones realizadas.

En cuanto a su credibilidad, el 48% lo considera totalmente creíble, mientras que otro 50% lo considera suficiente y un 2% que no lo considera creíble. Las razones de la mayoría se basan en que está auditado por un tercero, a que obtuvo la máxima calificación del GRI (A+) y a la seriedad y buena reputación del banco.

El 48% consideró que el informe está equilibrado entre los temas económicos, sociales y medioambientales. Sin embargo, hay un importante 29% que opina que está más inclinado hacia lo social y un 14% hacia lo medioambiental.

Del total de encuestados, el 76% consideró que no hubo ningún dato que esperara y que BBVA Bancomer no reportara. Del 24% restante que sí esperaba algún otro dato, destacan los temas de apoyo a personas desempleadas, el aspecto ético en lo económico y social,



información sobre el impacto de las acciones de Responsabilidad Social de BBVA Bancomer en sus colaboradores respecto a credibilidad, imagen y lealtad, información más clara respecto al GRI y conocer el trabajo que están haciendo otras áreas de negocio del Grupo.

Con relación a su utilidad, el 52% utiliza el Informe como documento de consulta, mientras que el 41% sólo lo leería una vez y el 7% restante no le ve utilidad.

Asimismo, en Junio de 2009, a nivel corporativo se aplicó la encuesta corporativa de satisfacción de proveedores del Grupo BBVA, la cual tiene un periodicidad bienal y se aplica de forma anónima a través del proceso vía WEB de Calidad Corporativa.

Dicha encuesta se aplicó simultáneamente en Argentina, Colombia, México, Perú, Chile y Venezuela.

Los resultados más relevantes de dicha encuesta arrojaron lo siguiente:

→ Opinión general sobre el Grupo BBVA

	Argentina	Colombia	Chile	México	Perú	Venezuela
1. Es una empresa con muy buena reputación	4,50	4,56	4,53	4,61	4,51	4,67
2. Admiro y respeto a la empresa	4,30	4,60	4,46	4,50	4,39	4,48
3. Es una empresa en la que confío	4,42	4,58	4,54	4,50	4,39	4,63
4. Se preocupa activamente por las necesidades de sus clientes	4,06	4,33	4,41	4,42	4,25	4,32
5. Es una compañía bien organizada con un líder respetado	4,39	4,40	4,35	4,51	4,31	4,48
6. Consigue buenos resultados como banco	4,29	4,59	4,45	4,54	4,45	4,64
7. Es una empresa innovadora que se anticipa a la competencia	4,06	4,05	3,94	4,30	3,97	3,96
8. Es un buen lugar para trabajar como empleado	4,27	4,25	4,35	4,41	4,07	3,83
9. Se preocupa por la sociedad en la que vive	4,18	4,27	4,20	4,38	4,18	4,10
10. Es una empresa con un comportamiento ético y honrado	4,42	4,60	4,40	4,47	4,48	4,54
11. Es una empresa respetuosa con el medioambiente	4,27	4,48	4,52	4,42	4,29	4,39

1: Nada satisfecho 5: Muy satisfecho

■ Peor resultado
■ Mejor resultado

Valoración global de la relación con BBVA

→ Valoración de la función de Compras del Grupo BBVA

Argentina	Colombia	Chile	México	Perú	Venezuela
4,45	4,15	4,27	4,30	4,17	4,21

1: Nada satisfecho 5: Muy satisfecho

■ Peor resultado
■ Mejor resultado

Rigor y verificación

La compilación de los datos presentados en este informe está a cargo del área de Responsabilidad y reputación corporativas. Los contenidos que figuran en él son proporcionados por las áreas de la empresa directamente verificadas y auditadas interna y externamente.

Al igual que en el informe de 2008, el Informe anual de responsabilidad corporativa BBVA Bancomer 2009 se encuentra verificado por Deloitte y cuenta con la calificación A+ del GRI-G3.



Atención de las recomendaciones al IARC 2008

→ Atención a las recomendaciones al IARC 2008

Fuente	Recomendación al IARC 2008	Acción emprendida
Reporte de revisión externa de Deloitte	Mejorar el sistema de reporte de los datos de Responsabilidad social corporativa (RSC) ampliando el alcance a la información y áreas que actualmente no están disponibles y, progresar en la implementación de controles internos.	Para la identificación y cuantificación de la información a reportar, este año se estableció un plan de trabajo que consta de una matriz que desglosa los datos a solicitar por área, tema, indicador, unidad y avances cualitativos y cuantitativos. La información fue solicitada de manera semestral y con base en los indicadores del GRI.
Reporte de revisión externa de Deloitte	Fortalecer la información sobre el cumplimiento de las políticas y códigos de conducta del personal de BBVA Bancomer que afectan el desempeño de RSC. Asimismo, dentro del marco actual de control interno de BBVA Bancomer, definir herramientas que ayuden en la obtención de información así como las actuaciones relativas a la comprobación de los sistemas de gestión de RSC con el objetivo de obtener una mayor confiabilidad en los procesos.	Este 2009 conmemoramos el 5° aniversario del Código de conducta, por lo que se llevó a cabo, durante el segundo semestre, el refrendo al mismo, con una participación de más de 33,000 colaboradores que renovaron su compromiso de trabajar bajo los valores y principios éticos contenidos en el código y en nuestra cultura corporativa.
Reporte de revisión externa de Deloitte	Continuar con las mejoras y la consolidación de los procesos de identificación y análisis de los aspectos relevantes para los grupos de interés de BBVA Bancomer.	Para mejorar nuestros procesos relacionados con la determinación de aspectos relevantes, este año el Corporativo BBVA lanzó la "Guía Corporativa para el apoyo a los procesos de consulta a los grupos de interés", la cual detalla la metodología para la identificación de los asuntos relevantes y materiales para nuestros grupos de interés. Con base en esta guía, llevamos a cabo diversos procesos que nos sirvieron para elaborar una matriz de materialidad, tales como la encuesta de satisfacción del IARC 2008, entrevistas e investigación de gabinete.

→ Atención a las recomendaciones al IARC 2008 (cont.)

