

BBVA Bancomer

Creando oportunidades

20
16

Índice

Acerca de este Informe

| | | |
|------------------------------------|--|----|
| Perfil del Grupo | Perfil del Grupo | 05 |
| | Filosofía Corporativa | 05 |
| | Misión y Visión | 05 |
| | Gobierno corporativo | 06 |
| | Sistema de gobierno corporativo | 06 |
| | Estructura corporativa | 07 |
| | Comité Directivo | 07 |
| | Consejo de Administración | 08 |
| | Código de Conducta | 09 |
| | Modelo de negocio | 11 |
| | Materialidad y diálogo con grupos de interés | 11 |
| | Herramientas de escucha y diálogo con grupos de interés | 12 |
| | Análisis de materialidad | 13 |
| | Matriz de materialidad y asuntos relevantes 2016 | 14 |
| | Modelo de negocio responsable | 15 |
| | Riesgos sociales, ambientales y reputacionales | 17 |
| | Ecorating | 17 |
| | Principios de Ecuador | 18 |
| | Prevención del lavado de dinero (PLD) y del financiamiento de actividades terroristas | 19 |
| | Liderazgo | 20 |
| | Presencia | 21 |
| | Relevancia de BBVA Bancomer en la economía mexicana | 22 |
| Informes | Presidente del Consejo de Administración | 23 |
| | Vicepresidente del Consejo de Administración y Director General | 25 |
| Unidades de Negocio | Red Comercial | 29 |
| | Desarrollo de Negocios | 30 |
| | Banca Mayorista | 30 |
| | Global Markets | 30 |
| | Unidades de Apoyo | 31 |
| | Auditoría Interna | 31 |
| | Servicio Jurídico | 31 |
| | Finanzas | 31 |
| | Riesgos | 31 |
| | Engineering | 31 |
| | Talento y Cultura | 31 |
| | Campañas publicitarias y comunicación de la RRC | 32 |
| Impacto económico | Impacto económico | 33 |
| | Análisis y discusión de la evolución del negocio | 33 |
| | Evolución de la Actividad Comercial | 33 |
| Impacto social y medioambiental | Impacto social y medioambiental | 37 |
| | Clientes | 37 |
| | Equipo | 42 |
| | Sociedad | 50 |
| | Proveedores | 57 |
| | Medio ambiente | 59 |
| Reconocimientos | Premios y reconocimientos | 65 |
| Anexos | Índice de contenidos GRI (Global Reporting Initiative) | 68 |
| | Informe de Revisión Independiente | 73 |
| | Pacto Mundial y Objetivos del Desarrollo Sostenible | 76 |
| | Progresos 2016 y Objetivos 2017 | 77 |
| | Glosario | 91 |

Acerca de este Informe

El Informe Anual BBVA Bancomer 2016 presenta los resultados de las actividades que ha llevado a cabo Grupo Financiero BBVA Bancomer S.A. de C.V. en los ámbitos económico, social y medioambiental del 1 de enero al 31 de diciembre de 2016.

Cobertura

El Informe abarca a las siguientes empresas que conforman al Grupo Financiero BBVA Bancomer:

Contenido

Para la recopilación y cuantificación de la información, BBVA Bancomer utiliza un software a nivel Grupo BBVA, el cual permite empatar los datos obtenidos a nivel local con los globales.

En el caso del Plan Global de Ecoeficiencia, este año inicia un nuevo periodo, por lo que se toma 2016 como año base para futuras mediciones.

Las áreas encargadas de la elaboración del Informe Anual son la Dirección de Relación con Inversionistas y la Dirección de Responsabilidad y Reputación Corporativas.

Estándares

Para la realización del Informe se han seguido los estándares internacionales más reconocidos: Global Reporting Initiative (GRI), AA1000 y Pacto Mundial.

El Informe Anual 2016 ha sido elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción exhaustiva, incluyendo los indicadores del suplemento para el sector financiero.

Cumplimos con los 10 Principios de elaboración de informes del GRI:

| |
|--|
| BBVA Bancomer, S.A. |
| Casa de Bolsa BBVA Bancomer, S.A.de C.V. |
| BBVA Bancomer Servicios Administrativos, S.A.de C.V. |
| BBVA Bancomer Operadora, S.A.de C.V. |
| Hipotecaria Nacional, S.A.de C.V. |
| BBVA Bancomer Gestión, S.A.de C.V. |
| Seguros BBVA Bancomer, S.A.de C.V. |
| BBVA Bancomer Seguros Salud, S.A. de C.V. |
| Pensiones BBVA Bancomer, S.A.de C.V. |

| Principios de contenido | Principios de calidad |
|--|-----------------------|
| Participación de los grupos de interés | Precisión |
| Contexto de sostenibilidad | Equilibrio |
| Materialidad | Claridad |
| Exhaustividad | Comparabilidad |
| | Fiabilidad |
| | Puntualidad |

Utilizamos el conjunto de normas AA1000 de AccountAbility para garantizar que el informe cumpla con los principios de inclusividad, materialidad y capacidad de respuesta para mejorar en la rendición de cuentas hacia nuestros grupos de interés.

Por último, trabajamos junto con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas para presentar este informe como una Comunicación sobre el Progreso (COP por sus siglas en inglés) en un nivel avanzado. Asimismo, nos alineamos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), reportando nuestra contribución a los mismos.

Revisión Independiente

El Informe Anual de BBVA Bancomer 2016 fue revisado independiente por una tercera parte, Deloitte (Para conocer más sobre el alcance de la revisión vaya al Informe de Revisión Independiente). Cuenta con el servicio de GRI Content Index cuyo propósito es asegurar que el Índice de contenidos GRI esté en línea con los Estándares GRI.

Perfil del Grupo



Creación de valor a largo plazo

Filosofía Corporativa

Nuestro nuevo Propósito -Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era- implica utilizar todas las herramientas que nos ofrecen la tecnología y los datos para facilitar la vida de las personas y las empresas. Es la manera de mostrar el cambio profundo que está realizando BBVA Bancomer en su manera de hacer las cosas.

Nuestra Misión

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

Nuestra Visión

Trabajamos por un futuro mejor para las personas.

Esta visión será siempre relevante y es una guía permanente en todo lo que hacemos. Por ello, regimos nuestro actuar diario en los siguientes principios corporativos:

- El cliente como el centro del negocio.
- El trabajo en equipo como clave para generar valor.
- Estilo de dirección que genera entusiasmo.
- Conducta ética, integridad personal y profesional como forma de entender y de dirigir los negocios.
- Innovación como motor de progreso.
- Responsabilidad social corporativa como parte intrínseca del "desarrollo".

Gobierno corporativo

Sistema de gobierno corporativo

El Sistema de gobierno corporativo es el elemento eje de la integridad corporativa y una de las claves del funcionamiento ético y eficiente de BBVA Bancomer.

El Consejo de Administración está integrado por 9 Consejeros propietarios y 8 Consejeros suplentes, de los cuales 6 son Consejeros independientes. Son designados por los accionistas y su nombramiento se realiza en una Asamblea de Accionistas especial para este fin.

En el artículo Cuadragésimo Noveno de los estatutos sociales de BBVA Bancomer se presentan en detalle las distintas situaciones en las que podrían darse la existencia de conflictos de interés entre el Consejero, sus familiares y las entidades con las que está relacionado, así como entre las entidades financieras integrantes del Grupo. Ahí se establecen los procedimientos a seguir en estos supuestos para evitar que se produzca una conducta contraria a los intereses de la institución.

Dentro de las funciones del Consejo de Administración están establecer la visión estratégica del Grupo y mantener informada a la Sociedad y al mercado en general, de la situación financiera y tengan acceso a la información pública que el Grupo genera.

El Consejo cuenta con dos comités auxiliares: Comité de Auditoría y Prácticas Societarias y Comité Ejecutivo.

Los Consejeros y Comisarios de la Sociedad reciben por su asistencia a cada sesión del Consejo de Administración la cantidad resultante de multiplicar el precio de dos monedas de cincuenta pesos oro, de las denominadas "Centenario" por 1.42857, como remuneración por el desempeño de sus funciones.

La Asamblea General Ordinaria de Accionistas es la encargada de evaluar el desempeño del Consejo a través de la aprobación del Informe Anual del Consejo, los Estados financieros dictaminados así como su ratificación como miembros del Consejo.

Los accionistas comunican las preocupaciones importantes al Consejo a través de las Asambleas de Accionistas, el máximo órgano social de la compañía, el cual cuenta con plenas facultades para dirigir y decidir los temas de mayor trascendencia de la Sociedad. En las actas de las asambleas realizadas durante el año se describe el número y naturaleza de preocupaciones importantes que se transmitieron al Consejo y se encuentran disponibles en el apartado de información a inversionistas/información regulatoria en la página web www.bancomer.com.

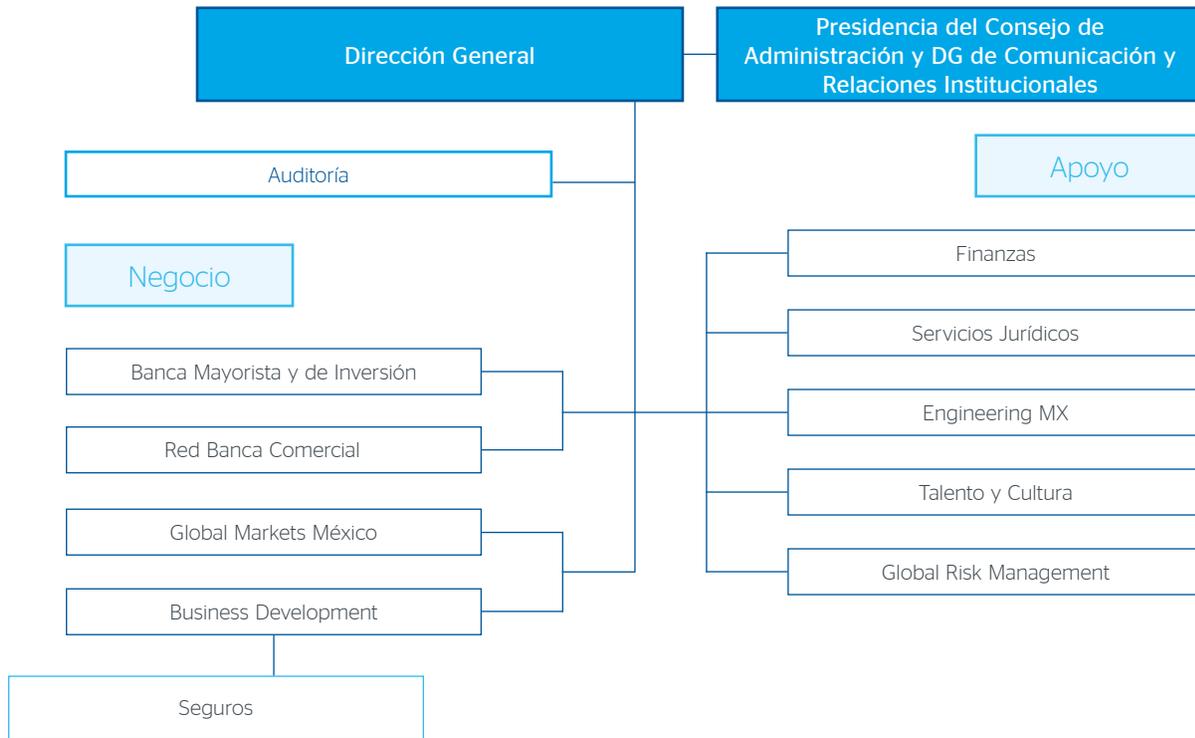
Gobierno de Negocio Responsable

El comité encargado de la toma de decisiones sobre cuestiones ambientales y sociales es el Comité de Negocio Responsable, cuya principal función es impulsar y dar seguimiento al Plan de negocio responsable de la empresa. Se encuentra presidido por el Presidente del Consejo de Administración y por el Director General de BBVA Bancomer e integrado por 11 Directores

Generales Adjuntos, 6 Directores de Área, y con la Directora de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) como coordinadora, quien a su vez sirve de enlace con la Dirección de RRC del Grupo BBVA.

El Comité de Negocio Responsable se reunió dos veces en 2016.

Estructura corporativa



Comité Directivo

| Cargo Director General | |
|--------------------------------|--|
| Eduardo Osuna Osuna | Vicepresidente y Director General |
| Luis Robles Miaja | Presidente del Consejo de Administración |
| Óscar Coppel Tirado | Red Banca Comercial |
| Luis Ignacio de la Luz Dávalos | Finanzas |
| Fernando Díaz Castañares | Servicios Jurídicos |
| Fernando Eguiluz Lozano | Talento & Cultura |
| Francisco Xavier Leyva Rubio | Engineering MX |
| Luis Morales Espinosa | Seguros |
| Blanca Cecilia Muñoz Martínez | Global Risk Management |
| Hugo Daniel Nájera Alva | Business Development |
| Natalia Ortega Gómez | Auditoría |
| Adrián Otero Rosiles | Banca Mayorista y de Inversión |
| Álvaro Vaqueiro Ussel | Global Markets México |

Perfil del Grupo

102-22, 103-1, 103-2

Consejo de Administración

1. Andrés Alejandro Aymes Blanchet *
2. Alberto Bailleres González
3. Fernando Gerardo Chico Pardo *
4. Arturo Manuel Fernández Pérez
5. José Francisco Gil Díaz
6. Francisco González Rodríguez
7. Ricardo Guajardo Touché *
8. Fernando Gutiérrez Junquera
9. Enrique Medina Fernández *
10. Eduardo Osuna
(Vicepresidente y Director General)
11. Alejandro Ramírez Magaña *
12. Luis Robles Miaja *(Presidente)*
13. Vicente María Rodero Rodero
14. Jorge Sáenz-Azcunaga Carranza
15. Carlos Salazar Lomelín
16. Jaime Serra Puche *
17. Carlos Torres Vila

* Consejeros Independientes

Secretario

José Fernando Pío Díaz Castañares

Prosecretario

Alfredo Aguirre Cárdenas

Comisario Propietario

José Manuel Canal Hernando

Comisario Suplente

Jorge Evaristo Peña Tapia

Cumplimiento Normativo

El sistema de cumplimiento del Grupo constituye una de las bases en la que BBVA Bancomer afianza el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético.

La función de cumplimiento, en línea con los principios establecidos por el *Bank for International Settlements* (BIS) y la normativa europea Directiva sobre Mercados de Instrumentos Financieros (MiFID por sus siglas en inglés), continúa articulando su actividad en torno a la promoción de políticas y procedimientos, la difusión y formación en materia de cumplimiento y la identificación, evaluación y mitigación de eventuales riesgos de cumplimiento, entendidos como los que afectan a las siguientes cuestiones:

- Conducta en los mercados
- Tratamiento de los conflictos de intereses
- Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo
- Protección de datos personales
- Prevención de la corrupción



Código de Conducta

El nuevo Código de Conducta de BBVA Bancomer, aprobado por el Consejo de Administración en 2015, plasma para los integrantes del Grupo, pero también para proveedores y terceros, cómo entiende la integridad BBVA Bancomer, configurándose como una herramienta fundamental para implantar una cultura de respeto a la legalidad.

En sus cinco capítulos se determinan las pautas de comportamiento para conducirnos con los clientes, los integrantes del Grupo, la empresa y la sociedad. Con un lenguaje claro y directo, su contenido está adaptado a las exigencias actuales, incluyendo nuevos conceptos sobre la inclusión financiera, presencia en redes sociales, normas sobre sanciones, embargos, y reglas antiboicot, entre otros.

En concordancia con los Principios del Pacto Mundial, el Código contiene una cláusula anti-corrupción que establece que BBVA no tolera forma alguna de corrupción o soborno en ninguna de las actividades que desarrolla. Asimismo, cuenta con un Compromiso con el respeto de los derechos humanos que promueve el respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos fundamentales.

Nuestro sistema de reporte de incidencias, denominado "Canal de Denuncia", forma parte esencial del sistema del cumplimiento. Estos canales son un medio eficaz para comunicar los incumplimientos al Código de Conducta que tanto los colaboradores, clientes, proveedores y compañeros identifican en el desarrollo de sus actividades.

HPD
(sistema interno):
"Canal de Denuncia"
Correo electrónico:
canaldenuncia.mexico.
mx@bbva.com
Teléfono:
55 5621-4188 o al 01-
800-001-0011
Correo electrónico global:
canaldenuncia@bbva.com
Teléfono global:
(34) 9153 77222

Cumplimientos legales

Al 31 de diciembre de 2016, BBVA Bancomer no tenía registradas multas ni sanciones por el incumplimiento de leyes o normativas relacionadas con aspectos medioambientales ni con el desempeño en la sociedad que pudieran ser significativas con relación al patrimonio, la situación financiera y los resultados consolidados. Tampoco se habían detectado demandas relacionadas con actitudes de discriminación o violación de los derechos humanos, o reclamaciones judiciales de importancia sobre las condiciones laborales.

Compromisos internacionales suscritos

En BBVA Bancomer seguimos apoyando las siguientes iniciativas:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI). *
- Principios de Ecuador. *
- Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas.

*Estas iniciativas se apoyan a nivel Grupo BBVA

Formamos parte de las siguientes 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)



Avances 2016

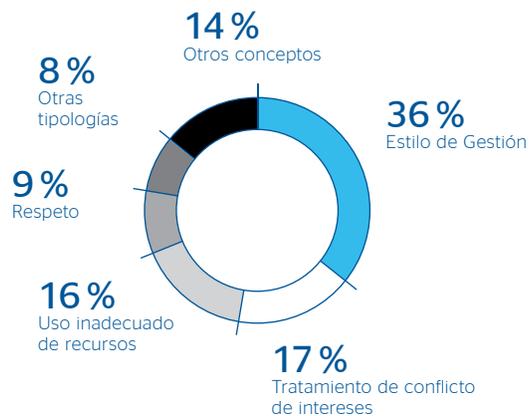
Se desarrollaron tres cursos orientados al conocimiento y adhesión al nuevo Código de Conducta: el curso corporativo sobre el nuevo Código de Conducta, que incluyó una adhesión formal de los colaboradores hacia el Código; el taller de Integridad en los negocios, dirigido principalmente este año a los integrantes de Vitamédica; y con objeto de fomentar una conducta de integridad en la empresa, un nuevo curso donde formaremos a los integrantes del Grupo en la gestión y prevención de conflictos de intereses, estilos de liderazgo, prevención del fraude y otros temas relacionados con las conductas de mayor incidencia o incumplimientos al Código de Conducta, programado para 2017.