Fuente	Recomendación al IARC 2008	Acción emprendida
Reporte de revisión externa de Deloitte	Definir criterios en cuanto a medición de datos e indicadores cuantitativos, sobre todo en lo que respecta a información medioambiental y cifras de recursos destinados a la sociedad, distribuyéndolos entre todas las áreas que reportan esta información.	<p>Para la obtención de la información relacionada al IARC BBVA Bancomer, este año se lanzaron y siguieron algunas guías que permitieron establecer parámetros claros y precisos para cada indicador. La principal es la "Guía Corporativa para la elaboración de los informes de responsabilidad corporativa 09". Dentro de las guías temáticas están la "Guía Corporativa de indicadores medioambientales" y la "Guía Corporativa de valoración compromiso con la sociedad".</p> <p>En el programa de trabajo del IARC 2009 se incluyó una reunión previa con los owners de la información para explicarles el proceso y exponer dudas y comentarios.</p>
Reporte de revisión externa de Deloitte	Seguir con la mejora de la información reportada, procurando que la información reportada sea de cada grupo de interés de BBVA Bancomer.	<p>Como resultado del análisis de materialidad, se incluyeron en este IARC los temas más relevantes para nuestros grupos de interés.</p> <p>Para reforzar la retroalimentación por parte de los usuarios del IARC, además de la encuesta en línea, este año se llevaron a cabo sesiones de trabajo presenciales con representantes de nuestros grupos de interés para conocer su grado de satisfacción de dicho informe.</p>
Reporte de revisión externa de Deloitte	Adecuar los reportes de información con los que emite BBVA, homologarse con respecto a mediciones, cantidades, forma de presentación, unidades de valuación.	<p>Con el fin de homologar los parámetros seguidos por todos los que formamos parte del Corporativo BBVA, este año se lanzaron y siguieron algunas guías que permitieron establecer criterios claros y precisos respecto al alcance, contenido y estructura de los IARC. La principal es la "Guía corporativa para la elaboración de los Informes de responsabilidad corporativa 09".</p> <p>La elaboración y seguimiento de la aplicación de estas guías ha significado un proceso de constante comunicación entre las áreas de RCC del Corporativo y BBVA Bancomer.</p>
Reporte de revisión externa de Deloitte	Los progresos de 2008, objetivos de 2009, consideramos que los progresos 2008 son puntos en los que se está trabajando, porque no se deberían considerar como progresos sino aplicaciones por seguir y mejorar, agregando los objetivos 2009.	<p>En el IARC 2009 se incluye el cuadro con los Progresos 2009 y Objetivos 2009, tomando como base los Objetivos 2008.</p> <p>Este año, a diferencia del anterior, si contamos con un punto de referencia que nos permitió iniciar el ciclo de progresos-objetivos.</p>



Indicadores GRI

→ Indicadores GRI

Perfil	Páginas
1. Estrategia y análisis	
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	9
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	19, 21-22
2. Perfil de la organización	Páginas
2.1 Nombre de la organización.	3
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	3
2.3 Estructura operativa de la organización.	4
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	91
2.5 Número de países en los que opera la organización.	4
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	3
2.7 Mercados servidos.	5
2.8 Dimensiones de la organización informante.	6-7
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	11
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	87

→ Indicadores GRI (cont.)

3. Parámetros de la memoria	Páginas
Perfil de la memoria	
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	11
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiera).	11
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	11
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o contenido.	91
Alcance y cobertura de la memoria	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	11, 72-73
3.6 Cobertura de la memoria.	11
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	11
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparación entre periodos y/o entre organizaciones.	N/A El informe reporta únicamente datos de BBVA Bancomer.
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	11, 72-73
3.10 Descripción del efecto que pueda tener el volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	11, 72-73
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	11, 72-73
Índice del contenido del gri	
3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	78-86
Verificación	
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	88-90

→ Indicadores GRI (cont.)

4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	Páginas
Gobierno	
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	4, 17
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	17
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	17
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	17
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	17
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	17
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	17
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	13
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	15, 18-20
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	17
Compromisos con iniciativas externas	
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	19
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	19
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	8
Participación de los grupos de interés	
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	21
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	20
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	21-23
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	21-23

→ Enfoques de gestión y dirección / Indicadores centrales

Dimensión económica	Páginas	Páginas
Información sobre el enfoque de gestión		
Desempeño económico		
EC1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.		7
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.		62-63
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.		46-47
EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N/A	BBVA Bancomer no recibe ningún tipo de ayuda financiera del gobierno.
EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	N/A	De acuerdo con cifras de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, BBVA Bancomer otorgó un incremento salarial superior en .6 % a la media del mercado financiero que se ubicó en 3.9% durante 2009
Presencia en el mercado		
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		56-57
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		42
Impacto económico indirecto		
EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.		29, 39, 64
EC9. Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.		64-65, 69
Dimensión ambiental		Alcance de verificación
Información sobre el enfoque de gestión		
Materiales		
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.		60
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.		60
Energía		
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.		59
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.		59
EN5. Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.		61
EN6. Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.		61
EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.		61
Agua		
EN8. Captación total de agua por fuentes.		59
EN9. Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	N/M	BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos cuyo suministro de agua se realiza por la red urbana, sin explotación de fuentes naturales por cuenta propia.

→ Enfoques de gestión y dirección / Indicadores centrales (cont.)

EN10. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	N/D	
Biodiversidad		
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	N/M	BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a la áreas protegidas	N/M	BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
Emisiones, vertidos y residuos		
EN13. Hábitats protegidos o restaurados.	N/M	BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
EC14. Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	N/M	
EN15. Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	N/M	BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.		60
EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.		60
EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.		63-67
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	N/M	En los edificios de BBVA Bancomer no se usan CFS (sustancias que contienen cloro-fluorcarbono) que dañe el medioambiente.
EN20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N/M	BBVA Bancomer pertenece al sector de servicios y las emisiones de SO y NO no son relevantes pues derivan únicamente de los viajes de los empleados.
EN21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	N/M	Debido a que BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos el vertido se hacen por medio de la red urbana.
EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.		61
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	N/M	BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos, por tanto la captación de agua y su vertido se hacen por medio de la red urbana.
EN24. Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	N/A	
EN25. Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	N/A	
Productos y servicios		
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.		58-59
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	N/M	BBVA Bancomer se limita a la comercialización de sus productos sin la responsabilidad directa sobre la gestión de los envases de los mismos ya que éstos son residuos no peligrosos.
Cumplimiento normativo		
EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		19
Transporte		
EN29. Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.		60
Aspecto general		
EN30. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.		58

→ Enfoques de gestión y dirección / Indicadores centrales (cont.)

Dimensión social: prácticas laborales y ética en el trabajo		Páginas
Información sobre el enfoque de dirección		
Empleo		
LA1.	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	42, 49
LA2.	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	43-4
LA3.	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	N/A Todos los colaboradores de BBVA Bancomer gozan de las mismas prestaciones
Relaciones empresa/trabajadores		
LA4.	Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	52-53
LA5.	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	52
Salud y seguridad en el trabajo		
LA6.	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	N/D De acuerdo con la Ley Federal del Trabajo, BBVA Bancomer tiene instalados los Comités Mixtos de Seguridad e Higiene en donde confluyen representantes de los trabajadores y de la empresa.
LA7.	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	55
LA8.	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	53-54
LA9.	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	52-53
Formación y educación		
LA10.	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	46
LA11.	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que los apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	45-46
LA12.	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	45
Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA13.	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	42, 49
LA14.	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	49
Dimensión social: derechos humanos		
Información sobre el enfoque de dirección		
Prácticas de inversión y aprovisionamientos		
HR1.	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	37-38
HR2.	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	56-57

→ Enfoques de gestión y dirección / Indicadores centrales (cont.)

HR3.	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Páginas	18
	No discriminación		
HR4.	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.		19
	Libertad de asociación y convenios colectivos		
HR5.	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.		52-53, 19
	Abolición de la explotación infantil		
HR6.	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	N/M	Sin embargo, al tener firmados acuerdos internacionales, BBVA Bancomer ha tomado medidas para eliminar y rechazar este tipo de actividades, páginas 21-24, 79-80
	Prevención del trabajo forzoso y obligatorio		
HR7.	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	N/M	Sin embargo, al tener firmados acuerdos internacionales, BBVA Bancomer ha tomado medidas para eliminar y rechazar este tipo de actividades, páginas 21-24, 79-80
	Prácticas de seguridad		
HR8.	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.		21-22, 40
	Derechos de los indígenas		
HR9.	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.		18-19
	Dimensión social: sociedad		
	Información sobre el enfoque de gestión		
	Comunidad		
S01.	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.		14-16
	Corrupción		
S02.	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.		38
S03.	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.		18, 38
S04.	Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.		18-19, 38
	Política pública		
S05.	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".		8, 19
S06.	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	N/A	
	Comportamiento de competencia desleal		
S07.	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	N/A	

→ Enfoques de gestión y dirección / Indicadores centrales (cont.)

Cumplimiento normativo		Páginas
S08.	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	19
	Dimensión social: responsabilidad de producto	
	Información sobre el enfoque de gestión	
	Salud y seguridad del cliente	
PR1.	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos	26-27
PR2.	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N/A
	Etiquetado de productos y servicios	
PR3.	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	27
PR4.	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	25-27
PR5.	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	25-27
	Comunicaciones de marketing	
PR6.	Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	27
PR7.	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N/D
	Privacidad del cliente	No hubo incidentes de esta naturaleza en el año reportado
PR8.	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	N/D
	Cumplimiento normativo	
PR9.	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	19
	Impacto de productos y servicios	
	Información sobre el enfoque de gestión	
FS1.	Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	37, 39
FS2.	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	37
FS3.	Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	37-38

→ Enfoques de gestión y dirección / Indicadores centrales (cont.)

FS4.	Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio.	Páginas	16, 18, 37, 62
FS5.	Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medioambiente.		21-23
	Cartera de producto		
FS6.	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector.		5
FS7.	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.		39-41
FS8.	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.		62-63
	Auditoría		
FS9.	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.		37
	Gestión activa de la propiedad		
FS10.	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.		37
FS11.	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.		37
FS12.	Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.		Actualmente, BBVA Bancomer no dispone de políticas formales de voto relativas a asuntos sociales o ambientales más allá de los principios asumidos en la materia.
	Dimensión social: sociedad		
	Información sobre el enfoque de gestión		
	Comunidad		
FS13.	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos		28-30
FS14.	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros		28-30
	Dimensión social: responsabilidad de producto		
	Información sobre el enfoque de gestión		
	Salud y Seguridad del Cliente		
FS15.	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.		18-19, 27
	Comunicaciones de marketing		
FS16.	Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario.		29-30, 34
	REFERENCIAS:		
	IA.- Indicadores adicionales a la tabla básica GRI3.		
	NA.- No aplica a la empresa.		
	ND.- Información no disponible.		
	NM.- Indicador no material a la empresa, por tanto no impacta o no es relevante.		



Premios y distinciones 2009

- ▶ “Distintivo ESR”, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y la Alianza por la responsabilidad social empresarial en México (ALIARSE). (Noveno año consecutivo).
- ▶ “Great Place to Work”, otorgado por el Instituto Great Place to Work.
- ▶ Premio de la Asociación Mexicana de Internet (AMICI) en la categoría de “Usabilidad” por el portal www.bancomer.com
- ▶ Premios y distinciones a la película Los que se quedan, patrocinada por la Fundación BBVA Bancomer:
 - ▶ Premio de Mejor Documental en Los Angeles Independent Film Festival (LAIFF).
 - ▶ Premio Humanitas Prize al Mejor Documental, Los Ángeles, California.
 - ▶ Galardón de Mejor Documental en la edición 29 del Festival Internacional de Cine de Guadalajara.
- ▶ Mejor Película en Documenta Madrid 09.
- ▶ Selección Oficial del Hot Docs 09, Toronto, Canadá.
- ▶ “Mejor banco de México”, otorgado por la revista Latin Finance.
- ▶ Mención en la revista Mundo Ejecutivo en su edición especial dedicada a las 50 empresas con mayor responsabilidad social en el país.
- ▶ Mención en la revista BTL en su concurso de las 10 empresas más responsables.

Certificaciones

- ▶ ISO 9001:2000
- ▶ ISO 14001
(Edificio Montes Urales D. F. y Chapultepec, Guadalajara, Jal.)