En 2016, 22,435 colaboradores realizaron el curso en línea, dándonos un avance del 59% sobre el total de colaboradores del Grupo. La fecha para concluir con el 100% de colaboradores es para el final del primer trimestre 2017

Mensualmente por distintos medios se llevaron a cabo esfuerzos de comunicación reforzando principalmente aquellas conductas identificadas de mayor incidencia y que determinamos debemos emprender acciones para su prevención y corrección.

La variación de denuncias contra el 2015 es del 13% menor con lo recibido en 2016 gracias a que contamos con áreas y procesos de control más sólidos y que el efecto de los contenidos de formación en integridad y Código de Conducta han conseguido que el número de denuncias sobre incumplimientos disminuyan. El posicionamiento de los Comités de Disciplina y del Nuevo Régimen Disciplinario de BBVA han contribuido también a esta disminución de las denuncias.

El comportamiento de las principales tipologías denunciadas durante 2016 son las siguientes:



Modelo de negocio

Modelo de negocio comercial

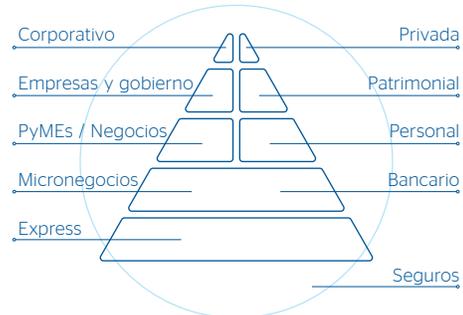
Grupo Financiero BBVA Bancomer (GFBB) es un grupo de talla mundial que ofrece una amplia gama de servicios que van desde créditos simples hasta productos estructurados a nivel internacional.

La principal subsidiaria de GFBB es el banco, BBVA Bancomer, un banco universal que atiende de manera diferenciada a sus clientes con productos y servicios especializados. El banco es consciente de que gran parte del éxito como institución depende de la satisfacción de los clientes. Por esta razón, se transforma constantemente para lograr ofrecer los mejores servicios de banca en México y mantener una relación de largo plazo con los clientes.

El modelo de negocio se basa en atender de manera diferenciada y personalizada a cada uno de los segmentos de clientes, a través de redes de ejecutivos especializados que permiten brindar un servicio de calidad. El modelo también está basado en una red de distribución eficiente y de gran capilaridad, clave para dar acceso fácil y seguro a los servicios financieros. Y por último, es un modelo de negocio que apuesta por la tecnología de manera decidida y que le permite acometer importantes inversiones en proyectos de transformación e innovación.

Este modelo ha permitido demostrar la recurrencia en los resultados y la fortaleza de BBVA Bancomer a través de un desempeño diferencial caracterizado por una clara filosofía de control de riesgo y con el objetivo de mantener una rentabilidad de largo plazo.

Con ello, BBVA Bancomer consolida su posición de liderazgo en México para hacer frente al crecimiento futuro.



Materialidad y diálogo con grupos de interés

En BBVA Bancomer identificamos a nuestros grupos de interés con base en el nivel de influencia que tienen en las actividades de BBVA Bancomer en el contexto económico, social y medioambiental, seleccionando a seis grupos de interés principales: accionistas, clientes, empleados, proveedores, reguladores y sociedad, con los cuales establecimos compromisos.

Hemos establecido mecanismos de diálogo que nos permiten conocer sus expectativas de manera que fortalezcamos nuestra relación con ellos.

Herramientas de escucha y diálogo con grupos de interés

| Grupo de Interés | Compromiso De BBVA Bancomer | Canales de Diálogo | Frecuencia | Área Responsable |
|------------------|--|--|------------|---|
| Accionistas | Crear más valor de forma sostenible en el tiempo | Asamblea de accionistas | Anual | Relación con inversionistas |
| | | Informe Anual | Anual | |
| | | Información financiera trimestral | Trimestral | |
| | | Página web de contacto | Diaria | |
| Clientes | Buscar las mejores soluciones que hagan de BBVA Bancomer su mejor opción | Sucursales | Diaria | Banca comercial Banca digital Transformación RRC Desarrollo comercial Medios de pago |
| | | Línea Bancomer | Diaria | |
| | | Página web www. bancomer.com | Diaria | |
| | | Medios de prensa (periódicos, revistas, encartes, correos directos, televisión y radio, entre otros) | Diaria | |
| | | Encuesta de satisfacción | Anual | |
| | | Redes sociales | Diaria | |
| | | Estudios de opinión | Periódica | |
| | | Grupos de enfoque | Anual | |
| | | Entrevistas a profundidad | Anual | |
| Empleados | Un estilo de gestión que genere entusiasmo y facilite la formación, la motivación y el desarrollo personal y profesional | Portal Para ti de RRHH | Diaria | Talento y Cultura RRC |
| | | Bancomer TV | Diaria | |
| | | Boletín semanal Breves | Semanal | |
| | | Revista Conecta-T | Mensual | |
| | | Correo electrónico | Diaria | |
| | | Encuesta de clima Great Place to Work | Anual | |
| | | Reprack interno | Anual | |
| | | Grupos de enfoque | Anual | |
| Proveedores | Actuar con integridad y cumplir rigurosamente la legalidad | Portal electrónico Adquira | Diaria | Transformación RRC |
| | | Buzón de quejas y sugerencias | Diaria | |
| | | Correo electrónico | Diaria | |
| | | Encuesta de satisfacción | Anual | |
| | | Grupos de enfoque | Anual | |
| | | Entrevistas a profundidad | Anual | |

Perfil del Grupo

102-46, 102-47

| | | | | |
|-------------|--|---|-----------|--|
| Reguladores | Encontrar en BBVA Bancomer una aliado para el beneficio mutuo | Comités | Mensual | Talento y Cultura RRC |
| | | Foros | Periódica | |
| | | Reuniones | Periódica | |
| | | Comunicados | Periódica | |
| | | Entrevistas a profundidad | Anual | |
| Sociedad | Contribuir de forma activa al desarrollo sostenible de la sociedad donde estamos presentes | Página web www.fundacionbbvabancomer.org | Diaria | Fundación BBVA Bancomer Conocimiento del cliente RRC |
| | | Reuniones con Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) | Periódica | |
| | | Redes sociales | Diaria | |
| | | Estudios de opinión | Anual | |
| | | Reprack | Semestral | |
| | | Grupos de enfoque | Anual | |
| | | Encuestas en línea | Anual | |
| | | Entrevistas a profundidad | Anual | |

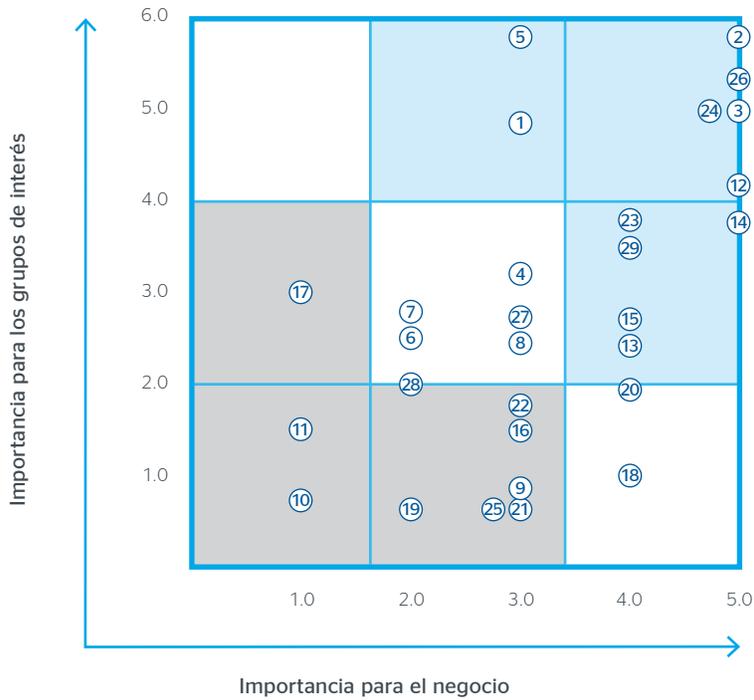
Análisis de materialidad

La Dirección de RRC lleva a cabo cada año un estudio para identificar cuáles son los asuntos más significativos para la organización y sus grupos de interés. Los resultados obtenidos de este estudio -los asuntos relevantes- son utilizados para integrarlos en nuestra estrategia y definir el contenido de nuestro Informe.

En 2016 el estudio de materialidad de BBVA Bancomer se alineó a la metodología global de BBVA, la cual consta de tres fases:

1. Identificación de temas: 25 asuntos que a través de diversos estudios y consultas se han detectado como relevantes;
2. Priorización de temas: valorar la importancia de cada tema para los grupos de interés y su impacto en el negocio;
3. Validación del ejercicio: revisión y visto bueno por el área de RRC de Grupo BBVA.

Matriz de materialidad y asuntos relevantes 2016



| |
|---|
| 1. Productos con buena relación calidad/ precio (sin cláusulas abusivas, etc.) |
| 2. Prácticas de comunicación y comercialización |
| 3. Calidad de atención/ servicio al cliente |
| 4. Respuesta a la demanda de crédito de la sociedad |
| 5. Seguridad, privacidad y protección del cliente (incluyendo big data) |
| 6. Atención a clientes en situación de dificultad |
| 7. Calidad del empleo (temporalidad, externalizaciones, reubicaciones, etc.) |
| 8. Respeto a los derechos de los empleados |
| 9. Formación y desarrollo del talento |
| 10. Política de remuneración de altos directivos y consejo de administración |
| 11. Financiación social y medioambientalmente responsable |
| 12. Prevención de Blanqueo de capitales / financiación de actividades terroristas |
| 13. Cumplimiento de la normativa fiscal |

| |
|--|
| 14. Comportamiento ético |
| 15. Compras /outsourcing responsable |
| 16. Buen Gobierno Corporativo |
| 17. Solvencia y gestión financiera |
| 18. Respeto a los derechos humanos |
| 19. Contribución al desarrollo de las sociedades locales (creación de empleo, apoyo a la pyme, etc.) |
| 20. Inclusión Financiera |
| 21. Acción Social |
| 22. Diversidad y conciliación |
| 23. Cambio climático |
| 24. Digitalización |
| 25. Educación financiera |
| 26. Transparencia |
| 27. Comunicación de la RRC |
| 28. Educación |
| 29. Ecoeficiencia |

Perfil del Grupo

| Asunto Relevante | Grupo de Interés Impactado | Alcance | Iniciativas de BBVA Bancomer |
|--|--|---------|---|
| Productos con buena relación calidad/precio | Accionistas Clientes | GFBB | Inclusión financiera |
| Prácticas de comunicación y comercialización | Clientes Reguladores | GFBB | Comunicación TCR |
| Calidad de atención/servicio al cliente | Clientes Empleados | GFBB | Experiencia del cliente |
| Seguridad, privacidad y protección del cliente | Clientes Sociedad | GFBB | Seguridad del cliente |
| Prevención de blanqueo de capitales/ financiación de actividades terroristas | Accionistas Reguladores Sociedad | GFBB | Prevención de lavado de dinero (PLD) |
| Cumplimiento de la normativa fiscal | Reguladores | GFBB | Cumplimiento normativo |
| Comportamiento ético | Accionistas Clientes Sociedad | GFBB | Cumplimiento normativo |
| Compras/outsourcing responsable | Proveedores | GFBB | Proveedores |
| Cambio climático | Sociedad | GFBB | Medio ambiente Cambio climático (PGE) |
| Digitalización | Clientes | GFBB | Desarrollo de negocios Inclusión financiera |
| Transparencia | Accionistas Clientes Sociedad | GFBB | Cumplimiento normativo Comunicación TCR Carta de verificación independiente |
| Ecoeficiencia | Accionistas, Empleados, Sociedad | GFBB | Plan Global de Ecoeficiencia (PGE) |

GFBB: Grupo Financiero BBVA Bancomer

Modelo de negocio responsable

Basado en la *Política de Responsabilidad Social Corporativa*, nuestro modelo de negocio responsable gira en torno a tres grandes ejes interdependientes que definen su marco estratégico:



Perfil del Grupo

Las tres prioridades estratégicas del Plan de negocio responsable son:

| Prioridades | Iniciativas |
|--|---|
| Comunicación transparente, clara y responsable | Comunicación TCR |
| Educación | Educación financiera Otorgamiento de becas |
| Productos de alto impacto social | Inclusión financiera Apoyo al emprendimiento Mejora Mutualista Fondo B+Educa |

Avances 2016

La Dirección de RRC y las áreas involucradas dieron seguimiento a las iniciativas del Plan de Negocio Responsable y participaron en los comités creados para este fin.

Llevamos a cabo un diagnóstico de riesgo reputacional para identificar los riesgos más relevantes para el banco y con base en los resultados establecer un plan de acción.

Lanzamos el proyecto "BBVA con los derechos humanos" con el fin de dar respuesta a los posibles impactos sobre los derechos humanos que se generan desde el sector financiero. Se realizó un análisis del impacto real y potencial en los derechos humanos que genera la actividad de BBVA en sus diferentes áreas y negocios y un taller en el que participaron 20 áreas del banco y en el que, de forma práctica e interactiva, se inició la reflexión y el debate de lo que supone aplicar la agenda internacional de derechos humanos en el día a día de dichos departamentos y áreas.

169 candidatos presentaron solicitud

100 emprendimientos formados en formato presencial

30 horas de formación online por el Tec de Monterrey

20 emprendimientos destacados recibieron formación adicional del IPADE Business School

\$ 4,157,785.71 mdp de inversión en emprendimientos financiados

20 mentores activos

Lanzamos la cuarta edición de *Momentum Project*, una iniciativa global de Grupo BBVA para apoyar el emprendimiento social, en alianza con New Ventures México y EGADE Business School del Tecnológico de Monterrey.

Obtuvimos el Distintivo "Empresa Socialmente Responsable" (ESR) para BBVA Bancomer por 16° año consecutivo y para Seguros Bancomer por 8° año consecutivo.

Con la colaboración del área de Talento y Cultura, este año obtuvimos el Distintivo Empresa Familiarmente Responsable (EFR), acreditando a nuestras sedes Torre BBVA Bancomer y Parques BBVA Bancomer como promotoras de buenas prácticas laborales, que

en concreto se refieren a acciones y políticas que favorecen que los colaboradores del banco vivan una cultura con base en tres ejes: conciliación trabajo-familia; igualdad de oportunidades y combate a la violencia laboral y al hostigamiento sexual.

A nivel gremial, continuamos apoyando las dos iniciativas que se han creado en torno a la responsabilidad social a través de la Asociación de Bancos de México (ABM): Protocolo verde y medición de huella de carbono, así como otras iniciativas de responsabilidad social, y colaboramos en la elaboración del Informe de Responsabilidad Social y Sustentabilidad de la Banca 2016 de la ABM.

Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Como entidad financiera, BBVA Bancomer ejerce un impacto sobre el medio ambiente y la sociedad de manera directa, a través del uso de los recursos naturales y la relación con sus grupos de interés, y de manera indirecta, a través de nuestra actividad crediticia y los proyectos que financiamos. Estos impactos derivan en riesgos directos, indirectos y reputacionales.

Estos riesgos extrafinancieros pueden afectar al perfil crediticio de los prestatarios o de los proyectos que se financian y por tanto a la calidad del riesgo asumido y, en definitiva, al reembolso de los créditos.

Para gestionar estos riesgos, BBVA Bancomer toma en consideración los aspectos ambientales, sociales y reputacionales, junto a las tradicionales variables financieras, en la gestión del riesgo. Su integración en la gestión del riesgo es coherente con el principio de prudencia que rige la actividad de Grupo BBVA y se concreta en diferentes líneas de actuación.

Este año llevamos a cabo un diagnóstico de riesgo reputacional, a través del cual se identificaron un listado de riesgos, entre los que se encuentran la prevención del blanqueo de capitales, el financiamiento social, medioambientalmente responsable y el respeto a los derechos humanos, entre otros temas de importancia.

Concesión responsable de crédito

En nuestro sistema de gestión del riesgo integramos las variables "ESG" junto con el resto de aspectos tradicionalmente gestionados. ESG obedece al acrónimo inglés de ambiental, social, ético y de gobierno corporativo, y pretende gestionar los riesgos extrafinancieros que pudieran afectar al perfil crediticio de un prestatario o de un proyecto de financiación, y que pudieran poner en peligro el repago de la deuda contraída.

Ecorating

Hemos diseñado la herramienta *Ecorating* que permitirá valorar la cartera de riesgos de empresas desde una perspectiva medioambiental. Se asigna a cada cliente un nivel de riesgo ambiental en función de la combinación de varios factores: ubicación, emisiones contaminantes, consumo de recursos, entorno de la empresa susceptible de verse afectado de manera directa o indirecta por ésta, presión legislativa y fiscalización de aspectos medioambientales, por citar algunos de los más significativos.

Sus objetivos son:

1. Identificar el nivel de riesgo ambiental y social de un cliente o prospecto en forma individual.
2. Establecer controles que minimicen los posibles impactos ecológicos del cliente en el medio ambiente.

Ecorating consiste en un cuestionario que consta de 6 preguntas referentes a los siguientes aspectos:

- Permisos para el servicio de agua potable
- Permisos o constancia de uso de suelo
- Permisos para el suministro de electricidad
- Permisos especiales (licencias) emitidos por el estado o municipio
- Sanciones administrativas de tipo ambiental
- Sistema de Gestión Ambiental (certificación ISO 14001)

Principios de Ecuador

El Grupo BBVA se adhirió desde 2004 a los Principios de Ecuador (PE), un conjunto de estándares promovidos por el Banco Mundial, a través de su filial, la Corporación Financiera Internacional (CFI), para determinar, evaluar y gestionar los riesgos sociales y ambientales en el financiamiento de proyectos.