Informe de Revisión Independiente

Informe de Revisión Independiente del Informe de Responsabilidad Corporativa 2009 de BBVA Bancomer, S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero BBVA Bancomer (BBVA Bancomer)

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos del Informe de Responsabilidad Corporativa del ejercicio 2009 (IRC):

- ▶ La adaptación de los contenidos del IRC a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3), así como los indicadores de desempeño centrales y del suplemento sectorial del sector financiero propuestos en dicha guía.
- ▶ La información incluida en el IRC 2009 de BBVA Bancomer relativa a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta establecidos en la norma AA1000 Accountability Principles Standard 2008 de AccountAbility (AA1000APS).
- ▶ La información proporcionada sobre los progresos en las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2009.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC). Asimismo, hemos aplicado la AccountAbility 1000 Assurance Standard 2008 (AA1000AS), emitida por AccountAbility, para proporcionar una seguridad moderada sobre la aplicación de los principios establecidos en la norma AA1000APS y los indicadores de desempeño de sostenibilidad (revisión moderada de tipo 2).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de BBVA Bancomer que han participado en la elaboración del IRC y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- ▶ Reuniones con el personal de BBVA Bancomer para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- ▶ Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IRC 2009.
- ▶ Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2009 de los Comités de Responsabilidad y Reputación Corporativas.
- ▶ Revisión de las actuaciones realizadas en relación a la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- ▶ Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IRC en función del entendimiento de BBVA Bancomer de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados y descritos en los capítulos "Criterios del Informe" y "Participación de los Grupos de Interés" del IRC.

Responsabilidades de la Dirección de BBVA Bancomer y de Deloitte

- ▶ La preparación del IRC 2009, así como el contenido del mismo, es responsabilidad del Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas de BBVA Bancomer, el cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- ▶ Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- ▶ Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de BBVA Bancomer de acuerdo con los términos de nuestra Carta Arreglo. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos de la Dirección de BBVA Bancomer.
- ▶ Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados en Responsabilidad Corporativa.
- Contraste de que el contenido del IRC no contradice ninguna información relevante suministrada por BBVA Bancomer en su Informe.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IRC a los recomendados en la Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales de la Guía G3 y del suplemento sectorial de GRI incluidos en el IRC se corresponden con los recomendados por dicho estándar y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión, en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IRC 2009 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de BBVA Bancomer.

Conclusiones

En la tabla de indicadores GRI se detallan los indicadores de desempeño revisados y las limitaciones en el alcance de la revisión. Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto que nos haga creer que el IRC contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo a las directrices de:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).
- La norma AA1000APS 2008 relativa a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta.

Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada sobre los progresos de las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2009 contenga errores significativos.

Observaciones y Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado al Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas de BBVA Bancomer nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora en la gestión de la sostenibilidad y en la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta. A continuación se resumen las recomendaciones más significativas, las cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe.

Inclusividad

En el ejercicio 2009 BBVA Bancomer ha incorporado nuevos canales de diálogo a los ya establecidos tradicionalmente y ha ampliado el ámbito de actuación de Reprtrak a sus empleados. No obstante, el proceso de diálogo y participación de sus grupos de interés no tiene la misma intensidad en todas las áreas en las que BBVA Bancomer está presente. La consolidación de los Comités de Responsabilidad y Reputación Corporativas constituidos en el ejercicio debe impulsar la implantación de este proceso de forma homogénea en todos los negocios.

- El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.
- Nuestro equipo se integró por profesionales con experiencia en el área de auditoría, dirigidos por profesionales con experiencia en trabajos e informes de sustentabilidad social y del medio ambiente.
- **Inclusividad:** Este principio se refiere a la participación de los grupos de interés en el desarrollo de un enfoque responsable y estratégico de la sustentabilidad en BBVA Bancomer.

Materialidad

La aprobación en 2008 y aplicación en 2009 del Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativas ha supuesto un avance muy importante en la identificación y reconocimiento de los aspectos relevantes en Responsabilidad Corporativa para BBVA Bancomer. La importancia de los cambios que se están produciendo en el ámbito económico y social, recomiendan continuar con la revisión sistemática y periódica del alineamiento de los aspectos relevantes identificados en dicho Plan con las demandas de sus grupos de interés. Asimismo, debe profundizarse en la identificación de los aspectos materiales a nivel local.

Capacidad de respuesta

Durante el ejercicio 2009 se ha fortalecido la estructura de gestión de la Responsabilidad Corporativa en BBVA Bancomer y la coordinación interna de las distintas funciones para impulsar la integración de su respuesta en la estrategia y los procesos de negocio. La ya mencionada aprobación del Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativas, y de la Política de Responsabilidad Corporativa, por el Consejo de Administración han venido acompañadas de nuevas políticas, normas y planes en la gestión medioambiental, la gestión de las compras y la gestión del riesgo medioambiental y social en materia de financiaciones y garantías.

En cuanto al proceso de reporting de información de Responsabilidad Corporativa, debe seguir impulsándose el fortalecimiento de los controles internos y ampliar el perímetro de la información de algunos indicadores que actualmente no se disponen para todo BBVA Bancomer, tal y como se detalla en la Tabla de Indicadores GRI.

- **Materialidad:** Este principio se refiere a la identificación de los asuntos materiales ó relevantes para BBVA Bancomer y sus grupos de interés
- **Capacidad de respuesta:** Este principio requiere que BBVA Bancomer responda con acciones concretas a los aspectos materiales identificados e informe de dichas acciones.

Galaz, Yamazaki,
Ruiz Urquiza, S.C.
Deloitte.



C.P.C. Jorge Tapia del Barrio
México, D. F.,
a 31 de enero de 2010.



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-44



Datos de contacto y datos adicionales

Datos de Contacto

Para cualquier tipo de opinión, duda o sugerencia sobre el contenido de este informe, comuníquese con:

Área de Responsabilidad y reputación corporativa
Av. Universidad #1200 Col. Xoco,
México, D. F. 03330
Tel.: +52 55 56 21 50 71
www.bancomer.com
<http://www.bancomer.com>
<http://www.respsocial@bbva.bancomer.com>

Datos adicionales

La elaboración del presente informe contó con la asesoría de Promotora ACCSE, S. A. de C. V.

Este informe cuenta con la garantía de haber sido revisado lingüísticamente por la Fundación del Español Urgente México (www.fundeumexico.org).