Basados en la Política y Normas de desempeño social y ambiental de la CFI, y las Guías generales sobre medio ambiente, salud y seguridad del Banco Mundial, los PE se aplican a los financiamientos de nuevos proyectos de importe superior o igual a 10 millones de dólares, a la expansión de proyectos que generen impactos significativos y al asesoramiento en el financiamiento de proyectos. En BBVA Bancomer no tomamos en consideración el umbral mínimo, sino que los aplicamos a operaciones de cualquier importe y cualquiera

que sea el destino de aplicación de los fondos: no sólo a nuevos proyectos o expansiones significativas sino también a construcción de proyectos, adquisición, refinanciación, etc.

El análisis de PE está incorporado en nuestros procesos internos de estructuración y aprobación de proyectos. Este proceso incluye una *due diligence* social y ambiental que se inicia con la asignación de una categoría (A, B o C) que, basada en los criterios de categorización de la CFI, refleja el nivel de riesgo ambiental y social del proyecto.

Para la sanción de toda operación de financiamiento de proyectos, además de la categorización preliminar se exige que el expediente incorpore el dictamen de cumplimiento de PE revisado por la unidad responsable de su aprobación.

Avances 2016

Operaciones financiadas bajo los Principios de Ecuador en México 2016

| Categoría (1) | Sector de las operaciones | Importe Financiado por BBVA Bancomer (mdp) (MXN) |
|---------------|---------------------------|--|
| B | Bienes raíces | \$450 |
| B | Petróleo y gas | \$561.5 |
| B | Bienes raíces | \$748.7 |
| B | Industria | \$1,684.7 |
| B | Petróleo y gas | \$1,123.1 |
| B | Bienes raíces | \$835.3 |
| Total | 6 | \$5,403.5 |

(1) -**Categoría A:** Proyectos con un impacto negativo significativo que puede afectar un área mayor que la que ocupa el proyecto.

-**Categoría B:** Proyectos con un impacto negativo menor en la población humana o en áreas de importancia ambiental.

-**Categoría C:** Proyectos con un impacto sobre el medio ambiente muy pequeño o nulo.

(2) Para calcular el monto del Importe financiado por BBVA Bancomer en pesos mexicanos se tomó un tipo de cambio de 1 dólar= 18.7193 pesos (MXN).

Alcance: BBVA Bancomer

Prevención del lavado de dinero (PLD) y del financiamiento de actividades terroristas

La prevención del blanqueo de capitales y del financiamiento de actividades terroristas constituye, ante todo, un objetivo prioritario que el Grupo BBVA asocia a su compromiso de favorecer y preservar el bienestar de los distintos entornos sociales en los que desarrolla sus actividades.

Para el Grupo BBVA evitar que sus productos y servicios sean utilizados con finalidad delictiva constituye un requisito indispensable para preservar la confianza.

Para lograr este objetivo, el Grupo BBVA, como grupo financiero global con sucursales y filiales que operan en numerosos países, se ha dotado de un modelo de gestión del riesgo de prevención del blanqueo de capitales y financiamiento de actividades terroristas que se compone de los siguientes elementos:

- Una estructura organizativa que disponga de los recursos necesarios para gestionar esta función y una clara asignación de responsabilidades en cada entidad.
- Un cuerpo normativo que determine las obligaciones y cautelas en este ámbito; de especial relevancia son las relativas a las medidas de identificación y conocimiento del cliente (KYC).
- La implantación de medidas de monitorización de los clientes, orientadas a identificar potenciales actividades sospechosas y garantizar su reporte a las autoridades competentes.
- La ejecución de planes de comunicación y formación de los empleados. Estos planes se diseñan en función del nivel de exposición de cada colectivo al riesgo de blanqueo de capitales y su finalidad consiste en mantener un nivel de sensibilización apropiado y en dotar de las capacidades necesarias para cumplir con la normativa aplicable.
- La permanente comunicación entre *Head Office* y todas las filiales y sucursales del Grupo BBVA, de manera que se asegure un seguimiento y una supervisión continua en este ámbito.
- Una revisión independiente, con el objetivo de verificar y comprobar de forma independiente la implantación y eficacia del resto de elementos del modelo.
- La capacitación de manera obligatoria para todo su personal sobre temas de prevención de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo. Cada año se inscribe al personal a un curso que ha sido diseñado en coordinación con la ABM, basado en la legislación vigente sobre lavado de dinero.

Avances 2016

Prevención de lavado de dinero (PLD)

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|--------|--------|---------------|
| Participantes en actividades formativas en materia de prevención del lavado de dinero | 31,625 | 36,746 | 32,454 |
| Personas especialistas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiamiento de actividades terroristas | 59 | 275 | 280 |
| Plantilla de la Dirección de PLD y FT | 59 | 119 | 136 |

Alcance:
BBVA Bancomer

- Este año nuestra área creció para reforzar los esfuerzos y dar mejor atención a las nuevas normativas que se han creado con relación al tema de lavado de dinero en nuestro país.
- Contamos con un software llamado Fircosoft, el cual filtra transacciones y clientes contra listas restrictivas de la Secretaría de Hacienda y otras entidades.
- Llevamos a cabo risk assessments de los productos o procesos que son vulnerables a lavado de dinero.

Liderazgo

Liderazgo económico

| Diciembre 2016 | Bancomer | Participación % | Lugar |
|-------------------------------------|-----------|-----------------|-------|
| Líder en infraestructura | | | |
| Sucursales | 1,835 | 14.7 | 1 |
| Cajeros Automáticos | 11,395 | 23.9 | 1 |
| Corresponsales* | 31,202 | 15.1 | 1 |
| Líder en Actividad Comercial | | | |
| Activos Totales | 1,911,979 | 22.1 | 1 |
| Crédito Vigente | 995,012 | 23.4 | 1 |
| Consumo + TDC | 245,965 | 28.7 | 1 |
| Auto | 110,878 | 44.2 | 1 |
| Hipotecas | 176,826 | 26.5 | 1 |
| Captación tradicional | 1,287,596 | 22.2 | 1 |
| Captación vista | 758,098 | 25.8 | 1 |
| Fondos de Inversión | 355,691 | 19.4 | 2 |

Información CNBV: Banco con sofoim

Crédito Auto: número de créditos nuevos y seminuevos. Comparado contra empresas bancarias

Fondos de Inversión: Activos administrados en sociedades de inversión sin duplicidades

Fuentes: CNBV, AMIB, AHM y JATO

*Noviembre 2016

Liderazgo social

| | |
|--|---------|
| Becas otorgadas por Fundación BBVA Bancomer ¹ | 30,865 |
| Talleres de educación financiera impartidos | 910,784 |

(1) Alcance: Becas de Integración "Por los que se quedan", Olimpiadas del Conocimiento Infantil, Becas Adelante y Adelante con tu Universidad.

Liderazgo medioambiental

| | |
|---|---|
| Edificio con certificación Tier IV Gold | 1 |
| Edificios con certificación ISO 14001 | 1 |

Presencia

| BBVA Bancomer | Sucursales | Cajeros | Empleados |
|--------------------------|--------------|---------------|---------------|
| Aguascalientes | 19 | 138 | 265 |
| Baja California | 61 | 399 | 816 |
| Baja California Sur | 21 | 119 | 229 |
| Campeche | 14 | 109 | 179 |
| Coahuila | 41 | 338 | 480 |
| Colima | 12 | 77 | 729 |
| Chiapas | 37 | 230 | 12,152 |
| Chihuahua | 63 | 412 | 511 |
| Ciudad de México | 283 | 1,888 | 161 |
| Durango | 18 | 130 | 234 |
| Guanajuato | 84 | 446 | 1,157 |
| Guerrero | 36 | 190 | 419 |
| Hidalgo | 34 | 217 | 424 |
| Jalisco | 198 | 956 | 2,346 |
| Estado de México | 187 | 1,271 | 2,156 |
| Michoacán | 84 | 399 | 1,033 |
| Morelos | 28 | 146 | 338 |
| Nayarit | 21 | 118 | 247 |
| Nuevo León | 100 | 562 | 1,170 |
| Oaxaca | 27 | 155 | 306 |
| Puebla | 70 | 427 | 920 |
| Querétaro | 30 | 227 | 418 |
| Quintana Roo | 24 | 238 | 287 |
| San Luis Potosí | 33 | 153 | 382 |
| Sinaloa | 38 | 209 | 499 |
| Sonora | 50 | 348 | 610 |
| Tabasco | 32 | 193 | 365 |
| Tamaulipas | 46 | 339 | 474 |
| Tlaxcala | 12 | 91 | 153 |
| Veracruz | 84 | 600 | 1,064 |
| Yucatán | 25 | 154 | 346 |
| Zacatecas | 23 | 115 | 263 |
| Total | 1,835 | 11,395 | 31,133 |
| Agencias | 1 | | 24 |
| Total Institución | 1,836 | | 31,157 |

Relevancia de BBVA Bancomer en la economía mexicana

| INDICADORES GENERALES DE LA BANCA MÚLTIPLE MEXICANA | DIC-14 | DIC-15 | DIC-16 |
|---|------------|------------|------------|
| Total Instituciones Banca Múltiple | 45 | 44 | 47 |
| Sucursales | 12,698 | 12,231 | 12,522 |
| Empleados | 224,877 | 224,301 | 230,319 |
| Activos totales de la Banca (mp) | 6,913,222 | 7,770,086 | 8,669,563 |
| PIB constante (mp) | 13,915,587 | 14,253,109 | 14,589,507 |
| % del PIB | 49.7% | 54.5% | 59.4% |
| Cartera total bruta de la Banca (mp) | 3,352,231 | 3,842,981 | 4,339,096 |
| % del PIB | 24.1% | 27.0% | 29.7% |
| Captación total (mp) | 3,533,842 | 4,020,099 | 4,526,559 |

Fuente: CNBV, INEGI. PIB

| RELEVANCIA DE BBVA BANCOMER EN LA ECONOMÍA MEXICANA | DIC-14 | DIC-15 | DIC-16 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Activos Totales (mp) | 1,536,409 | 1,696,133 | 1,908,681 |
| Participación de Activo Total | 22.2% | 21.8% | 22.0% |
| Captación Tradicional (mp) | 797,687 | 952,801 | 1,035,483 |
| Captación Tradicional / Activo Total | 51.9% | 56.2% | 54.3% |

Captación Tradicional: Vista, Plazo y Títulos de crédito emitidos
Fuente: CNBV

Informe del Presidente del Consejo de Administración



“...El 2016 fue bueno para México, muy bueno para la banca y extraordinario para BBVA Bancomer...”

Estimados amigas y amigos,

2016 fue un año de muchas sorpresas a nivel internacional. Se intensificó la caída en el precio del petróleo, el Brexit en junio y finalmente, los resultados de las elecciones en Estados Unidos en noviembre pasado.

A pesar del complejo entorno internacional, el 2016 fue bueno para México, muy bueno para la banca y extraordinario para BBVA Bancomer.

La Economía Mexicana mostró fortalezas ante la incertidumbre. El empleo y las ganancias reales del salario apoyaron el dinamismo de la demanda interna. Se estima que la economía logró un crecimiento real del PIB de 2.3%, el cual es bueno dados los múltiples choques externos negativos.

Las reformas estructurales continuaron con avances en su implementación. Por ejemplo, en materia educativa arrancó un nuevo modelo de evaluación de los docentes y se establecieron las bases para una mejora continua de calidad de la enseñanza. En el sector energético las licitaciones de la Ronda 1 y del campo Trión atrajeron inversiones por más de 70 mil millones de dólares, ubicándose como la mayor licitación hecha en la materia, no solamente en México, sino en el mundo.

Por décimo quinto año consecutivo, la banca logró dar continuidad a un sano y sostenible ciclo de expansión del crédito. El saldo del crédito vigente otorgado al sector privado creció a una tasa anual de 15.3%, es decir, 6 veces más que el crecimiento de la economía e incluso se logró reducir el índice de morosidad, que se ubicó en 2.6% vs 3.2% en 2015.

BBVA Bancomer hizo un año extraordinario del 2016. Se logró la cifra histórica de más de 1 billón de pesos en la colocación del crédito vigente. Además, estos recursos se destinan a todos los sectores de la población, empresas y gobiernos a lo largo del territorio nacional. Un resultado que nos hace sentir muy orgullosos porque reafirma la posición de liderazgo de BBVA Bancomer.

Felicito muy afectuosamente a nuestro Vicepresidente y Director General Eduardo Osuna, a su equipo directivo y a todos los colaboradores en la institución por estos excelentes resultados. Reflejan su enorme pasión, esfuerzo y talento para aplicar una exitosa estrategia de crecimiento con un estricto control del gasto.

BBVA Bancomer tiene mucho que celebrar como banco. **En 2016 concluimos inversiones por 3,500 millones de dólares para que nuestros clientes tengan los más modernos y eficientes canales de atención y de servicio en todo el país.** La inauguración de nuestras nuevas sedes corporativas en paseo de la reforma y en otros lugares del país, muestra la culminación con éxito del profundo proceso de transformación iniciado por el banco hace más de tres años.

Además, somos una empresa familiarmente responsable. La Torre BBVA Bancomer y Parques BBVA Bancomer fueron reconocidas por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social como promotoras de buenas prácticas laborales y el Centro de Procesamiento de Datos (CPD) de Lago Esmeralda recibió la máxima certificación en sostenibilidad, conocido como "Tier IV Gold".

En 2016 pusimos al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era, mediante el uso de la tecnología. Se consolidó la estrategia de negocio digital: se lanzó la cuenta digital B-móvil, se creó la cartera del futuro con BBVA Wallet y se festejó un año de Wibe en seguros de auto.

Reforzamos nuestro compromiso con México. Celebramos el 10º aniversario de nuestro programa social Becas de integración "Por los que se quedan" y lanzamos las Becas Adelante con tu Universidad. Nuestro programa de Voluntariado realizó la limpieza y pintura de los espacios públicos del Parque Cañitas en Popotla, CDMX; 1,500 voluntarios materializaron nuestro Plan de Reforestación de más de 17 mil árboles en Guadalajara, León, Puebla, Mérida y Tijuana. Además, en línea con nuestro Plan Global de Ecoeficiencia firmamos un acuerdo con "Enel Green Power" para proveer de energía eólica a nuestra red de sucursales y sedes corporativas.

Ayudamos con éxito a clientes y no clientes en el manejo de sus finanzas personales. Nuestro programa de educación financiera BBVA Bancomer Adelante con tu futuro superó el millón de talleres en 2016 y los más de 5 millones en los últimos tres años. El Banco Mundial indicó que 92% de los beneficiarios del programa mejoró su manejo de finanzas personales. Además, logramos extender el alcance de nuestro programa "Valores de Futuro" al llegar a más de 860 mil niños y jóvenes.

En BBVA Bancomer somos ciudadanos corporativos responsables. Con las anteriores acciones refrendamos nuestro compromiso con el Pacto Mundial y con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Luis Robles Miaja

Presidente del Consejo de Administración, BBVA Bancomer

Informe del Vicepresidente del Consejo de Administración y Director General



“...BBVA Bancomer es un banco que sigue evolucionando para ofrecer el mejor servicio a su amplia base de clientes”

El año 2016 fue un año de grandes desafíos para México y para el sector bancario. El crecimiento económico de México no fue tan alentador como se esperaba para este año. Diversos factores externos e internos afectaron en entorno; se observó una fuerte depreciación del peso, una baja en el precio del petróleo, un entorno económico mundial mucho más complicado, Brexit y elecciones en Estados Unidos.

No obstante, BBVA Bancomer registró un sólido desempeño financiero durante el 2016. Entrando al detalle podemos iniciar comentando la actividad comercial, misma que muestra una positiva evolución con crecimientos anuales de dobles dígito.

La cartera de crédito superó el billón de pesos, siendo equivalente a un incremento anual del 13%. Seguimos apoyando al desarrollo del sector productivo del país, lo que se puede ver reflejado en la evolución de la cartera comercial, que mostró el mayor dinamismo con un aumento de 15% en el año. Dentro de este portafolio, destaca la evolución del financiamiento para PYMEs, que fue 19% mayor al año previo; mientras que los créditos a empresas medianas y corporativos también crecen a doble dígito con un 17% y 15%¹ respectivamente.

El continuo apoyo a las familias se refleja en los préstamos al consumo, que incluyen créditos de nómina, personales y de auto, al registrar un crecimiento anual de 18%, para alcanzar un saldo de 144,822 mdp. Este dinamismo también ha sido impulsado por las campañas de créditos previamente aprobados para la base de clientes. Por su parte, las tarjetas de crédito crecen a un ritmo anual de 8%, pero al observar la facturación con este producto, la evolución anual registra un crecimiento de 14%.

En el crédito a la vivienda, al cierre del año se registró un saldo de 181,515 mdp, un 8% más que el año previo. Sin embargo, en términos de nuevos créditos se logró colocar un monto 13% superior al del 2015. Con ello, BBVA Bancomer logró mantener el liderazgo en el mercado al otorgar 1 de cada 4 hipotecas dentro del sector privado².

El crecimiento del crédito ha venido acompañado de buenos indicadores de calidad de riesgo. Al cierre de 2016, se observó una mejora del índice de cartera vencida de 14 puntos básicos (pb) para ubicarse en 2.2%. Por su parte el Índice de Cobertura también mejora para situarse en 132.1%, mientras que la prima de riesgo se mantiene estable en 3.4%.

Dentro de los recursos de clientes, la captación tradicional, que incluye depósitos a la vista, plazo, títulos de crédito emitidos y cuenta global de captación sin movimientos, se ubicó en 1,031,407 mdp, un incremento anual de 9%. Se mantiene el impulso de los depósitos a la vista que alcanzan un saldo de 754,498 mdp, lo que representa una variación anual de 11%. Los recursos a plazo cierran el año en 193,749 mdp, equivalente a un aumento anual de 10%. Esta evolución permite mantener una adecuada mezcla de fondeo con mayor peso relativo de los depósitos a la vista.

En cuanto a los activos gestionados en fondos de inversión, estos alcanzaron un saldo de 355,554 mdp, permitiendo a BBVA Bancomer mantenerse como una de las gestoras de fondos más grandes del mercado con una participación de 19%, de acuerdo a la información de la Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles (AMIB).

Cabe destacar que BBVA Bancomer se mantiene como una institución solvente. Al cierre del año, el banco cuenta con un índice de capitalización total de 13.7%, por encima de los niveles requeridos por la regulación. Además, se han seguido gestionando activamente los niveles de liquidez para hacer frente al crecimiento del negocio.