También puede consultar este informe en:
<http://www.bancomer.com.mx/nuestrom/index.html>

	OBJETIVOS 2009	VALORACIÓN DEL GRADO DE AVANCES SEGUN Deloitte	PROGRESOS 2009	OBJETIVOS 2010
POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	• Elaborar el Plan Estratégico de RRC México 2010.	75 %	• Elaboración del Plan Estratégico de "Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) México 2009".	• Elaborar el Plan Estratégico de RRC México 2010.
	• Obtención del Distintivo Empresa Socialmente Responsable (Centro Mexicano Filantropía), Extensión a Filiales Administradora de Fondos para el Retiro Bancomer, S.A. de C.V. y Seguros BBVA Bancomer, S.A. de C.V.	100 %	• Obtención del Distintivo Empresa Socialmente Responsable por 10° año consecutivo (Centro Mexicano Filantropía). 2do. Año para Filiales (Seguros y Afore Bancomer).	• Obtención del Distintivo Empresa Socialmente Responsable por 11 años (Centro Mexicano Filantropía). 3ro. Extensión a Filiales Administradora de Fondos para el Retiro Bancomer, S.A. de C.V. y Seguros BBVA Bancomer, S.A. de C.V.
	• Desarrollo de la página de RRC en Intranet.	100 %	• Desarrollo de la página de RRC en Intranet e Internet.	• Actualización de la página de RRC en Intranet e Internet.
	• Generar programas de sinergia con las empresas del Foro (enfoque en educación y temas ambientales).	100 %	• Participación en el Foro de Reputación México.	• Generar programas de sinergia con las empresas del Foro (enfoque en educación y temas ambientales).
	• Seguimiento a Comités Trimestrales de RRC.	100 %	• Seguimiento a Comités Trimestrales de RRC 4 por año.	• Seguimiento a Comités Trimestrales de RRC. 4 por año.
	• Generación y seguimiento a proyectos que apoyan líneas de trabajo de RRC. Avanzar en la difusión de los Objetivos de Desarrollo del Milenio: "2015, un mundo mejor para Joana" y desarrollar iniciativas que contribuyan a su consecución.	100 %	• Generación y seguimiento a proyectos que apoyan líneas de trabajo de RRC. Comunicación de Progresos (CoP) del Pacto Mundial de la ONU.	• Avanzar en la difusión de los Objetivos de Desarrollo del Milenio: "2015, un mundo mejor para Joana" y desarrollar iniciativas que contribuyan a su consecución.
		Nueva línea	• Se impartió el taller "Adelante hacia la apropiación de la RRC" con la participación de la alta Dirección (25 participantes). Se impartió el curso "Adelante con la RRC" para el siguiente nivel de dirección se tuvieron 17 sesiones con un total de 171 participantes.	• Elaboración de la Comunicación de Progresos (CoP) del Pacto Mundial de la ONU.
PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS	• Realización del informe RRC 2009 (Certificación GRI y Deloitte).	100 %	• Elaboración del 3er.Informe de RRC México.(Bajo lineamientos GRI y Anexo sector Financiero y Certificación Deloitte).	• Elaborar Taller RRC en línea para el resto del personal.
	• Continuar midiendo la percepción de empleados (anual) y la de clientes y opinión pública seguirá siendo continua (Reptrack).	100 %	• Continuar midiendo la percepción de empleados (anual) y la de clientes y opinión pública seguirá siendo continua (Reptrack).	• Realización del 4to. informe RRC 2009 (Bajo lineamientos GRI y Anexo sector Financiero y Certificación Deloitte).
	• Plan de comunicación para informar sobre la política de RC del Grupo a los empleados.	100 %	• Seguimiento a las innovaciones a nivel nacional de la "TV-IP en tu casa" para todos los empleados, lanzamiento de encuesta para evaluar el informe de RC 08.	• Continuar midiendo la percepción de empleados (anual) y la de clientes y opinión pública seguirá siendo continua (Reptrack).
ORIENTACIÓN AL CLIENTE		Nueva línea	• Seguimiento al buzón de opinión de RRC (respuestas a dudas y/o sugerencias).	• Continuar con el uso de la "TV – IP en tu casa" para todos los empleados. Comunicados Internos. Encuestas de consulta de grupos de interés.
INCLUSIÓN FINANCIERA	• Mejoras a procesos de cancelación y cobranza de Tarjeta de Crédito (TDC) (Disminución de reclamos).	100 %	• Mejoras a procesos de cancelación y cobranza de Tarjeta de Crédito (TDC) (Disminución de reclamos). Incrementamos nuestro tiempo de respuesta.	• Encuestas de Consulta a grupos de interés.
EDUCACIÓN FINANCIERA		Nueva línea	• La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) otorgó a BBVA Bancomer la autorización para realizar alianzas comerciales, bajo el esquema de Corresponsales Bancarios, con Tiendas Oxxo, Grupo Walmart, Farmacias Benavides, TELECOMM, Tiendas Chedraui y PITICO.	• Rediseño del modelo de cobranzas para eficientar el proceso.
	• Definición del plan de expansión en la entrega de contenidos de educación financiera.	50 %	• Implementación y operación de las diversas iniciativas, presencial y a distancia.	• La institución aumentará en el 2010 en más de 12,000 sus puntos de venta en establecimientos comerciales, donde espera realizar 40 millones de operaciones bancarias anuales, con horarios ampliados y en fines de semana, potenciando su actual infraestructura de 1,800 sucursales, confirmando así su liderazgo como la red de distribución comercial y financiera número uno de México.
	• Producción de los contenidos de crédito Hipotecario y Seguros.	75 %	• Producción de dos contenidos en conjunto con el Museo Interactivo de Economía (MIDE) de: Crédito Hipotecario y el primer módulo de PyMES.	• Fortalecer la vinculación con Universidades e instituciones gubernamentales para la entrega de talleres de finanzas personales a sus comunidades.
		Nueva línea	• Más de 111,000 participantes tomaron alguno de los talleres de Finanzas Personales del Programa Adelante con tu Futuro.	• Producción de contenidos en conjunto con el Museo Interactivo de Economía (MIDE) de: Seguros, PyMES-I, PyMES-II, Latinoamérica.
		Nueva línea	• Habilitación de 8 aulas móviles para llevar nuestros Talleres de Finanzas Personales a las organizaciones que no disponen de infraestructura física ni tecnológica.	• Entrega de talleres a 240,000 participantes a alguno de nuestros talleres.
	• Habilitación y arranque de 8 aulas adicionales de Educación Financiera en la red de sucursales en las principales ciudades del país.	100 %	• Habilitación de 8 equipos móviles que llevan la tecnología, los recursos educativos y los instructores para aprovechar los espacios de capacitación disponibles para la entrega de talleres de finanzas personales.	• Habilitar 6 aulas móviles.
	• Habilitación y arranque de 8 aulas móviles y 8 equipos móviles para la entrega de los talleres de finanzas personales a los empleados de las empresas cliente del Grupo.	75 %	• Habilitación de 8 aulas de Educación Financiera para llegar a un total de 20 incluyendo la del MIDE y cubriendo los 14 estados más importantes del país.	• Lanzamiento del taller de Seguros y PyMES.
	• Lanzamiento de tres talleres de Educación Financiera a través de la TV IP BBVA Bancomer para los empleados del Grupo.	75 %	• Evento de lanzamiento en el mes de julio de la infraestructura completa de Educación Financiera con la participación del Presidente de BBVA Francisco González, el Presidente de BBVA Bancomer Don Ignacio Deschamps y el Secretario de Educación Pública.	
	• Lanzamiento de los talleres de Finanzas personales a través de la red para el público en general.	100 %	• Lanzamiento del taller de Crédito Hipotecario y PyMES.	• Reubicación de aulas en la red por problemas de acceso y estacionamiento en las aulas.
		Nueva línea	• Participación en la semana nacional de Educación Financiera que dirige la CONDUSEF a nivel nacional a través de la participación en presidiums, conferencias, stands y con la entrega de talleres a más de 1,500 participantes.	• En forma conjunta con la CONDUSEF modificar la semana nacional de Educación Financiera con un enfoque más educativo y no de difusión. Apoyo para la Implementación de los Talleres de Finanzas Personales en America del Sur.
		Nueva línea	• Campaña de concientización a través de la difusión de Tips de Salud financiera mediante cápsulas en espacios comerciales y a través del patrocinio del programa "De por Vida con Bancomer" con duración de 10 semanas.	
	• Mantenimiento de la campaña de concientización con TIPS de educación financiera.	100 %	• Campaña de colaboración y concientización a través de periódicos.	• Campañas de concientización en medios para lograr la atracción de participantes.
FINANZAS RESPONSABLES	• Lanzamiento de distintas pruebas piloto para empleado como herramienta complementaria de saneamiento .	50 %	• Diseño y producción de material para el lanzamiento de los talleres de Finanzas Personales para empleados del Grupo Financiero.	• Entrega de los talleres de Finanzas Personales a los empleados del Grupo Financiero.
	• Definición e implementación del nuevo modelo de gestión para mejorar el cumplimiento de los Principios de Ecuador .	100 %	1 Se incorporó en el Manual de Crédito del Banco, dentro de la circular denominada "Norma General sobre Delegación en Materia de Riesgo" un apartado referido a la Política Corporativa BBVA sobre el Sector Defensa. 2 Se elaboró el borrador de la circular sobre la Calificación de Riesgo Ambiental Ecorating.	1 Dar a conocer a las unidades de negocio y de riesgos del Banco la normativa para el cálculo del riesgo ambiental, así como la política corporativa sobre el Sector Defensa.
	• Definición e implementación del nuevo modelo de gestión con el área de Riesgos, construcción del mapa de riesgo medioambiental de la cartera Ecorating.	100 %	1 Se desarrollaron los modelos de análisis de riesgo ambiental que aplicarán para proyectos de inversión y para clientes y prospectos en general, denominados: a) Hoja de Valoración de Riesgo Ambiental – Proyectos de Inversión. b) Hoja de valoración de Riesgo Ambiental – Ecorating.	1 Promover el curso de análisis de riesgos ambientales y sociales a funcionarios de las diferentes áreas de Negocio y de Riesgos del Banco.
OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES	• Fondo Solidario de apoyo a la Educación "B+ Educa"	100 %	• Fondo Solidario de apoyo a la Educación "B+ Educa". Promover la oferta de productos verdes. Estado de cuenta Cheques y ahorro en formato.	• Promover la oferta de productos socialmente responsables.
GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	• Aplicar encuesta de clima del Grupo y de GPTW.	100 %	• Aplicar encuesta de clima y mejorar el clima organizacional del Grupo.	• Aplicación de la Encuesta con un nuevo esquema que refuerce la transparencia y totalmente electrónico.
	• Seguridad Personal y Familiar. Programas prácticos para fomentar la seguridad individual y familiar.	100 %	• Se impartieron diferentes programas de Salud Preventivos dirigidos a preservar la salud dentro de los inmuebles y la red de sucursales y apoyos para el manejo saludable dentro de la familia.	