¹ Segmentación interna de Corporativos (compañías transnacionales), Empresas Medianas (ventas anuales entre 100-250 mdp) y PyMEs (ventas anuales hasta 100 mdp).

² Segmentación interna de Corporativos (compañías transnacionales), Empresas Medianas (ventas anuales entre 100-250 mdp) y PyMEs (ventas anuales hasta 100 mdp).

La fuerte resistencia de BBVA Bancomer ante el complejo entorno económico se refleja en la sólida cuenta de resultados. Fundamentados en la constante generación de ingresos, al tiempo que se han mantenido controlados los gastos a pesar de la fuerte inversión y con una clara gestión de los riesgos.

El margen financiero se ubicó en 113,335 mdp, equivalente a un crecimiento anual de 12%. Este crecimiento se ha visto impulsado por mayores volúmenes de crédito y captación, así como por el buen desempeño obtenido en el negocio de seguros. Las comisiones registran un aumento anual del 7%, impulsadas por el dinamismo que muestran las comisiones de tarjeta de crédito y débito, debido a un mayor volumen de transacciones de los clientes con estos productos.

BBVA Bancomer cuenta con un estricto control y gestión del gasto a pesar de la continua inversión de realizada en el país. Ello se refleja en el controlado aumento anual de 5.0% de los gastos de administración y promoción. Por su parte, la inversión se ha visto reflejada en la expansión de la infraestructura bancaria, lo que ubica a GFBB como una de las instituciones líderes con 1,836 oficinas, de las cuales más del 95% ya han sido remodeladas. Además, ha incrementado el número de cajeros automáticos (ATMs) en 662 unidades, para cerrar el año con 11,434 ATMs.

Asimismo, la favorable evolución de los ingresos ha permitido a GFBB consolidar su posición como una de las instituciones más eficientes del sistema financiero, con un índice de eficiencia, medido como gastos entre ingresos, de 39.4% al cierre de diciembre de 2016.

En el acumulado del ejercicio 2016, la utilidad neta cerró en 40,787 mdp, un 18% mayor a la del año previo.

En los negocios no bancarios, Seguros BBVA Bancomer registró una utilidad neta acumulada de 4,478 mdp, siendo 11% mayor a la del año previo. Con ello, se mantiene el liderazgo en Bancaseguros y la segunda posición dentro de todo el sector de Seguros.

Así, el año 2016 ha sido un año de excelentes resultados y un año en el que no se perdió el foco en la ejecución. Seguimos avanzando en las iniciativas de las principales líneas del Plan de Transformación, como fueron avance en el Plan de Inversión, donde se ha invertido más de 2,900 millones de dólares entre 2013 y 2016, lo que representa el 83% de la inversión total. Hemos aplazado una parte de la inversión para el 2017 y seguiremos invirtiendo para refrendar el compromiso de BBVA Bancomer con México a largo plazo.

En cuanto a la estrategia digital, hemos marcado la pauta con el mejor desarrollo tecnológico y la mayor innovación en términos de servicios y canales digitales. Ello se refleja en la positiva evolución de los clientes digitales, en los que BBVA Bancomer ya cuenta con cerca de 4 millones que representan el 21% del total de la base de clientes. Ello también ha permitido que alrededor del 40% del total colocado en créditos al consumo, se realice a través de canales digitales como Bancomer.com, BMóvil y Cajeros Automáticos.

Informe del Vicepresidente del Consejo de Administración y Director General

En este sentido, BBVA Bancomer es un banco que sigue evolucionando para ofrecer el mejor servicio a su amplia base de clientes.

No me gustaría terminar sin antes agradecer el esfuerzo, entrega y profunda dedicación de cada uno de los colaboradores del Grupo Financiero BBVA Bancomer ya que sin el gran equipo con el que cuenta la institución, este resultado no sería posible. También quiero agradecer la lealtad y preferencia de nuestros clientes y, a los miembros de nuestro Consejo de Administración, su dedicada actuación para seguir fortaleciendo nuestra Institución.

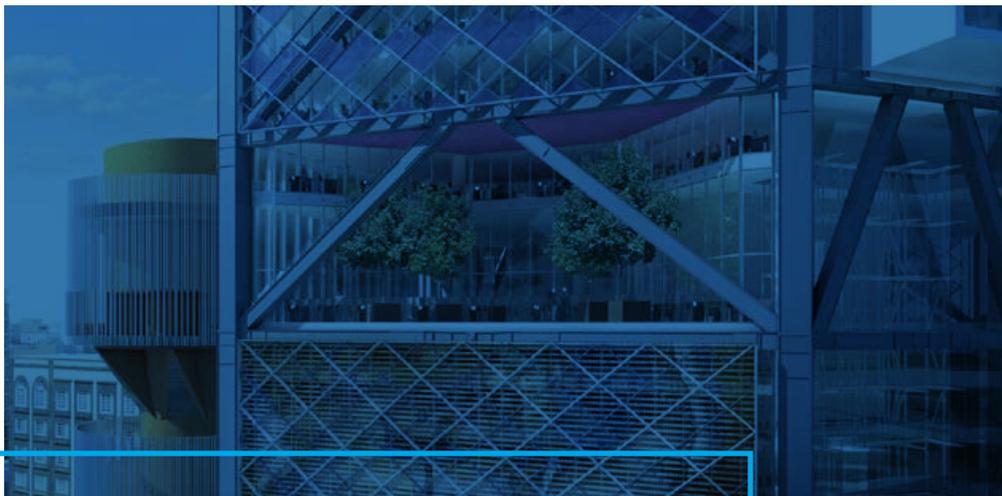
Adelante, Creando Oportunidades.

Eduardo Osuna Osuna

Vicepresidente del Consejo de Administración y

Director General de BBVA Bancomer

Unidades de Negocio



Manteniendo el negocio bancario a la vanguardia

Unidades de Negocio

En BBVA Bancomer nos encontramos en constante transformación para seguir evolucionando y mejorando cada día nuestro servicio y productos a los clientes.

Red Comercial

La fuerte inversión que se ha venido realizando en México desde 2013 ha permitido transformar toda la red de sucursales a través del proyecto denominado "Ulises" que implica la remodelación y redistribución de las oficinas con una apariencia más fresca y sencilla. Al cierre de 2016 se han remodelado 1,831 sucursales, aproximadamente el 95% del total de oficinas.

Además, se han organizado a los ejecutivos por segmento de clientes para permitir la atención especializada y personalizada para cada uno, con protocolos de atención que generen una mejor experiencia de los clientes con BBVA Bancomer. Ello se vio reflejado en el impulso de los créditos al consumo (nómina, personales y auto), que crecieron el 18% durante el año. Por

su parte, la facturación de las tarjetas de crédito fue 14% superior a la del año anterior, mientras que la originación de los créditos a la vivienda creció 13% en 2016.

En cuanto a la captación esta unidad de negocio, creció el 12% por el año, destacando la cartera en moneda extranjera con 42%, el plazo con el 18% y la vista con el 12% anual.

Esta evolución en la actividad comercial ha permitido registrar una sólida cuenta de resultados con un el margen financiero creciendo al 14% anual, comisiones al 10% y con un excelente control del gasto que crece al 3%. Con ello, el Beneficio Antes de Impuestos (BAI) registró un aumento anual de 21%.

Desarrollo de Negocios

En esta área se impulsa el desarrollo de nuevos negocios, nueva tecnología y canales para seguir manteniendo a BBVA Bancomer como el líder del mercado. Dentro de la remodelación de todas las oficinas, se han instalado patios de autoservicio más amplios con cajeros automáticos de avanzada tecnología en los que también se tiene la posibilidad de tener acceso a crédito de consumo (one-click). Con ello, los canales digitales han servido para impulsar

las ventas (alrededor del 40% de los nuevos créditos al consumo se colocan a través de canales digitales: Bancomer.com, Bancomer Móvil y ATMs).

En línea con toda la transformación, también se ha integrado el Negocio de Seguros a la Unidad de Desarrollo de Negocio como factor clave para que el producto sea parte integral del impulso comercial en la red.

Banca Mayorista

Seguimos posicionando nuestro liderazgo dentro de la Banca Mayorista y de Inversión. En la parte empresarial mantenemos la mayor cuota de mercado en términos de empresas (29%), gobierno (30%), promotor (35%) y crédito de auto a distribuidores (12%). Por el lado de Banca de Inversión, a pesar de que en el país se experimentó una contracción por diversos choques externos e internos, seguimos manteniendo el liderazgo en diversas líneas de negocio.

En cuanto a los resultados de la Banca, estos fueron muy buenos, creciendo a doble dígito la cartera empresarial, corporativa y promotor, situándose el crecimiento de la cartera de la Banca Mayorista en 14% por el año. Por su parte, la captación con crecimiento cercano al 10%, destacando el incremento de la captación en moneda extranjera.

En la cuenta de resultados también con números positivos, el margen financiero aumento el saldo en 20% durante el año y el BAI con incremento del 25%.

Global Markets

Para Global Markets, desde julio de 2012 nos hemos posicionado en el primer lugar de Formadores de Mercado de la SHCP y Banco de México. Mantenemos con ello el compromiso de participar de manera activa en el mercado de valores gubernamentales a tasa fija; así como presentar posturas a precios competitivos en las subastas primarias de estos valores y cotizar precios de compra y de venta en el mercado secundario para brindar liquidez a precios competitivos para nuestros clientes y el mercado intercambiario.

Para los clientes, continúa la puesta en marcha de nuestro broker online (Bancomer Trader: cuenta con cerca de 10 mil descargas) que permite operar con la Bolsa Mexicana de Valores. También



destaca la plataforma de información en tiempo real, los reportes de Research y demás herramientas para la toma de decisiones informadas.

Unidades de Apoyo

Para lograr todo el positivo desempeño dentro de las Unidades de Negocio, éstas han sido continuamente apoyadas por las Unidades de Apoyo con el objetivo de mantener la adecuada recurrencia en el negocio y gestión integral con sinergias que permitan el continuo crecimiento.

Auditoría Interna

El área de Auditoría Interna es la unidad que busca el apoyo continuo en temas de control interno para mantener la integridad que nos caracteriza como institución financiera.

Dentro de esta unidad de negocio continuamente se gestionan acciones de seguimiento, monitoreo y prevención para la adecuada evolución del negocio en términos de procesos de cara al cliente, como para procesos internos.

Servicio Jurídico

Para mantener la transparencia, durante el 2016 el área de Servicios Jurídicos ha brindado soporte para el claro entendimiento y cabal cumplimiento de los constantes cambios en la regulación bancaria.

Asimismo, es el frente en las reclamaciones y demandas de los clientes hacia la institución para siempre buscar la mejor opción para ambas partes y mantener así la satisfacción.

Finanzas

En cuanto a la gestión del capital y la liquidez de BBVA Bancomer, a pesar de la estricta regulación referente a estos temas, en BBVA Bancomer hemos logrado mantener el índice de capital por encima de los mínimos niveles regulatorios, así como holgados niveles de liquidez para seguir creciendo. En este sentido, el índice de capital total se ubicó en 13.7% al cierre del año, mientras que el CCL (el nuevo indicador de liquidez de corto plazo implementado por los nuevos requerimientos de Basilea III) fue de 124.46%.

Asimismo, durante 2016 se registró una sólida cuenta de resultados basada en la recurrencia de los ingresos, el control del gasto y la adecuada gestión del riesgo.

Riesgos

La adecuada gestión del riesgo se ve reflejada en sanos y estables indicadores de calidad crediticia. En este sentido, BBVA Bancomer se ha caracterizado por ser una institución cauta, que se anticipa a los riesgos. Ello se refleja en la positiva evolución de indicadores de riesgos, donde el índice de cartera vencida disminuyó 14 puntos básicos (pb) para ubicarse en 2.2% y el índice de cobertura también mejora para situarse en 132.1%. Por su parte, la prima de riesgo, que es el costo de prestar, se mantiene estable en 3.4% al cierre del año.

Engineering

Por el lado de los servicios, el área de Engineering brinda soporte a todas las operaciones del banco en términos de sistemas y plataformas tecnológicas. Ello también ha permitido a BBVA Bancomer posicionarse como el banco de referencia en el país en términos de Banca Digital.

Talento y Cultura

El gran resultado de BBVA Bancomer no sería posible sin el gran equipo con el que cuenta la institución, un equipo capaz y motivado. En el área de Talento y Cultura constantemente se busca la atracción, desarrollo y retención de la fuerza laboral, manteniendo una cultura corporativa basada en valores y en el total equilibrio entre el desarrollo profesional y personal.

Estos logros también han generado una extraordinaria calidad de vida y bajo un excelente ambiente de trabajo. Esto se vio reflejado en la encuesta anual de Great Place To Work (los mejores lugares para trabajar), en la que BBVA Bancomer ha mejorado su calificación en 3 puntos, para cerrar el año en 84%. Adicionalmente, el orgullo de pertenencia se ubicó con uno de los más altos del mercado con 94%.

En BBVA Bancomer nos seguimos transformando para crear las mejores oportunidades en el mercado.

Campañas publicitarias y comunicación de la RRC

Campañas masivas

- **AutoSeguro Bancomer:** “Si tu auto no puede evitar un choque, protéjelo con AutoSeguro Bancomer”. La campaña consistió en mantener la memorabilidad de la marca y del producto aludiendo que tu auto no se puede proteger solo ante los riesgos que este expuesto día a día.
- **Nómina Bancomer:** “Nómina Bancomer es la llave de entrada a un mundo de posibilidades”. La campaña consistió en comunicar los beneficios de cambiar tu Nómina a Bancomer.
- **Wallet:** “La forma más inteligente de comprar”. El mensaje principal de esta campaña es que BBVA Wallet es la app que te ofrece beneficios para comprar de manera inteligente.
- **Wibe:** “Cosas que nunca le van a pasar a tu coche”. La campaña consistió en comunicar los beneficios de wibe con la intención de consolidar su posicionamiento.

Redes sociales

Generamos y monitoreamos los contenidos y la atención a clientes de todas las plataformas en redes sociales institucionales con las que cuenta el banco.

- Cubrimos 76 eventos en redes sociales institucionales, los más destacados fueron: Inauguración Torre Bancomer, Open Talent, Semana del Emprendedor, Semana Nacional de Educación Financiera, Hackathon Bancomer, El concierto más alto: Café Tacvba, Bancomer Talks, Alexander Schulz: Highline.
- Fuimos Trending Topic en Twitter en los siguientes eventos: #TorreBancomer (Inauguración de la Torre), #HackathonBancomer, #BancomerTalks, #TorreBancomer (Café Tacvba) y #Miraalcielo (Highline).
- Nuestro nivel de servicio al cliente en las plataformas de Facebook y Twitter mejoró: de atender en un máximo 30 minutos al 85% de los clientes a un máximo de 15 minutos al 100%.

Facebook: 1,041,643 Fans
Twitter: 144,681 Followers
LinkedIn: 37,374 Followers
Google+: 8,934 Followers
Youtube: 6,234 Subscribers

Comunicación de la RRC

Para comunicar las actividades y resultados de la estrategia de negocio responsable de BBVA Bancomer, el área de RRC gestiona la elaboración de boletines y reportes, los cuales se difunden a sus grupos de interés a través principalmente de medios electrónicos.

| | |
|---|---|
| Informe Anual BBVA Bancomer 2016 | <ul style="list-style-type: none"> • Resultados económicos, sociales y medioambientales • Disponible en la página web del banco • Versión html y PDF |
| Informe Anual Fundación BBVA Bancomer 2016 | <ul style="list-style-type: none"> • Resultados de sus actividades y programas • Disponible en la página web de la fundación • Versión PDF |
| Informe Anual ABM 2016 | <ul style="list-style-type: none"> • Resultados de las actividades y programas de Responsabilidad Social y Sustentabilidad de todos los agremiados • Difusión entre las entidades financieras • Disponible en la página web de la asociación |
| Balance Económico y Social | <ul style="list-style-type: none"> • Presenta los impactos positivos sobre las personas y sociedad resultado de la actividad diaria de BBVA Bancomer |
| CoP BBVA Bancomer y Fundación BBVA Bancomer | <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación sobre el Progreso en la aplicación de los 10 Principios del Pacto Mundial al cual ambas entidades están adheridas • Disponible en la página web del Pacto Mundial |
| Artículos y notas de prensa | <ul style="list-style-type: none"> • Revista ConéctaT disponible en la intranet corporativa • Notas de prensa disponibles en la Sala de Prensa de la página web del banco |

Impacto económico



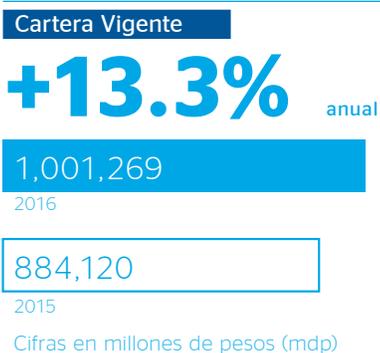
Superamos el billón de pesos en apoyo al desarrollo económico

Análisis y discusión de la evolución del negocio

Grupo Financiero BBVA Bancomer, saldos puntuales en millones de pesos.

Evolución de la Actividad Comercial

Al cierre de diciembre de 2016 hemos logrado superar la barrera de 1 billón de pesos (bdp) en la cartera vigente, equivalente a un incremento anual de 13.3%. Esta positiva evolución no solo permite a BBVA Bancomer posicionarse como líder en el mercado con una participación de 23% al cierre de diciembre 2016, sino que también ha sido el banco con el mayor aumento en saldo de cartera de crédito en los últimos doce meses, de acuerdo con la información pública de la CNBV.



LA CARTERA COMERCIAL registra una tasa de crecimiento anual de 14.8%, para alcanzar un saldo de 572,220 mdp. Dentro de este portafolio, el mayor dinamismo se observa dentro de los préstamos a la actividad empresarial que aumentan 18.9% en los últimos doce meses.

LA CARTERA DE CONSUMO Y TARJETA DE CRÉDITO con muy buena evolución creciendo en el año 13.6% y alcanzando un saldo de 247,534 mdp. El financiamiento al consumo, que incluye los préstamos de nómina, personales y de auto, registra el mayor crecimiento dentro de este portafolio con un saldo 16.7% superior al del año previo. Cabe destacar que la evolución de los créditos de nómina y personales sigue siendo impulsada por el otorgamiento de créditos previamente aprobados a nuestra propia base de clientes, esto no solo permite seguir aumentando los volúmenes sino también mantener la calidad en estos portafolios. Por su parte, la tarjeta de crédito comienza a mejorar tendencia de crecimiento al cerrar en diciembre 2016 con un saldo de 102,712 mdp, equivalente a un 7.8% anual.

EL FINANCIAMIENTO A LA VIVIENDA se ubicó en 181,515 mdp al cierre de diciembre de 2016, creciendo 8.1% respecto al mismo periodo del año anterior. Asimismo, BBVA Bancomer se mantiene como líder en el financiamiento hipotecario al otorgar una de cada cuatro nuevas hipotecas dentro del sector privado, de acuerdo con información pública de la CNBV.

En diciembre 2016, la captación bancaria (vista y plazo) crece 10.9% en el año. Al incluir los títulos de crédito emitidos y la cuenta global de captación sin movimientos, la captación tradicional aumenta 8.7% anual. Los depósitos a la vista alcanzan un saldo de 754,498 mdp al cierre de 2016, equivalente a un incremento anual de 11.1%. Por su parte, los recursos de plazo registran aumento anual de 10.2%, para alcanzar 193,749 mdp al cierre de diciembre 2016. Con ello, BBVA Bancomer se posiciona como líder de mercado en términos de captación bancaria con una participación de 23%. Asimismo, esta evolución de recursos permite a BBVA Bancomer mantener una rentable mezcla de fondo con un mayor peso relativo de los depósitos a la vista.

Cartera Comercial

+14.8% anual

572,220

2016

498,296

2015

Cifras en millones de pesos (mdp)

Cartera de Consumo y TDC

+13.6% anual

247,534

2016

217,982

2015

Cifras en millones de pesos (mdp)

Depósitos Vista

+11.1% anual

754,498

2016

679,012

2015

Cifras en millones de pesos (mdp)

Los activos gestionados en fondos de inversión cierran diciembre de 2016 en 355,554 mdp, con un aumento anual de 4.9%. Lo anterior, posiciona a BBVA Bancomer como una de las gestoras de fondos de inversión más grandes del mercado con una participación de 19%, de acuerdo a la información de la Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles (AMIB) a diciembre de 2016. Con ello, la captación total alcanza supera los 1.7 billones de pesos, equivalente a un crecimiento anual de 7.7%.

Cabe destacar que BBVA Bancomer gestiona un total de 1.7 billones de recursos de clientes.

Evolución de los Resultados

En diciembre de 2016 el margen financiero se ubicó en 113,335 mdp, un crecimiento anual de 12.2%. Este crecimiento se ha visto impulsado por mayores volúmenes de crédito y captación, así como por el buen desempeño obtenido en el negocio de seguros. Las estimaciones preventivas aumentan 13.9%, en línea con el incremento de la cartera de crédito. Con ello, el margen financiero ajustado por riesgos crediticios alcanza un monto de 80,901 mdp en diciembre 2016, siendo 11.6% mayor al del año previo.

Las comisiones registran un aumento anual del 6.5%, situándose al cierre de diciembre de 2016 en 22,666 mdp. En el detalle, las que muestran mayor dinamismo son las comisiones de tarjeta de crédito y débito, debido a un mayor volumen de transacciones de los clientes con estos productos.

El resultado por intermediación registra un aumento anual de 20.2% en el acumulado a diciembre 2016, apoyado por el positivo resultado derivado de la compra-venta, principalmente, de divisas e inversiones en valores.

Los otros ingresos de la operación cierran el año con un saldo de 790 mdp, apoyado principalmente por el ingreso derivado de la venta de bienes adjudicados.

BBVA Bancomer cuenta con un estricto control y gestión del gasto a pesar de la continua inversión realizada en el país. Ello se refleja en el aumento anual de 5.0% de los gastos de administración y promoción.

Margen Financiero

+12.2% anual

113,335

2016

100,997

2015

Cifras en millones de pesos (mdp)

Por su parte, la inversión se ha visto reflejada en la expansión de la infraestructura bancaria, lo que ubica a GFBB como una de las instituciones líderes con 1,836 oficinas, de las cuales más del 95% ya han sido remodeladas. Además, cuenta con 11,434 cajeros automáticos, siendo 662 más que el año anterior.

No obstante, la favorable evolución de los ingresos ha permitido a GFBB consolidar su posición como una de las instituciones más eficientes del sistema financiero, con un índice de eficiencia, medido como gastos entre ingresos, de 39.4% al cierre de diciembre de 2016.

La utilidad neta alcanzó 40,787 mdp en 12M16, un crecimiento de 18.3% ó 6,302 mdp.

Impacto económico

| Indicadores (%) | GFBB | Mercado* |
|---------------------------------|------|----------|
| Rendimiento sobre capital (ROE) | 22.2 | 11.3 |
| Margen de Interés Neto (MIN) | 5.8 | 4.6 |
| Índice de Eficiencia | 39.4 | 51.1 |
| Índice de Morosidad | 2.2 | 2.1 |

* Mercado de 5 Grupos a diciembre 2016 (Banamex, Santander, Banorte, HSBC y Scotiabank).

FUENTE: Reporte Trimestral Grupos Financieros

Valor económico añadido por grupo de interés

| | Dic-14 | Dic-15 | Dic-16 |
|---|---------|---------|----------------|
| Gastos de personal | 18,074 | 19,637 | 21,201 |
| Gastos por intereses | 27,012 | 27,940 | 34,633 |
| Gastos administración y operación | 14,854 | 15,760 | 15,622 |
| Impuestos | 9,559 | 11,094 | 13,572 |
| Contribuciones a la comunidad: recursos destinados | 69,499 | 74,431 | 85,028 |
| Valor económico generado | 114,898 | 127,332 | 141,841 |
| Margen financiero | 92,496 | 100,997 | 113,335 |
| Comisiones netas | 20,483 | 21,280 | 22,666 |
| Otros ingresos ordinarios | 1,919 | 5,055 | 5,840 |
| Valor económico distribuido | 74,007 | 80,612 | 88,399 |
| Dividendos | 20,515 | 21,475 | 23,531 |
| Gastos generales de administración | 25,859 | 28,406 | 30,095 |
| Impuestos | 9,559 | 11,094 | 13,572 |
| Gastos de personal | 18,074 | 19,637 | 21,201 |
| Valor económico retenido | 40,891 | 46,720 | 53,442 |
| Estimaciones Preventivas para Riesgo Crediticio | 25,526 | 28,482 | 32,434 |
| Reservas | 15,365 | 18,238 | 21,008 |

FUENTE: Grupo Financiero BBVA Bancomer

Cifras en millones de pesos (mdp)

Impacto social y medioambiental



Valor para nuestros grupos de interés y el medio ambiente

Clientes

Evolucionamos de la mano de la revolución tecnológica para hacerles más fácil la vida a nuestros clientes. Con un lenguaje claro y sencillo, ponemos a su alcance servicios y soluciones innovadoras. Avanzamos en la forma en la que escuchamos a nuestros clientes para mejorar su experiencia y ofrecer un servicio que supere sus expectativas. Reforzamos su seguridad por medio de herramientas preventivas y de protección.

Experiencia del cliente

La experiencia del cliente es una de las principales líneas estratégicas de BBVA Bancomer ya que nos permite observar que cada opinión o encuesta recibida por nuestros clientes resulta una oportunidad de mejora en el servicio.

Cada seis meses realizamos un estudio de benchmarking a mercado abierto para el cálculo de NPS (Net Promoter Score, ranking de las mejores compañías en experiencia de cliente). En este estudio preguntamos por la recomendación sólo de los 5 principales bancos.

En 2016 obtuvimos la primera posición en 6 de las 8 ciudades donde realizamos este estudio. Para el segmento de Banca de Empresas, BBVA Bancomer se posicionó como líder.

Desde 2015 implementamos en nuestra Red de Sucursales una plataforma de feedback digital para entender las necesidades de nuestros clientes. De esta forma obtenemos en tiempo real la opinión de nuestros clientes cuando asisten a realizar alguna operación en la ventanilla, gestión o en el Autoservicio. Los

resultados de esta evaluación aumentaron 11 puntos de 2015 a 2016.

Con la metodología NPS a través de encuestas telefónicas obtenemos la valoración por cada tipo

de cliente y la de nuestros canales de atención Bancomer.com, Bancomer Móvil, Autoservicio y el Contact Center. Estos canales en 2016 aumentaron su indicador de recomendación respecto a la del 2015.

Comunicación transparente, clara y responsable (TCR)

El sector financiero es percibido como complejo. El cliente considera que utilizamos un lenguaje muy técnico, que nos sirve para entendernos entre las personas del mismo sector, pero que resulta complicado para ellos.

Las personas quieren información clara y precisa sobre los productos que contratan. Las instituciones financieras tenemos la responsabilidad de explicar en un lenguaje sencillo y fácil de entender cualquier comunicación, documento o contrato que emitamos para permitir una toma de decisiones informada.

Para lograrlo, hemos desarrollado el proyecto de Comunicación TCR como uno de los ejes estratégicos del modelo de negocio responsable. Consiste en definir los criterios básicos de actuación y las pautas necesarias para aplicar la máxima sencillez posible a toda la comunicación de sus productos y servicios y en todos los puntos de contacto con el cliente y con sus grupos de interés. El área encargada de la iniciativa TCR es la Dirección de Arquitectura de Procesos, parte de la Dirección General de Transformación.

Los ámbitos en los que se aplica la Comunicación TCR son:

- **Fichas de producto TCR:** Describen los productos proporcionando las ventajas, pero también los costes y riesgos asociados a él, con un lenguaje sencillo y un glosario de términos para los tecnicismos inevitables.
- **Contratos TCR:** Consiste en replantear los contratos actuales con los clientes y estructurarlos de una forma más intuitiva y con un lenguaje fácil de entender.
- **Publicidad TCR:** El objetivo de esta iniciativa es que la comunicación publicitaria de BBVA Bancomer sea transparente, clara y responsable. Para ello, elaboramos el Código de Comu-

nicación Publicitaria TCR, que es un documento autorregulatorio que contiene los principios que debe seguir toda comunicación publicitaria del Grupo.

- **TCR Digital:** Garantizar que las soluciones digitales sean intuitivas y contengan información clara y suficiente.
- **Centro de atención al cliente:** Mejorar la experiencia del cliente con los asesores telefónicos.

Avances 2016

Fichas de producto: Contamos con 100 fichas actualizadas bajo criterios TCR, lo cual representa el 100% de los productos del anaquel de la banca comercial y algunos de la banca patrimonial y empresarial.

Contratos: El contrato de canales digitales está instalado y disponible para los clientes actuales y nuevas contrataciones; tenemos 9 contratos transformados en validación de consistencia con la operatoria actual; y la reducción en el número de firmas del cliente para tarjeta de crédito y consumo.

Publicidad: Aplicamos el código TCR para marketing tradicional y digital y revisión de contenidos por parte del área de Marketing y las agencias de publicidad.

TCR Digital: Impartimos talleres a equipos multidisciplinares dedicados al diseño y desarrollo de soluciones digitales y aplicamos un esquema de pruebas previas a su liberación al mercado.

Centro de atención al cliente: Capacitamos a los desarrolladores de contenidos en lenguaje claro y definimos la estrategia para transformar los mapas que guían a los asesores telefónicos al atender al cliente.

Educación financiera

La educación financiera (EF) es una de las prioridades estratégicas del Plan de Negocio Responsable de BBVA Bancomer y se articula a través del Plan Global de Educación Financiera. Nuestro objetivo en este campo es favorecer el desarrollo de habilidades financieras que permitan a la sociedad tomar decisiones informadas para mejorar su bienestar financiero y ser más consciente de los riesgos y oportunidades que existen.

Trabajamos con tres segmentos principalmente:

Cultura financiera para preparar a niños y jóvenes para su futuro.

Educación financiera para adultos, que junto a la Comunicación TCR, es la otra pieza para que el cliente tome decisiones informadas.

Formación en finanzas y habilidades para los negocios para pymes, las cuales juegan un rol importante en el desarrollo del tejido económico-empresarial del país.

El programa de educación financiera de BBVA Bancomer *Adelante con tu futuro*, que nació en 2008, cuenta con la infraestructura más grande para un programa de educación financiera en América Latina, con 20 aulas fijas, 15 aulas móviles, 15 equipos móviles, 100 instructores y unos contenidos que están alineados con el ciclo de vida de las personas para acompañarlas, en sus diferentes etapas, con las herramientas necesarias para administrar mejor sus finanzas.

Avances 2016

Participantes Educación financiera Adelante con tu futuro

| Año | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------|---------|---------|----------------|
| Personas participantes | 312,540 | 338,662 | 320,707 |
| Talleres realizados | 905,871 | 938,691 | 910,784 |

Incluye a los participantes de Valores de futuro.

Participantes Valores de futuro

| Año | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------------|--------|--------|---------------|
| Número de alumnos | 51,122 | 16,523 | 16,096 |
| Número de talleres | 81,380 | 16,523 | 16,096 |
| Número de voluntarios | 123 | 105 | 154 |
| Número de centros escolares | ND | 31 | 20 |

- El Banco Mundial realizó una evaluación de nuestro programa de Educación Financiera con el fin de cuantificar su impacto en el comportamiento financiero de los clientes a partir de haber recibido formación y asesoría.

Los resultados fueron positivos con un 92% de mejora en el manejo de sus finanzas personales y un 90% con un manejo más responsable de sus créditos.

- Llevamos a cabo la 3ª Reunión Nacional de Educación Financiera en la Ciudad de México con la asistencia de 103 personas.
- Participamos en la Semana Nacional del Emprendedor a través de un stand con más de 5,000 personas atendidas, un aula móvil, 60 talleres lúdicos para niños, una conferencia con 260 asistentes y presencia en redes sociales.
- Asistimos a dos Jornadas de la Liga BBVA Bancomer MxSub-13 para promover la educación financiera entre las promesas del fútbol por medio de pláticas y juegos.
- Participamos en la Semana Nacional de Educación Financiera, un evento que busca concientizar a las familias sobre el efecto de sus hábitos en materia de finanzas personales y proporcionarles consejos para mejorarlas.
- Fuimos parte de la 5a Semana de Educación Financiera en Estados Unidos y Canadá, que tiene como fin concientizar a los mexicanos que viven allá sobre obtener casa en México, impartiendo talleres y conferencias.
- Participamos en el Día de Ahorro Infantil, evento organizado por la ABM, donde se visitaron grupos de 5º de primaria de escuelas públicas de 14 ciudades y presentando los elementos más importantes y tipos de ahorro.
- Se capacitaron a estudiantes de 4 universidades con las que tenemos convenio (Universidad Tecnológica de Tula Tepeji, Universidad Tecnológica de Huejotzingo, Universidad Politécnica de Huatusco y Escuela Bancaria y Comercial Reforma) para participar como instructores de talleres de educación financiera entre la comunidad universitaria, personal docente y personal administrativo dentro de las instalaciones de las mismas.

Gestión de quejas y reclamaciones

Las reclamaciones y quejas de clientes constituyen un punto de partida excepcional para mejorar los procesos del Grupo BBVA Bancomer, ya que nos señalan de manera precisa qué partes de los procesos deberían modificarse para hacer la vida más fácil a nuestros clientes. La coyuntura económica, el crecimiento del negocio y la evolución de las normativas y regulaciones, más severas con las entidades financieras, nos exigen un mayor esfuerzo en la gestión de cualquier solicitud o disconformidad de nuestros clientes.

Nuestra unidad de reclamaciones, Special Claims Unit, está en continua evolución con el fin de mejorar y optimizar sus modelos de

gestión, siendo las tarjetas, especialmente las de crédito, el producto más reclamado.

Las inconformidades que uno de nuestros clientes o usuarios pudiera presentar en el uso de los productos y servicios que ofrece BBVA Bancomer, son atendidas por los canales establecidos para ello, siendo las principales: Sucursales, Línea Bancomer y Bancomer.com

Si uno de nuestros clientes no está plenamente satisfecho con la resolución de su inconformidad, puede acudir a la Unidad Especializada de BBVA Bancomer (UNE), en donde un equipo multidisciplinario atenderá nuevamente su solicitud brindando un servicio de alta calidad.

| Reclamaciones presentadas ante la UNE | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|--------|--------|--------|
| Reclamaciones directas del cliente | 34,725 | 47,453 | 49,598 |
| Reclamaciones ante la CONDUSEF | 37,681 | 34,135 | 36,176 |
| Total de reclamaciones presentadas | 72,406 | 81,588 | 85,774 |
| Resueltas a favor del cliente | 19,793 | 19,352 | 20,197 |
| Resueltas a favor del banco | 30,141 | 30,917 | 40,132 |
| Número promedio de días para resolver una reclamación | ND | 11 | 9 |

(1) En virtud de que las reclamaciones de nuestros clientes pueden implicar un impacto monetario o bien, es la ejecución o entrega de algún producto y servicio, solo se consideran para la información estadística aquellas que presentan un impacto monetario.

(2) Si bien el número de inconformidades de nuestros clientes se incrementa cada año, lo hace a una tasa de crecimiento más baja que la tasa de crecimiento de la cartera de la Institución.

Alcance: BBVA Bancomer

Protección del cliente

Ante el creciente clima de inseguridad y delincuencia que se vive en el país, nuestros clientes y usuarios necesitan sentirse tranquilos de que su información, su patrimonio y hasta su integridad física están protegidos con nosotros.

La Dirección de Seguridad Institucional de BBVA Bancomer trabaja en varios frentes para prevenir y gestionar los riesgos operativos y tecnológicos más relevantes.