	OBJETIVOS 2009	VALORACIÓN DEL GRADO DE AVANCES SEGÚN Deloitte.	PROGRESOS 2009	OBJETIVOS 2010
GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none">Proyecto desafío personal. Programas para fomentar el estudio bajo el sistema abierto (de aquel que quiso estudiar pero no se pudo llevar a cabo).	100 %	<ul style="list-style-type: none">Se incentivaron fuertemente las actividades socioculturales y deportivas trayendo como resultado los primeros lugares en las competencias interbancarias.	<ul style="list-style-type: none">Incrementar la participación en medallas dentro de los juegos interbancarios e impulsar fuertemente las actividades socioculturales.
		25 %	<ul style="list-style-type: none">Se dio un fuerte impulso a la herramienta de e-learning como herramienta global de formación para fomentar el estudio bajo el sistema a distancia.	
				<ul style="list-style-type: none">Otorgar un mejor servicio a los empleados a través del SAE / Sistema de Atención al Empleado incentivando el autoservicio y el apoyo directo a través de una línea telefónica de asesoría.
				<ul style="list-style-type: none">Definir un plan de formación global en materia de RC.
		Nueva línea	<ul style="list-style-type: none">Desarrollo del Programa de Responsabilidad Medioambiental dirigido a los colaboradores del Grupo Financiero BBVA Bancomer.	<ul style="list-style-type: none">Empezar a crear una auténtica cultura de responsabilidad medioambiental en los colaboradores y de esta manera también dar continuidad a los compromisos de BBVA Bancomer en el medio ambiente.
COMPRAS RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none">Inclusión de criterios de RC en todos los cuestionarios de homologación del Grupo.	100 %	<ul style="list-style-type: none">Inclusión de criterios de RC en todos los cuestionarios de homologación del Grupo.	<ul style="list-style-type: none">Maduración de las variables revisadas en los cuestionarios de homologación, a fin de que en ejercicios sucesivos representen una parte de la calificación otorgada a los proveedores.
	<ul style="list-style-type: none">Difundir el Pacto Mundial a todos los proveedores del Grupo.	50 %	<ul style="list-style-type: none">Difundir el Pacto Mundial a una muestra representativa de Proveedores del Grupo.	
	<ul style="list-style-type: none">Proyecto Pronto Pago como parte de la iniciativa de "Formalidad y cultura de pago".	100 %	<ul style="list-style-type: none">Proyecto Pronto Pago como parte de la iniciativa de "Formalidad y cultura de pago".	
GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO	<ul style="list-style-type: none">Ampliar las certificaciones ISO 14001 en edificios (a nivel nacional).	25 %	<ul style="list-style-type: none">Certificación de los edificios Corporativos Montes Urales en la Ciudad de México y Vallarta en la Ciudad de Guadalajara.	<ul style="list-style-type: none">Ampliar las certificaciones ISO 14001 en una sede Corporativa en la Ciudad de México y 2 sedes Regionales.
		75 %	<ul style="list-style-type: none">Reducción del 5% en consumo de agua, a través de la sustitución de equipos sanitarios obsoletos en 200 oficinas de la red.	<ul style="list-style-type: none">Reducción del 3% a través de la sustitución de equipos sanitarios obsoletos en otras 200 oficinas de la red.
	<ul style="list-style-type: none">Responsabilidad medioambiental (empleados). Iniciativas para mejorar el uso de los recursos naturales (papel y energía).	100 %	<ul style="list-style-type: none">Reducción del 3% en el consumo de electricidad, a través de diversas acciones como la instalación de equipos especiales para eliminar consumos excesivos en edificios Corporativos, sustitución de rótulos de alto consumo en edificios, programa horario máximo de cierre en sucursales y aire acondicionado en sedes corporativas.	<ul style="list-style-type: none">Lograr Ahorros del 2% de energía eléctrica en los Inmuebles del Banco, a través de Actualización y Renovación Tecnológica en las Instalaciones Eléctricas de Alumbrado y Fuerza; así como una innovación en el Diseño y Construcción de Anuncios Luminosos de Marquesina, Cajeros Automáticos y Paletas.
		100 %	<ul style="list-style-type: none">El 100% del papel consumido es ecológico y además reducción del 7% del consumo a través de acciones de contención del consumo del papel en la red, a través de la predicción de kits tope de consumo por tipo de sucursal.	<ul style="list-style-type: none">Reducción del 3% del consumo a través de la implementación de procesos paperless en procesos, revisión de número de copias que se imprimen en sucursales e introducción de Normativa del uso del papel y archivo.
		75 %	<ul style="list-style-type: none">Reducción del 48% de viajes en avión, beneficiando la reducción de emisiones.	<ul style="list-style-type: none">Reducción del 5% de emisiones, a través de acciones como contención de los viajes para la entrega y recolección de valija en sucursal, así como de la integración de rutas logísticas en general.
	<ul style="list-style-type: none">Establecer compromisos de compensación de Emisiones CO2 con base a construcción de nuevas sedes.	75 %	<ul style="list-style-type: none">Diseño y Planeación de Oficinas Verdes.	<ul style="list-style-type: none">Introducción de las primeras Oficinas Verdes: conservando la temperatura envolvente, a través del aislamiento en muros, techos y cancelas, disminuir el consumo de agua, con equipos de bajo consumo, disminución del consumo de energía eléctrica con sistemas alternativos de refrigeración, y utilización en general de materiales de construcción autosustentables. Piloto en oficinas Acoxa en Ciudad de México y Américas en Guadalajara.
		50 %	<ul style="list-style-type: none">Eliminación de dotación de agua embotellada PET a Directivos del Banco lo cual contribuirá a reducir impactos ambientales considerablemente.	<ul style="list-style-type: none">Seguimiento a Compromisos Plan de Ecoeficiencia.
		100 %	<ul style="list-style-type: none">Identificación de Insumos Autosustentables.	
		50 %	<ul style="list-style-type: none">Programa de Responsabilidad y Reputación Corporativa con Proveedores:<ul style="list-style-type: none">Lanzamiento del plan e implementación del Programa de pronto pago con proveedores recurrentes de alto volumen.Implementación de la nueva plataforma de Pago a proveedores GPS, con flujos de proceso totalmente digitales y aceleración de los tiempos de pago.Reforzamiento de prácticas empresariales abiertas y transparentes a través de la regularización de UDAS.	<ul style="list-style-type: none">Introducción de consumibles autosustentables en: Cajas de Cartón, cuadernos, fertilizantes, refrigerantes, café orgánico en sedes corporativas, electrónicos (equipo de computo reciclable), productos de Limpieza Industriales y artículos de papelería en general.
	<ul style="list-style-type: none">Seguimiento a Compromisos Plan de Ecoeficiencia.			<ul style="list-style-type: none">Implementación de Flujos Operativos Digitales para los correspondientes a la adquisición de bienes y servicios del Grupo.Implementación del Portal de Proveedores.Continuar con el reforzamiento de prácticas empresariales abiertas y transparentes, con la regularización de UDAS.Desarrollar plan de Garantías de Pronto Pago a Proveedores.
				<ul style="list-style-type: none">Continuar con el otorgamiento de 1,000 becas para Secundaria a ganadores de la Olimpiada; así como otorgar las nuevas 50 becas para Nivel Medio Superior a los becarios mejor evaluados de Secundaria.
				<ul style="list-style-type: none">Seguimiento al Programa Becas de Integración "Por los que se quedan". Este año se gradúan 5,000.
				<ul style="list-style-type: none">Continuar con el seguimiento de las 1,000 becas otorgada, de las cuales habrá ya graduados, que tal vez merezcan el otorgamiento de una beca para licenciatura en la Universidad Tec Milenio, de acuerdo al convenio.
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none">Olimpiada del conocimiento infantil. Consolidar el programa a 1000 niños.	100 %	<ul style="list-style-type: none">Olimpiada del conocimiento infantil. Consolidar el programa a 1000 niños.	<ul style="list-style-type: none">Incrementar el número de 15,000 becarios anuales logrados con los programas de Pronatura, CICEANA y PEASMA, buscando alianzas con otras instituciones interesadas en el tema.
	<ul style="list-style-type: none">Programa Becas de Integración "Por los que se quedan". Crecimiento del programa a 15 mil becas.	100 %	<ul style="list-style-type: none">Programa Becas de Integración "Por los que se quedan". Crecimiento del programa a 15,000 becas.	<ul style="list-style-type: none">Promover otros eventos de concientización y acciones prácticas a favor del cuidado del medio ambiente, para los empleados de Bancomer y sus familiares, en colaboración con el área de Recursos Humanos y con instituciones especializadas del ramo.
		Nueva línea	<ul style="list-style-type: none">Programa becas de educación Media superior / Superior. Seguimiento y continuidad a los 1,000 becarios.	<ul style="list-style-type: none">Incrementar el número de árboles sembrados, ya sea por parte de los empleados de BBVA Bancomer y sus familiares, como a través de otras instituciones con las que se buscará alianza.
	<ul style="list-style-type: none">Consolidar el programa a 15,000 niños. (incluyendo nuevo Programa de Educación Ambiental de San Miguel de Allende (PEASMA), Pronatura y CICEANA).	100 %	<ul style="list-style-type: none">Consolidar el programa a 15,000 niños (incluyendo nuevo Programa de Educación Ambiental de San Miguel de Allende (PEASMA), Pronatura y CICEANA).	<ul style="list-style-type: none">Mantener y difundir el programa, haciendo notar los apoyos del año anterior y documentar los procedimientos de las diferentes acciones que se llevan a cabo. Optimizar el sistema automatizado de recibos de donativos.
		Nueva línea	<ul style="list-style-type: none">Realización de 2 conferencias sobre el el medio ambiente y el agua, así como un exposición sobre el cambio climático y una visita a instalaciones de CICEANA y viveros para el personal, familiares y amigos de BBVA Bancomer.	<ul style="list-style-type: none">3er. Concurso "Hazlo en Corto-metraje" por tercer año consecutivo se busca promover la creación y producción de cortometrajes entre la comunidad universitaria y los recién egresados.
	<ul style="list-style-type: none">Campaña de reforestación con un compromiso de sembrar 3,000 árboles anuales.	100 %	<ul style="list-style-type: none">Campaña de reforestación con un compromiso de sembrar 3,000 árboles anuales.	<ul style="list-style-type: none">Continuar como un programa de apoyo a fin de que la cultura y las artes lleguen a más mexicanos, continuar apoyando proyectos de calidad y vanguardia en nuestro país.
	<ul style="list-style-type: none">Programa de apoyo a desastres naturales. Continuar con el programa.	100 %	<ul style="list-style-type: none">Programa de apoyo a desastres naturales. Continuar con el programa.	<ul style="list-style-type: none">Continuar en una segunda etapa llevando funciones a las comunidades que conforman el programa de becas de integración.
	<ul style="list-style-type: none">Fomento Cultural: Se realizará nuevamente el concurso "Hazlo en Corto-metraje".	100 %	<ul style="list-style-type: none">2do. Concurso universitario "Hazlo en Corto-metraje" con el tema Y tú ¿qué haces para reciclar? Además de contar con un premio al mejor proyectos de reciclaje.	<ul style="list-style-type: none">Ser un espacio para que los jóvenes artistas puedan prepararse de manera formal y así contribuir a la creación artística nacional.
		Nueva línea	<ul style="list-style-type: none">Fondo de Apoyo a las Artes, aumentamos el número de proyectos apoyados sin disminuir la calidad de los mismos al momento de realizar la selección.	<ul style="list-style-type: none">Continuar apoyando la formación de talentos jóvenes en el campo de la cinematografía.
		Nueva línea	<ul style="list-style-type: none">Cine en el Campo, proyecto que lleva el cine de calidad a comunidades rurales.	<ul style="list-style-type: none">Esta exposición recorrerá algunos países de Latinoamérica.
		Nueva línea	<ul style="list-style-type: none">Arte Actual Bancomer-MACG, programa de formación artística para artistas emergentes mexicanos.	
		Nueva línea	<ul style="list-style-type: none">Tribeca, Programa de becas para la creación cinematográfica en una de las instituciones más reconocidas a nivel mundial.	
VOLUNTARIADO CORPORATIVO		Nueva línea	<ul style="list-style-type: none">Exposición Confluencias, exposición que busca una reflexión por medio de 60 obras de la Colección BBVA las cuales se crearon en los últimos doscientos años tanto en España como en Latinoamérica.	
	<ul style="list-style-type: none">Puesta en marcha de la Estrategia definida para los centros del voluntariado.	100 %	<ul style="list-style-type: none">Puesta en marcha de la Estrategia definida para los centros del voluntariado y generar una alianza de colaboración entre el ITESM y el Voluntariado Bancomer para establecer conjuntamente Centros Educativos y Productivos. En el 2009 se inició actividad.	<ul style="list-style-type: none">Este programa se implementará en 18 localidades del 2010 y 2011.
	<ul style="list-style-type: none">Continuar fomentando el aprendizaje de oficios y seguimiento a los programas de Educación (Primaria, Secundaria y Preparatoria).	100 %	<ul style="list-style-type: none">Continuar fomentando el aprendizaje de oficios y seguimiento a los programas de Educación (Primaria, Secundaria y Preparatoria).	<ul style="list-style-type: none">Continuar fomentando el aprendizaje de oficios y seguimiento a los programas de Educación (Primaria, Secundaria y Preparatoria).
	<ul style="list-style-type: none">Lanzamiento del programa de voluntarios.	100 %	<ul style="list-style-type: none">Lanzamiento del programa de voluntarios.	<ul style="list-style-type: none">Puesta en marcha de la Estrategia definida para los centros del voluntariado.