Avances 2016

- Desde septiembre de 2015 se comenzó el despliegue de la estrategia Chip + NIP para realizar compras en comercios. Esta medida va enfocada a eliminar el riesgo fraude cuando el cliente pierde o le es sustraído su plástico. Gracias a esta estrategia se ha logrado disminuir 41% el promedio mensual de fraude 2015 vs. 2016 para robo común.
- En conjunto con el CERT España se monitorea la actividad en la red hacia páginas que suplantán la identidad de Bancomer.com. Una vez identificadas las páginas estas son bloqueadas y dadas de baja para evitar que clientes entren a dichos portales y comprometan su información como lo puede ser número de tarjeta, claves de acceso y NIP. Durante 2016 se implementaron mejoras en el proceso de detección lo que permitió disminuir un 25% la cantidad de sitios aperturados en contra de BBVA Bancomer.
- Despliegue del lector óptico para asegurar que es el cliente quien verdaderamente está transaccionando en la página de Bancomer.com. El OTP (One Time Password) permite que solo un dispositivo pueda leer la clave de activación reduciendo el riesgo que el cliente la comparta verbalmente a un defraudador.
- En cuanto a los asaltos en sucursales, desde el año pasado implementamos e instalamos nuevas tecnologías en sucursales y ATM's, superiores a las establecidas por la autoridad, tales como:

Sitios Falsos

- 25 %

1,341

2016

1,798

2015

- Instalación de mamparas en mostradores para delimitar la visibilidad ante la operación del cliente.
- Instalación de cámaras en áreas de estacionamiento.
- Implementación de Anfitrión Bancario, el cual es un empleado bancario de la sucursal que alerta, detecta e identifica patrones delictivos, tales como los "talladores". Esta persona será la que active el operativo de alertamiento hacia el centro de monitoreo de seguridad de la Institución.
- Supervisión de vigilancia en sucursales de mayor riesgo.
- Se tienen reuniones con autoridades municipales y estatales a través de la instancia SEPROBAN (Coordinadora), para llegar a acuerdos de colaboración.
- En cuanto a prevención de fraudes, nos mantenemos a la vanguardia tecnológica, con personal capacitado para la implementación y aplicación de las medidas de seguridad.

Equipo

En BBVA Bancomer creemos que las personas son la base de nuestro éxito. Estamos creando una nueva cultura de trabajo en un entorno y con formas de trabajo donde el cliente sea el centro de todo lo que hacemos.

Un ejemplo representativo de la transformación cultural que vivimos en BBVA Bancomer es la experiencia de la Dirección General de Recursos Humanos que se reorganiza y transforma, en la Dirección General de Talento y Cultura. Con un modelo de cinco dimensiones se está desarrollando la transformación cultural de BBVA Bancomer, donde el objetivo principal es impactar el alma de las personas que formamos parte de la organización.



Hemos definido un modelo aspiracional de la función de T&C, basándonos en las tendencias del mercado, apalancado en 5 principales dimensiones

3. Gestionando
el talento y desarrollando líderes

4. Mejorando
el desempeño



1. Impulsando
los valores

2. Buscando
la satisfacción

5. Alineación
a estrategia global Holding

LA EVOLUCIÓN de la función de T&C busca transformar el "alma" de la Organización: las personas

Perfil de los empleados

| Plantilla por Edad y Género | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------------|--------|--------------------------------|--------|
| Edad | | Porcentaje de empleados | |
| < 25 | 18.9% | 11.2% | 11% |
| 25-45 | 66.7% | 71.5% | 74% |
| < 45 | 14.4% | 17.3% | 15% |
| Sexo | | Porcentaje de empleados | |
| Mujeres | 53.1% | 53.4% | 54% |
| Hombres | 46.9% | 46.6% | 46% |
| Total empleados | 38,273 | 38,719 | 37,839 |

Alcance:
BBVA Bancomer

| Plantilla por Contrato, Jornada Laboral y Género | 2016 | | | |
|--|------------------------|----------|--------------------------------|---------|
| Contrato | 90.3% de planta | | 9.7% eventuales ⁽¹⁾ | |
| | 15,798 M | 18,368 F | 1,744 M | 1,908 F |
| Jornada laboral | 98.1% jornada completa | | 1.9% jornada parcial(1) | |
| | 17,328 M | 19,804 F | 214 M | 472 F |

⁽¹⁾ De los cuales, el 0.1% son expatriados

Alcance:
BBVA Bancomer

Estamos creando una nueva cultura de trabajo en un entorno y con formas de trabajo donde el cliente sea el centro de todo lo que hacemos.

| Altas Empleados ⁽¹⁾ | 2014 | | 2015 | | 2016 | |
|--------------------------------|--------------|-------|--------------|-------|---------------|-------|
| | F | M | F | M | F | M |
| < 25 | 2,248 | 2,090 | 1,745 | 1,202 | 2,414 | 1,828 |
| 25-45 | 2,024 | 2,583 | 2,133 | 2,398 | 2,786 | 2,938 |
| < 45 | 63 | 187 | 55 | 119 | 60 | 156 |
| Total | 9,195 | | 7,652 | | 10,182 | |

⁽¹⁾ Se reportan las altas reales.

Alcance:
Grupo BBVA Bancomer

| Bajas Empleados ⁽¹⁾ | 2014 | | 2015 | | 2016 | |
|--------------------------------|--------------|-------|--------------|-------|---------------|-------|
| | F | M | F | M | F | M |
| Menos de 25 años | 1,381 | 1,342 | 940 | 740 | 1,709 | 1,224 |
| 25 a 45 años | 2,649 | 2,672 | 2,336 | 2,466 | 3,782 | 3,723 |
| Más de 45 años | 341 | 591 | 299 | 425 | 453 | 677 |
| Total | 8,976 | | 7,206 | | 11,568 | |

⁽¹⁾ Se reportan las bajas reales.

Alcance:
Grupo BBVA Bancomer

| Rotación por Edad y Género | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------------|--------|-------|-------|
| Hombres | 26% | 20.2% | 9.2% |
| Mujeres | 21.7% | 17.4% | 8.1% |
| 0 a 25 años | 42.80% | 36.8% | 18.4% |
| 25 a 45 años | 20.70% | 17.5% | 8.4% |
| Más de 45 años | 16.10% | 11% | 2.1% |

En 2014 y 2015 se reporta la rotación gestionada. A partir de 2016 se reporta la rotación voluntaria.

Alcance:
Grupo BBVA Bancomer

| Nivel de Ausentismo | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------|---------|---------|---------|
| Empleados ¹ | 30,981 | 30,270 | 9,942 |
| Días ² | 195,328 | 204,540 | 172,449 |

⁽¹⁾ La cifra del 2016 no incluye empleados repetidos.

⁽²⁾ Corresponde a días naturales.

Selección, formación y desarrollo

Talento joven

Nos estamos transformando para servir mejor a nuestros clientes y ser un mejor lugar para las personas que lo formamos. Los jóvenes sin duda son la promesa de esa transformación y cambio constante, son los que cuestionan y proponen, los que pueden ver con mirada nueva lo que ya existe y contribuyen a mejorar el entorno laboral y social del país.

Queremos estar cerca de los jóvenes y sus universidades, contribuir con su formación y facilitarles sus primeras experiencias laborales en BBVA Bancomer, que puedan conocer y vivir lo que es ser parte del Grupo y convertirnos en su mejor opción para desarrollar su carrera profesional.

Pertenecer a BBVA Bancomer significa desarrollar tu carrera en una de las empresas más sólidas, buscamos profesionales de distintas carreras con el fin de enriquecer a los equipos de trabajo incorporando nuevo talento con competencias específicas.

Programas Talento Joven:

- Programa de Becarios: está dirigido principalmente a estudiantes del último año de la licenciatura con promedio mínimo de 8.5 para cubrir 30 horas a la semana, que estén interesados en impulsar su desarrollo y adquirir experiencia profesional participando en un proyecto específico durante 6 meses. Durante 2016 incorporamos a 98 estudiantes en distintas áreas de negocio.



- Programa de Trainees Junior: va dirigido a recién egresados de licenciatura, con duración de 1 año. Tiene como objetivo fundamental identificar el talento de las nuevas generaciones para impulsar su desarrollo profesional y potencializar sus competencias de una manera acelerada, así como contribuir en el logro de objetivos de las distintas áreas del negocio. Durante 2016 incorporamos a 59 Trainees Junior.
- Programa de Trainees Senior: Tiene como objetivo desarrollar el talento en los distintos niveles del Grupo mediante un programa enfocado a egresados de maestría, con mayor experiencia laboral por un tiempo de 12 meses. A través de proyectos y roles específicos en el programa Trainees Senior, buscamos generar bases más analíticas y críticas para la continuidad en la transformación del banco. Durante 2016 se incorporaron a 20 Trainees Senior.
- Summer Internship Program: tiene como objetivo vincular a BBVA Bancomer con las nuevas generaciones de talento joven mediante un programa enfocado a estudiantes de maestría por un tiempo de tres meses.

Formación

Centros de formación Campus BBVA

Open Day fue el evento que representó la inauguración de las sedes corporativas de formación Campus BBVA ubicadas en Torre Murano y Torre Toreo. Durante cuatro días, donde

se impartieron ocho conferencias, 16 talleres de innovación y 48 learning journeys, más de 700 colaboradores del banco vivieron las nuevas experiencias de aprendizaje de la empresa.

| Formación | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|-------------|--------------|---------------------|
| Formación presencial (horas) | 1'340,572 | 974,180.77 | 718,140.09 |
| Formación a través de <i>e-campus</i> (horas) | 1'676,177 | 1'576,064.07 | 1,479,780.27 |
| Total | 3'016,749 | 2'550,244.84 | 2,197,920.36 |
| Porcentaje de empleados formados | 100% | 96% | 98.6% |
| Inversión total en formación (pesos) | 136'800,610 | 137,754,110 | 139,747,208 |
| Inversión en formación por empleado (pesos) | 3,511 | 3,557 | 3,745.37 |
| Horas de formación por empleado | 77.43 | 68 | 58.9 |
| Evaluación de la satisfacción de la formación | 9 | 9 | 9 |
| Empleados que han recibido formación | 38,961 | 37,521 | 37,312 |

Alcance:

Grupo BBVA Bancomer
Se dieron 584,772 horas de capacitación en temas de prevención de lavado de dinero, derechos humanos, anti-corrupción, protección de datos personales y código de conducta.

Diversidad y conciliación

A través de nuestra estrategia de Diversidad apoyamos iniciativas que apoyen la igualdad entre mujeres y hombres que colaboran en la empresa buscando siempre el mejor talento y potencializando las capacidades de todos.

También apoyamos iniciativas en donde la discapacidad no sea una barrera para laborar en la empresa, incluyendo así a colaboradores con capacidades diferentes al equipo de BBVA Bancomer.



Igualdad de Género

Contamos con una estrategia de diversidad para lograr la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres.

Líneas de actuación de Diversidad

| Equidad de Género | Inclusión |
|-------------------------|----------------------------------|
| -Maternidad | -Infraestructura y accesibilidad |
| -Desarrollo profesional | -Procesos de Recursos Humanos |
| -Sensibilización | -Incorporación |
| | -Sensibilización |

Hemos establecido dos comités que nos garantizan el buen funcionamiento: el Comité operativo, que se reúne cada mes, y el Comité estratégico, que es cuatrimestral.

Nuestras sedes corporativas cuentan con servicios que coadyuvan a lograr nuestros objetivos:

- Salas de lactancia y convenios con guarderías y escuelas.
- Horarios escalonados y trabajo a distancia.
- Accesibilidad e infraestructura para personas con discapacidad con servicios tales como lugares de estacionamiento, rampas, baños y espacios de oficina.

Avances 2016

| Categoría de Empleado por Género | 2014 | | 2015 | | 2016 | |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| Comité Dirección y Directores Corporativos | 61 | 2 | 58 | 5 | 55 | 5 |
| Directivos | 244 | 40 | 213 | 35 | 184 | 35 |
| Mandos medios | 2,483 | 1,395 | 2,673 | 1,593 | 2,729 | 1,706 |
| Especialistas | 3,109 | 2,799 | 3,198 | 2,881 | 3,239 | 2,978 |
| Fuerza ventas | 7,110 | 7,282 | 6,795 | 6,907 | 6,126 | 6,174 |
| Puestos base | 8,823 | 4,925 | 5,087 | 9,274 | 5,227 | 9,381 |

Niveles de Reincorporación al Trabajo tras Baja por Maternidad

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------------|------|-------|-------|
| Bajas de maternidad ⁽¹⁾ | 972 | 1,131 | 1,004 |
| Número de bajas cubiertas | 662 | 647 | 92 |
| Número de mujeres reincorporadas | 767 | 996 | 856 |

⁽¹⁾ Bajas se refiere a mujeres que estuvieron ausentes por concepto de incapacidad por maternidad.

- 5 mujeres ocupan puestos en la Alta Dirección.
- Al cierre de 2016 contamos con un total de 37 colaboradores con discapacidad.
- En 2016 tuvimos 5 incorporaciones de colaboradores con discapacidad motriz en las sucursales diseñadas para ser totalmente accesibles acompañados de la Fundación Colabore A.C. para dar sensibilización a nuestros compañeros.
- Actualizamos la Guía de Maternidad, el Reglamento para el uso de Sala de Lactancia y la Guía para la Reincorporación de Colaboradoras posterior a la Incapacidad por Maternidad.
- Seguimos trabajando en la sensibilización de los empleados, principalmente a través del sitio de diversidad, impulsando la paternidad, la maternidad y el respeto a la diversidad.
- Impulsamos la paternidad como parte del Programa de Equidad con el lanzamiento de una campaña donde estimulamos a que nuestros colaboradores conozcan y tomen su licencia de paternidad.

Compensación y remuneración

Nuestro sistema retributivo se basa en la generación recíproca de valor para los profesionales y para el Grupo, basado en las mejores prácticas nacionales e internacionales generalmente aceptadas en materia de retribuciones y de buen gobierno de sociedades.

La retribución se compone de dos partes claramente diferenciadas:

- **Compensación fija**, que se establece tomando en consideración el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional del empleado, fijándose una referencia salarial para cada función.
- **Compensación variable**, que recompensa la creación de valor en la empresa, remunerando las aportaciones individuales, las de los equipos y la agregación de todos ellos. La retribución variable está orientada a recom-

pensar el logro de resultados individuales, grupales y organizativos, medidos a través de indicadores de cliente, financieros, etc.

El salario base de cada categoría profesional es el mismo con independencia del género, con pleno respeto a la singularidad de cada empleado y sin discriminaciones de ninguna clase. Nuestro salario mínimo en la empresa es un 50% superior al salario mínimo general en el país.

Los empleados de BBVA Bancomer cuentan, asimismo, con un abanico de beneficios sociales, los cuales se agrupan en cinco ámbitos:

- **Convenios y promociones:** Acceso a convenios con empresas y programas de membresías que otorgan descuentos en viajes, escuelas y guarderías, restaurantes, ropa, etc.



Trabajo Decente y Crecimiento Económico

Garantizamos un trabajo decente para todos los hombres y mujeres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, y la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.

- **Deporte y recreación:** Actividades deportivas, sociales y culturales para fomentar la integración y el bienestar familiar, tales como la Carrera BBVA Bancomer y los Juegos Bancarios.
 - **Para la familia:** Eventos y programas para hijos y familiares de nuestros colaboradores como el programa Emprendedores de Verano y la Ruta BBVA.
 - **Prestaciones:** Préstamos personales para vestido y calzado, consumo, automóvil, hipotecario, personal y casas comerciales. Con el sistema Beneflex, cada colaborador decide en qué rubro desea tener cobertura de acuerdo a sus necesidades.
 - **Servicio médico.**
- Asimismo, las nuevas sedes brindan beneficios adicionales tales como:

| Alimentos | Transporte | Bienestar | Servicios |
|-----------------------|---|----------------------|---|
| Comedores generales | Transporte corporativo | Consultas médicas | Mostrador de servicios (tintorería, estética, etc.) |
| Comedores de paga | Transporte entre sedes | Farmacia | Limpieza de calzado |
| Cafeterías | Estacionamientos para autos, motos y bicicletas | Salas de lactancia | Kiosko de souvenirs |
| Áreas de colaboración | | Centros de bienestar | Zonas de esparcimiento (fútbolito, ping pong, etc.) |
| | | Regaderas | Actividades al aire libre |

⁽¹⁾ No todos los beneficios se ofrecen en todas las nuevas sedes.

Condiciones laborales

En 2016 trabajamos para que nuestros empleados se adaptaran rápidamente a las nuevas sedes. Tras la gran inauguración de la Torre BBVA Bancomer, llevamos a cabo “Un día en familia y amigos”, evento al cual invitamos en el verano a más de 9,000 familiares y amigos de nuestros empleados a que conocieran nuestras diferentes sedes para hacerlos sentir parte de este gran proyecto de transformación.

Realizamos cambios en nuestro sistema de valoración para contar con un proceso más flexible, con la participación del personal sindicalizado y un informe de resultados individual. Esta valoración, que mide skills, liderazgo, rating y potencial de cada colaborador en un solo sistema, permite mejorar las conversaciones con su líder, así como la movilidad y claridad hacia el futuro.

Realizamos métricas que nos permiten cuantificar los avances en la relación colaborador-organización y su impacto en la satisfacción, bienestar y productividad. Las tres más importantes de este año fueron:

1. **Diagnóstico Cultural-** Se aplicó este año por primera vez a todos los colaboradores que fueron migrados a las nuevas sedes con el objetivo de conocer su percepción sobre los cambios en cuanto a los servicios disponibles, nuevos comportamientos y el espacio físico.

2. La Encuesta de Reputación Interna Emocional (RIE) 2016-

Nos permite observar los avances en la imagen de la organización para los colaboradores. Los resultados de este año muestran que la reputación interna en México se mantiene estable tanto entre los empleados de red como de servicios centrales, siendo nuestras principales fortalezas la solidez y el crecimiento.

3. La Encuesta de Clima organizacional-

Es aplicada por el Instituto Great Place to Work, y este año obtuvimos el mejor resultado de los últimos 5 años: 85 de cada 100 colaboradores tienen un alto nivel de satisfacción.

En materia de libertad de asociación y representación sindical, entendemos que el diálogo y la conciliación son la mejor manera de solucionar conflictos y alcanzar consensos.

BBVA Bancomer cuenta con el contrato colectivo de trabajo más completo del sistema financiero, el cual define la relación laboral con el 31.9% de los empleados del Grupo BBVA Bancomer.

Al contar con una representación sindical digna y responsable y con un contrato colectivo de trabajo sólido y reconocido nos permite continuar el desarrollo de acciones y proyectos, siempre sobre la disposición de un capital humano bien compensado y atractivo, lo que nos direcciona a mantenernos en una firme posición en el mercado financiero.

Cada dos años se revisa con el Sindicato Nacional BBVA Bancomer de Empleados de los Servicios de la Banca y Crédito y Actividades Financieras relacionadas (SNAEBB), el Contrato Colectivo de Trabajo integralmente, donde se reformulan las cláusulas administrativas.

Avances 2016

| Plantilla del Banco: 37,839 | | | |
|-----------------------------|---------------|-------------------|---------------|
| Sindicalizados | | No Sindicalizados | |
| Hombres | 4,186 | Hombres | 13,374 |
| Mujeres | 7,894 | Mujeres | 12,385 |
| Total | 12,080 | Total | 25,759 |

Alcance:
Grupo BBVA Bancomer

- Se hizo la revisión salarial de los 18 contratos colectivos de las empresas que conforman el Grupo BBVA Bancomer, resultando un incremento del 4% a los tabuladores del personal sindicalizado.
- Incorporamos al colectivo sindicalizado de las empresas del Grupo a los esquemas de retribución flexible y valoración de competencias.
- El esquema de compensación variable Bono Venus y Gana más del personal sindicalizado presentó cambios durante el año con la incorporación y baja de productos en atención a los requerimientos del negocio.
- Comotodoslosaños, elaboramoselprograma de trabajo conjunto con las representaciones sindicales, apoyamos la realización de los 18 eventos nacionales para el personal sindicalizado.
- Mantuvimos informados a los sindicatos del Grupo de todos los eventos, cambios y comunicaciones emitidas, compartimos 465 circulares durante el año.
- Atendimos 104 visitas de inspección laboral por parte de la Secretaria del Trabajo y Previsión Social en las que intervinieron los representantes de los trabajadores de los centros de trabajo visitados en las comisiones mixtas.
- Con la participación de las representaciones sindicales de las empresas del Grupo, implementamos los 24 proyectos de negocio que presentaron impactos laborales en las condiciones de trabajo del personal.
- Concertamos con las representaciones sindicales 21 proyectos o procesos de Talento y Cultura y Corporativos que involucraban a personal sindicalizado del Grupo.

Voluntariado y *social engagement*

Nuestro Programa de Voluntariado Corporativo tiene como objetivo vincular los programas de responsabilidad social corporativa del banco con el genuino interés de nuestros colaboradores que desean hacer trabajo voluntario a favor de su comunidad.

Para lograrlo, contamos con un Comité de Voluntariado integrado por áreas clave de la empresa, un portal de voluntariado corporativo donde publicamos los eventos en los que pueden participar los colaboradores, y un “Día del Voluntario”.

Avances 2016

- 2,999 empleados voluntarios (incluye empleados en más de una actividad de voluntariado)
- 7 acciones de voluntariado impulsadas
- 59,924 horas dedicadas a voluntariado

*Nuestro Programa de Voluntariado Corporativo tiene como objetivo **vincular los programas de responsabilidad social** con el genuino interés de nuestros colaboradores que desean hacer trabajo voluntario.*

Entre las actividades de voluntariado que se llevaron a cabo en 2016 están:

- 4ª Reforestación del Bosque BBVA para conservar el bosque del Ajusco mediante la plantación de 10,000 árboles e impulsar una cultura de cuidado del medio ambiente entre colaboradores y familias.
- La actividad de reforestación se extendió a nivel nacional: Guadalajara, León, Puebla, Mérida y Tijuana.
- Madrinas y Padrinos, Tutores y Mentores de los programas educativos de Fundación BBVA Bancomer brindaron acompañamiento a los más de 22,000 becarios.
- Colaboradores que se inscribieron como voluntarios impartieron los talleres de educación financiera “Valores de futuro” a jóvenes de secundaria.
- “Sumando Esfuerzos”, jornada de voluntariado para el rescate del Parque Cañitas, en Popotla, mediante la limpieza y pintura de espacios públicos, el mejoramiento de cien fachadas de viviendas y de nueve escuelas y desarrollo de un huerto comunitario.
- Momentum Project para acompañar emprendimientos sociales con tutorías de 20 mentores activos de BBVA Bancomer.



Vida de Ecosistemas Terrestres

Contribuimos a la conservación de la biodiversidad mediante la Reforestación del Bosque BBVA Bancomer, un programa de restauración ecológica de 50 hectáreas en el Ajusco, uno de los principales pulmones para la Ciudad de México.

Sociedad

Productos de alto impacto social

Desarrollamos productos financieros de alto impacto social en los que integramos atributos sociales diferenciales. Productos que impulsan el crecimiento, la inclusión financiera y dan respuesta a personas con necesidades especiales.

Inclusión financiera

Las nuevas tecnologías, el incremento en la capacidad de procesamiento de la información, el incremento en la velocidad y facilidad de conexión de datos, la reducción en los costos de los teléfonos inteligentes y el incremento de lugares con Wifi público, dan a las instituciones financieras la posibilidad de generar ofertas de valor para el segmento de personas con bajos ingresos a un costo menor. Para la población de menos recursos, el incorporarse a los servicios financieros formales reduce significativamente los costos y riesgos de sus operaciones financieras, tales como enviar y recibir dinero, ahorrar recursos y pagar por productos y servicios.

En BBVA Bancomer hemos comprendido que una mayor inclusión financiera impacta favorablemente en el bienestar y el crecimiento económico sostenido del país y, por lo tanto, la lucha contra la exclusión financiera es coherente con nuestro compromiso ético y social, así como con nuestros objetivos de negocio de medio y largo plazo.

Para contribuir a ello, hemos desarrollado un modelo de negocio de inclusión financiera (IF) que nos permita atender adecuadamente a la

población de menores ingresos. Buscamos que el dinero se convierta en un facilitador para sus vidas, no un obstáculo. Tratamos de facilitar su acceso a los servicios financieros a través de soluciones alternativas al modelo tradicional de sucursal, desarrollando canales y productos digitales de bajo costo, productos de fácil apertura y sencillos de operar, que les permitan realizar sus consultas, transacciones y transferencias de forma rápida y segura, y que garanticen seguridad, disponibilidad y proximidad.

Estrategia de Inclusión Financiera:

- Uso de nuevas tecnologías digitales
- Incremento de la cobertura bancaria con plataformas sin sucursal
- Soluciones financieras innovadoras de bajo costo, diseñadas para el segmento
- Uso de big data y metodologías no tradicionales para evaluar el riesgo

| Productos | Canales de atención |
|-------------------------|------------------------------------|
| Cuenta express | Corresponsales bancarios |
| Adelanto de nómina | Bancomer SMS |
| Microseguro de vida | Bancomer móvil |
| Microcréditos | Apps |
| Remesas internacionales | Cajeros automáticos y recicladores |
| | Flap |

Avances 2016

| Multicanalidad 2016 | | |
|---------------------|---------------------------------|-------------------|
| Canal | Número de Transacciones Totales | Variación vs 2015 |
| Internet | 1,392,322,700 | 19% |
| Cajeros automáticos | 820,897,037 | -3% |
| Bmovil | 905,969,217 | 84% |
| BSMS | 10,702,593 | 61% |

- Durante el 2016 otorgamos cerca de 38 mil microcréditos de consumo de hasta 3 mil pesos cada mes.
- Desarrollamos por primera vez un microseguro de vida, que estará disponible a partir de 2017.
- A través de los corresponsables bancarios, superamos la meta de 30,000 establecimientos en operación, con un total de 30,169 y logramos la certificación de tres nuevos corresponsales.
- A través de nuestros Programas Sociales de Inclusión Financiera, atendemos 116 programas de subsidios, tanto federales, como estatales y municipales. En 2016, hicimos una reposición masiva de tarjetas de débito a los beneficiarios de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), encargada de administrar recursos federales al desarrollo rural en México.
- Impulsamos Flap, una solución tecnológica para que los pequeños comerciantes puedan cobrar a sus clientes con tarjeta de crédito o débito.
- En cuanto a las remesas enviadas de Estados Unidos a México, en 2016 BTS (Bancomer Transfer Services) pasó a ser una subsidiaria de BBVA Compass Payments, Inc. y procesó 29,000,014 transacciones por un volumen de \$8,797 millones de dólares que representan el 33% de las remesas electrónicas con respecto a la banca mexicana.

Apoyo al emprendimiento

Centro de Innovación

Dada la importancia de permanecer en la supremacía digital, dentro del sector financiero, se ha creado el Centro de Innovación BBVA Bancomer. La transformación cultural que enfrentamos hoy nos permite trabajar con un modelo abierto y colaborativo que fomenta y fortalece la interacción con el ecosistema de innovación, especialmente con los emprendedores, startups y desarrolladores.

Contamos con un espacio donde se muestran los principales proyectos de innovación, y al mismo tiempo se utiliza como laboratorio para probar nuevos productos y servicios con usuarios reales. La agenda del Centro de Innovación ofrece de manera gratuita y abierta al público talleres, conferencias y seminarios que tienen siempre como hilo conductor la innovación, permitiendo a BBVA Bancomer acercarse a la comunidad de emprendedores, líderes de opinión, instituciones y empresas.

Comunidad digital

Creamos una comunidad digital formada por Pymes y emprendedores a través de la plataforma Yosoypyme.net, un espacio donde ofrecemos capacitación, asesoría y contenidos de alto valor para cada etapa del negocio.

Fortalecemos a este importante sector con la Membresía Pyme, un esquema que les brinda acceso a productos y servicios de BBVA Bancomer de valor agregado, tales como:

- Facturas electrónicas CFDI ilimitadas y gratuitas
- Timbrado de nómina CFDI
- Talleres de educación financiera
- Alianzas comerciales
- Servicios de nómina adicionales

Colaboramos con otras empresas que desde su ramo coadyuvan al éxito de las pequeñas empresas, tales como SAP, Fundación ProEmpleo, Impuestum y E-Myth.



Industria Innovación e Infraestructura

Fomentamos la innovación para el desarrollo de nuevos productos y servicios, en especial aquellos que permitan un mejor acceso a los servicios financieros.

*La transformación cultural que enfrentamos hoy nos permite trabajar con un modelo abierto y colaborativo que **fomenta y fortalece la interacción con el ecosistema de innovación, especialmente con los emprendedores, startups y desarrolladores.***

Avances 2016

- Llevamos a cabo la 4ª edición de Momentum Project, una iniciativa cuya misión es contribuir al desarrollo del emprendimiento social en México, implementando un programa y un ecosistema de apoyo para que los emprendimientos sociales más prometedores puedan consolidarse, crecer y escalar su impacto. Con la colaboración de New Ventures y Tecnológico de Monterrey, este año logramos:
 - 169 candidatos presentaron solicitud
 - 100 emprendimientos formados en formato presencial
 - 30 horas de formación online por el Tec de Monterrey
 - 20 emprendimientos destacados recibieron formación adicional del IPADE Business School
 - \$4,157,785.71 mdp de inversión en emprendimientos financiados
 - 20 mentores activos
- Realizamos el "Hackathon Bancomer", un concurso cuyo objetivo es que los participantes creen en un esquema colaborativo una idea tecnológica en un periodo corto de tiempo, para entregar soluciones innovadoras que ayuden a mejorar las condiciones del Internet y las transacciones en el país.
- Se llevó a cabo el BBVA Open Talent 2016 Latinoamérica, un concurso donde jóvenes desarrolladores de 77 países presentaron 1,217 proyectos con ideas innovadoras en el ámbito fintech (tecnología financiera). Dentro de los ganadores está Kobra, una aplicación desarrollada por dos emprendedores mexicanos, orientada a mejorar la administración de las Pymes y a establecer mecanismos eficientes de cobranza.
- El Centro de Innovación de BBVA Bancomer patrocinó el StartupBus México 2016, un proyecto internacional que desde el 2010 reúne a expertos de distintos perfiles dispuestos a subirse en un autobús para desarrollar una idea en el ámbito del fintech durante un trayecto de 3 días. El StartupBus México 2016 transportó a un total de 30 emprendedores de entre 18 y 35 años provenientes de Puebla, Monterrey, Querétaro, Pachuca y Chihuahua, de la Torre BBVA Bancomer hacia Boulder, Colorado, en los Estados Unidos.
- Apoyamos la 5ª edición de los premios "MIT Technology Review" a los 10 Innovadores menores de 35 en México, para impulsar a jóvenes líderes mexicanos con proyectos tecnológicos de primer nivel, que se suman a una comunidad de más de 250 jóvenes emprendedores de Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay y Centroamérica.
- Educación Financiera, junto con el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), la Universidad Anáhuac México Sur y ADAMS Capacitación concluyeron la primera etapa del diplomado "Competencias Empresariales que te Impulsan adelante", un diplomado dirigido a clientes y no clientes de la institución y que dotó a 450 empresarios Pyme, a lo largo de ocho meses, más de 110 horas de capacitación en temas de desarrollo de negocio.

Mejora Mutualista

Se trata de un modelo que se aplica en desarrollos de vivienda donde se colocaron créditos hipotecarios que actualmente se encuentran muy deteriorados y que para lograr su recuperación, es necesario intervenirlos aplicando un rescate integral en tres tramos paralelos:

| Rescate Integral | |
|-------------------------|---|
| Rescate financiero | Mediante productos de solución a los créditos hipotecarios |
| Rescate social | Por medio de la organización vecinal, a través de promotores de barrio que trabajan directamente con la comunidad y, adicionalmente, logrando la participación de las autoridades locales como el municipio, organismo de agua, universidades, etc., reconstruyendo de esta manera el tejido social |
| Rescate físico | A través de inversión en mejoras físicas solicitadas por la comunidad y condicionadas al pago integral (hipoteca, agua, predial y cuota de mantenimiento). |

Avances 2016

Tras dos años de aplicación del modelo de la Mejora Mutualista en fraccionamientos en Tijuana, B.C., a la fecha hemos logrado:

- 5 fraccionamientos intervenidos
- 3,463 viviendas Bancomer
- 5,150 viviendas en total
- 15,450 habitantes beneficiados (un promedio de 3 habitantes por vivienda)

Rescate Financiero

- Baja de cartera vencida del 38% al 34% a partir de 2014, año de inicio de intervención de Mejora Mutualista.
- Disminución de entradas de viviendas en propiedad.
- Venta acelerada de viviendas en propiedad.
- Baja del stock de viviendas en propiedad de un 68%.

Rescate Social

- Construcción de una amplia red de 18 aliados en diferentes instancias de gobierno y privadas, mismas que han hecho inversiones en especie por cantidades importantes como la rehabilitación de 6 casetas de vigilancia por parte de la Secretaría de Seguridad Pública Municipal de Tijuana y la pintada de 3 murales artísticos con la Fundación Entijanarte, A.C., por mencionar algunos.
- Organización vecinal a través de personal contratado por BBVA Bancomer, con resultados muy positivos al potenciar la organización vecinal y añadir los ingredientes del fomento a la lectura, a la cultura y al deporte.

Rescate Físico

- Inversión al 2016 de \$5,776,206 en mejoras físicas de 3,884 viviendas.
- tales como lámparas ahorradoras, instalación de malla ciclónica y pintura de fachada de viviendas.
- Rehabilitación de parques públicos, casetas de vigilancia, lámparas ahorradoras, mantenimiento de portones y pintura de fachada de viviendas, entre otras.

Fondo B+Educa

Este fondo de inversión les brinda a los inversionistas la oportunidad de obtener altos rendimientos a la vez que contribuyen a la educación en México.

Consiste en donar el 25% de los rendimientos obtenidos en el mes para becar a jóvenes con un alto nivel académico a través del programa de Becas de Integración “Por los que se quedan” de la Fundación BBVA Bancomer.

Avances 2016

| Fondo B+Educa | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------------------|------------|------------|-------------|
| Importe de los donativos (mdp) | 75'721,167 | 82'127,003 | 137'850,276 |
| Inversionistas | 39,112 | 39,923 | ND |

Alcance:
BBVA Bancomer

Fundación BBVA Bancomer A.C. es la organización responsable de dar vida a las iniciativas de acción social del Grupo Financiero BBVA Bancomer.

Programas sociales

Fundación BBVA Bancomer A.C. es la organización responsable de dar vida a las iniciativas de acción social del Grupo Financiero BBVA Bancomer. Para ello, ha desarrollado programas innovadores de apoyo educativo, cultural y de emprendimiento para la sociedad mexicana.

En 2016:

- \$402,507,676 de inversión en programas sociales
- 72, 646 beneficiarios directos

Programas de Fundación BBVA Bancomer

| Educación | Emprendimiento | Cultura |
|---|---|--|
| Becas de Integración y Adelante “Por los que se quedan” | Centro educativo Magdalena Contreras | Beca Bancomer de apoyo a las artes |
| Adelante con tu Universidad | Plazas comunitarias INEA-Fundación BBVA Bancomer | Programa Bancomer-MACG |
| Olimpiada del Conocimiento Infantil | Centros Educativos y Productivos BBVA Bancomer Incubadoras Sociales | Concurso universitario “Hazlo en cortometraje” |
| Voluntariado Corporativo | | Publicaciones |
| | | Alianzas Estratégicas |

Para conocer más a detalle los programas de la Fundación BBVA Bancomer consulta su Informe Anual disponible en www.fundacionbbvabancomer.org

Educación

Avances 2016

Becas de Integración y Becas Adelante “Por Los Que Se Quedan”

Este año cumplimos 10 años de haber creado este programa con el cual apoyamos a jóvenes talentosos de México con familiares en situación migrante e impulsamos su formación académica y personal. Otorgamos una beca económica mensual y acompañamos al joven con una Madrina o un Padrino para dar seguimiento a su evolución académica y personal.

| Estudiantes Becados | |
|-------------------------------|--------|
| Becas de Integración | 17,393 |
| Becas Adelante | 10,509 |
| Voluntarios que los acompañan | 1,009 |

Becas Adelante con tu Universidad

Otorgamos becas económicas, programa de mentoría y oportunidades académicas para que los jóvenes que participaron y egresaron de manera satisfactoria del programa Becas Adelante Por los que se quedan continúen con sus estudios universitarios.

| Estudiantes Becados | |
|-------------------------------|----|
| Adelante con tu Universidad | 40 |
| Voluntarios que los acompañan | 77 |

Becas de la Olimpiada del Conocimiento Infantil

Reconocemos el alto rendimiento académico, y en conjunto con la SEP otorgamos una beca a jóvenes que obtienen los mejores resultados a nivel nacional en la Olimpiada del Conocimiento Infantil.

| Becas de la Olimpiada del Conocimiento Infantil | |
|---|-------|
| Estudiantes becados | 2,923 |
| Voluntarios que los acompañan | 809 |

Emprendimiento

Centros Educativos y Productivos-Incubadoras Sociales

Apoyamos a todas aquellas personas dentro de las comunidades donde estamos, a generar programas o proyectos de emprendimiento que mejoren su entorno social, a través de modelos de incubadoras sociales y desarrollo educativo.

| CENTROS EDUCATIVOS Y PRODUCTIVOS-INCUBADORAS SOCIALES | |
|---|--------|
| Centros Educativos y Productivos en operación | 16 |
| Personas atendidas | 18,634 |
| Microempresarios apoyados | 582 |



Fin de la Pobreza

Con nuestros programas de educación contribuimos a que más niños tengan la oportunidad de asistir a la escuela, y con ello a mejores condiciones de vida.



Educación de Calidad

Contribuimos a que la educación sea inclusiva, equitativa y de calidad apoyando a niños y niñas de bajos recursos a continuar con sus estudios, incluyendo la universidad.

Plazas Comunitarias INEA

Para apoyar a reducir el rezago educativo en el país, generamos una alianza con el INEA para impartir en nuestras plazas comunitarias, programas de alfabetización, clases de primaria y/o secundaria y la certificación de los mismos.

| Plazas Comunitarias INEA | |
|----------------------------------|-------|
| Plazas comunitarias en operación | 4 |
| Personas atendidas | 1,663 |

Centro Educativo y Productivo Magdalena Contreras

Impartimos programas de formación educativa y cultural, capacitación en talleres y cursos que incidan en el desarrollo personal y profesional de los beneficiarios, con un claro enfoque al mejoramiento social de la zona.

| Centro Educativo y Productivo Magdalena Contreras | |
|---|-------|
| Centros en operación | 1 |
| Personas atendidas | 1,406 |

Cultura

Promovemos proyectos artísticos y culturales innovadores con el fin de enriquecer el patrimonio cultural de México.

| Cultura | |
|--|----------------------------|
| Beca Bancomer de Apoyo a las Artes | 55 proyectos apoyados |
| Programa Bancomer MACG | 20 artistas apoyados |
| Concurso Universitario "Hazlo en cortometraje" | 27 cortometrajes ganadores |

Proveedores

Compras responsables

Buena parte del impacto social y medioambiental de las empresas no está en lo que hacen sino a quién le compran. De aquí la importancia que las empresas grandes sumemos a nuestros proveedores a adoptar prácticas de responsabilidad social y sostenibilidad.

La relación de BBVA Bancomer con sus proveedores se rige por el nuevo Código de Conducta, por la Política de Compras Responsables y por la Norma Corporativa para la Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios.

Los proveedores recurrentes son sujetos a un proceso de homologación, que consiste en evaluar 10 aspectos:

- Infraestructura técnica y humana
- Capacidad de suministro
- Solvencia económico-financiera
- Calidad (procesos y productos/servicios)
- Cumplimiento de los compromisos de pago
- Servicio postventa y garantías
- Consolidación en el mercado
- Organización y tecnología
- Referencias
- Sostenibilidad

Basándose en la Política de Compras Responsables, se ha avanzado en el modelo de aprovisionamiento y, para ello, tanto en el proceso de homologación de proveedores, como en los pliegos de condiciones y contratos, se establecen criterios responsables y cláusulas para cumplir con esta política.

El aspecto de sostenibilidad permite conocer si los proveedores cumplen sus responsabilidades legales y fomentan sus responsabilidades cívicas, mediante el cumplimiento de los siguientes puntos:

- Cumplimiento de los principios sociales y medioambientales de la ONU.
- Adopción de las medidas internas para garantizar la diversidad e igualdad de oportunidades en la gestión de recursos humanos.
- Adopción de medidas para impulsar la salud y seguridad laboral y la prevención de incidentes y accidentes laborales.
- Apoyo de la libertad de afiliación y negociación colectiva de sus trabajadores en todos los países en los que opera.
- Posesión de algún código de conducta o política para evitar el trabajo forzoso, el trabajo infantil y otras vulneraciones de los derechos humanos en la propia empresa o en la de sus subcontratistas.
- Posesión de algún código de conducta o política para evitar la corrupción y el soborno.
- Participación o colaboración en actividades relacionadas con la cultura, el conocimiento científico, el deporte, el medio ambiente o sectores desfavorecidos, mediante acciones directas o donaciones, en colaboración con otras organizaciones o instituciones.
- Contratación de personas discapacitadas.
- Existencia de una política de responsabilidad corporativa en la empresa.
- Contamos con dos organismos certificadores, quienes se encargan de realizar auditorías anuales a los proveedores para verificar que cumplan con los criterios de la homologación.

Con el fin de medir el grado de satisfacción de sus proveedores, a nivel Grupo BBVA se realiza una encuesta con periodicidad bienal. A nivel local, contamos con el canal de denuncia nonconformidadesproveedoresmexico.mx@bbva.com y realizamos encuestas de satisfacción periódicas.

Proceso de aprovisionamiento

Nuestra cadena de suministro está conformada por un catálogo de proveedores que clasificamos de acuerdo a su facturación en A, B, C1 y C2, siendo los más críticos los tres primeros que representan casi el 70% de la facturación.

Utilizamos la plataforma tecnológica Global Procurement System (GPS) para dar soporte a todas las fases del proceso de aprovisionamiento. GPS está integrada con el portal de proveedores

Adquira Marketplace, que permite la interacción online entre BBVA Bancomer y sus proveedores, a través de un entorno colaborativo, mediante el intercambio electrónico de documentos. Se cubren así los principales escenarios del proceso de aprovisionamiento, desde la emisión de pedidos hasta el registro de facturas, incluyendo facturación electrónica.

Avances 2016

| Homologación de Proveedores | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|------|------|------|
| Número de proveedores | 472 | 627 | 658 |
| Número de proveedores homologados | 441 | 493 | 340 |
| Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación | ND | 45% | 44% |
| Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación | 9 | 35 | 108 |
| Número de negociaciones electrónicas | 452 | 963 | 579 |

Alcance:
BBVA Bancomer

- Se capacitaron a 869 proveedores para que hicieran uso de la plataforma en Adquira en la modalidad de factura electrónica.
- Se llevó a cabo el alta en el portal de Adquira de todos los proveedores contratados, así como la configuración en el sistema, de los cuales 37 son extranjeros.
- El 97% de nuestros proveedores son mexicanos. El 3% restante provienen de Chile, Perú, Estados Unidos, España, Reino Unido, Bélgica, Suecia, Suiza, Francia, Canadá, Alemania, Países Bajos, Irlanda, Japón, Panamá y Luxemburgo.

Medio ambiente

Como entidad financiera, BBVA Bancomer ejerce una destacable influencia sobre el medio ambiente a través del consumo de recursos naturales y emisiones generadas y, muy especialmente, a través de los productos y servicios que ofrece, sobre todo aquellos relacionados con sus actividades de financiación, gestión de activos y cadena de suministro.

Al pertenecer al sector de servicios financieros, nuestros principales impactos provienen de la energía eléctrica utilizada, los viajes de negocios realizados así como los residuos electrónicos y de papel generados. De aquí la importancia de contar con una estrategia que nos permita gestionarlos de manera eficiente. Nuestro compromiso con el medio ambiente está plasmado en la *Política Medioambiental*. Además de cumplir con la legislación ambiental, nos hemos suscrito a diversas iniciativas voluntarias a nivel Grupo: la Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI), los Principios de Ecuador,



los Principios de Inversión Responsable (PRI), el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el *Carbon Disclosure Project*.

Como entidad financiera, BBVA Bancomer ejerce una destacable influencia sobre el medio ambiente a través del consumo de recursos naturales y emisiones generadas

Cambio climático

Estamos decididos a combatir el cambio climático. Una medida decisiva fue la de firmar un acuerdo con Enel Green Power para proveer de energía eléctrica sustentable a las oficinas de BBVA Bancomer, generada en parques eólicos. Esta iniciativa considera la interconexión de 1,423 sucursales, la Torre BBVA Bancomer, Parques BBVA Bancomer, Montes Urales No. 620 y los edificios sede en toda la República Mexicana.



Acción por el Clima

Implementamos un plan de ecoeficiencia para reducir nuestras emisiones de CO₂ y con ello contribuir a combatir el cambio climático y sus efectos.

Plan Global de Ecoeficiencia

Hemos establecido un Plan Global de Ecoeficiencia (PGE), a cargo de la Dirección de Compras, Inmuebles y Servicios generales, cuyo objetivo es reducir nuestra huella ambiental. Los objetivos por empleado para el periodo 2016-2020 son:

| PGE 2016-2020 | |
|---|---|
| Gestión ambiental y construcción sostenible | 29% ocupantes en inmuebles certificados |
| | --3% de consumo por ocupante |
| Energía y Cambio climático | 65% de energía procedente de energía limpia |
| | --56% de emisiones de CO ₂ por ocupante |
| Agua | --3% de consumo por ocupante |
| | 11% de ocupantes en edificios con fuentes alternativas de agua |
| Papel y residuos | --23% de consumo de papel por ocupante |
| | 29% de ocupantes en inmuebles con recogida selectiva |
| Extensión del compromiso | Involucrar a los empleados en los esfuerzos de la compañía. Extender el compromiso ambiental a la cadena de proveedores. |

Avances 2016

| Principales indicadores del PGE | 2016 (Año Base) | |
|---|--------------------|---|
| Ocupantes en inmuebles certificados (%) | 1.3% | (1) Se considera el número total de ocupantes como la suma de empleados de Grupo BBVA Bancomer más el número de externos de los edificios y oficinas del banco. |
| Consumo de electricidad por ocupante (kWh) | 5.78 MWh | (2) El número de empleados en 2016 fue de 37,839 y el número de externos fue de 7,343 dando un total de 45,182 ocupantes. |
| Emisiones de CO ₂ eq. por ocupante (T) | 2.87 | (3) Incluye certificaciones ISO 14001 y LEED. |
| Consumo de agua por ocupante (m ³) | 13.81 | |
| Consumo de papel por empleado (kg) | 39.17 | Alcance: Grupo BBVA Bancomer |

Consumo de agua

- La Torre BBVA Bancomer tiene capacidad de reciclar el 100% del agua de lluvia y de aguas residuales.
- Usamos el agua tratada en: sanitarios, torres de enfriamiento, espejos de agua y jardinería.
- Instalamos muebles y accesorios sanitarios de bajo consumo que permiten un ahorro del 20% en consumo de agua tratada.

Impacto social y medioambiental

302-1, 302-3, 302-4, 302-5

| Consumo de agua (m ³) | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|---------|---------|----------------|
| Total anual de agua consumida (m ³) | 805,342 | 580,804 | 624,359 |
| Agua consumida por ocupante anualmente (m ³) | 18.91 | 13.41 | 13.81 |

(1) Se considera el número total de ocupantes como la suma de empleados de Grupo BBVA Bancomer más el número de externos de los edificios y oficinas del banco.

(2) El número de empleados en 2016 fue de 37,839 y el número de externos fue de 7,343 dando un total de 45,182 ocupantes.

(3) (m³)=metros cúbicos

Alcance:
Grupo BBVA Bancomer

Consumo de electricidad y combustibles

- Se firmó un acuerdo con Enel Green para proveedor de energía eólica a oficinas y sucursales.
- En la red de sucursales se sustituyeron los equipos de consumo Gas R22 a Gas R410a ecológico, disminuyendo así el consumo energético.
- En las nuevas torres se instalaron cocinas de alta tecnología más eficientes en su proceso, cuyos generadores funcionan con gas, lo cual reduce el 48% el proceso de generación de vapor.



Energía Asequible y No Contaminante

Contribuimos a mejorar la eficiencia energética al contratar energía eólica para nuestras oficinas y sucursales.

| Consumo de Energía | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|--------------------------------|--------------------------------|--|
| Total de electricidad consumida | 221,781.63 MWh (798,414 GJ) | 254,074.12 MWh (914,667 GJ) | 261,238 MWh (940,456 GJ) |
| Total de electricidad consumida por ocupante | 5.20 MWh | 5.87 MWh | 5.78 MWh |
| Total de gas LP consumido | 96,749 l (2,320 GJ) | 118,459 l (2,840 GJ) | 156,721.77 l (3,758 GJ) |
| Total de gas natural consumido | ND | ND | 63,892 m³ |
| Total de diésel consumido (gasoil) | 768,590 l (28,019.52 GJ) | 657,322 l (23,963.16 GJ) | 331,810.17 l (12,096.38 GJ) |

(1) Se considera el número total de ocupantes como la suma de empleados de Grupo BBVA Bancomer más el número de externos de los edificios y oficinas del banco.

(2) El número de empleados en 2016 fue de 37,839 y el número de externos fue de 7,343 dando un total de 45,182 ocupantes.

(3) MWh=Megawatt-hora

(4) GJ=Gigajoule

(5) l=Litro

(6) m³=Metro cúbico

Alcance:
Grupo BBVA Bancomer

Impacto social y medioambiental

305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5

| | Kilómetros de viajes en avión: | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|--------------------------------|-------------|------------|------------|
| Alcance 2016: Kilómetros de aviación: Grupo BBVA Bancomer. | Tramos menores a 500 km | 733,840 | 819,166 | 4,591,489 |
| | Tramos entre 500 y 1600 km | 16,253, 372 | 16,243,029 | 22,056,761 |
| | Tramos mayores a 1600 km | 41,918,118 | 40,373,102 | 24,483,086 |

Audiovisuales

Se fomenta el uso de salas de videoconferencia que evitan que los usuarios se desplacen a diferentes sedes, disminuyendo la emisión de CO₂ provenientes de viajes en diferentes medios de transporte.

| | 2014 | 2015 | 2016 | |
|---|--|--------|--------|--------|
| Cifras acumuladas. Alcance: Edificios centrales y oficinas del banco | Videoconferencias | 3,598 | 6,886 | 16,558 |
| | Salas equipadas con videoconferencias ⁽¹⁾ | 112 | 175 | 178 |
| | Audioconferencias | 17,127 | 23,331 | 21,552 |
| | Telepresencias | 157 | 90 | 2 |

Consumo de papel

- La instalación de equipos multifuncionales que nos han permitido ahorrar tiempo, energía y miles de metros de papel.
- Implementamos el programa Paperless y la digitalización de archivos para una nueva cultura y conciencia corporativa.

(1) Se considera el número de ocupantes como la suma de empleados de Grupo BBVA Bancomer más el número de externos de los edificios y oficinas del banco.

(2) El número de empleados en 2016 fue de 37,839 y el número de externos fue de 7,343 dando un total de 45,182 ocupantes.

(3) (kg)=kilogramo

Alcance:
BBVA Bancomer

| Papel | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Total de papel consumido (kg) | 1,923.911 | 2,185.298 | 1,769,841 |
| Total de papel consumido por ocupante (kg) | 45.18 | 50.47 | 39.17 |

Emisiones de CO₂

| Emisiones Atmosféricas (T) | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|----------|---------|-----------------|
| Total de CO ₂ emitido (T) | 113,566 | 126,827 | 128, 855 |
| Total de CO ₂ por ocupante (T) | 2.66 | 2.93 | 2.87 |
| Emisiones directas de CO ₂ (T) | 2,240(4) | 1,968 | 1,349 |
| Emisiones indirectas CO ₂ (T) | 111,469 | 124,859 | 127,505 |

(1) El cálculo del total de CO₂ emitido es el resultado de la suma de las emisiones directas (combustibles fósiles) y de las emisiones indirectas (electricidad y viajes en avión).

(2) Se considera el número de ocupantes como la suma de empleados de Grupo BBVA Bancomer más el número de externos de los edificios y oficinas del banco.

(3) El número de empleados en 2016 fue de 37,839 y el número de externos fue de 7,343 dando un total de 45,182 ocupantes.

(4) Las emisiones totales de CO₂ en 2016 aumentaron un 1.6% con relación a 2015, sin embargo disminuyeron 2.04% por ocupante.

(T)=toneladas métricas

Alcance: Grupo BBVA Bancomer

Edificios con certificaciones ambientales

En 2015 se finalizó la construcción de nuestras tres nuevas sedes corporativas, toda: Torre BBVA Bancomer, Parques Polanco y Centro de Procesamiento de Datos CPD.

Las dos primeras están en proceso de certificación LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*) Oro y Plata respectivamente.



Ciudades y Comunidades Sostenibles

Contribuimos a que la Ciudad de México sea más resiliente y sostenible con la construcción de nuestras nuevas sedes corporativas que además de ser sustentables, promueve medios de transporte seguros y eficientes y espacios públicos inclusivos y accesibles.

Compromisos Certificación LEED



Impacto social y medioambiental

El Centro de Procesamiento de Datos CPD Lago Esmeralda recibió este año la certificación TIER IV Gold en sostenibilidad operativa, colocándolo en el número nueve a escala global y en el número uno en México y América Latina por sus características de seguridad y fiabilidad, tanto en su construcción como en sus procedimientos operativos.

| Edificios Certificados en ISO: 14001 | 2016 |
|--|------------------|
| Edificios certificados en ISO: 14001 | 1 ⁽²⁾ |
| Número de ocupantes en edificios certificados ⁽¹⁾ | 600 |

(1) Incluye certificaciones ISO 14001 y LEED.

(2) Montes Urales 620. En proceso CPD, Parques Polanco y Torre BBVA Bancomer

Alcance 2016: Grupo BBVA Bancomer

Residuos gestionados

- Contamos con estaciones de basura para su adecuada separación y disposición.
- Recolectamos y destruimos papel con equipos de última generación.

| Residuos Gestionados | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Papel (kg) | 1,051,703 | 65,080 | 78,262 |
| Aparatos eléctricos y electrónicos ¹ (kg) | 46,475 | 32,873 | 41,546 |

¹Este equipo fue enviado a la comercializadora.

(kg)=kilogramo

Alcance: Edificios centrales y oficinas del banco

Premios y reconocimientos



| Reconocimiento | Institución Otorgante |
|---|--|
| Mejor banco en México y Mejor banca de inversión | Euromoney |
| Premio BIT a BBVA Send como Mejor estrategia innovadora del año en México | Revista Expansión |
| Premio CIE por "Mejor diseño de iluminación de eventos" a la inauguración de la Torre BBVA Bancomer | BizBash |
| Medalla de Bronce a la Torre BBVA Bancomer | The American Architecture Prize |
| Premio Internacional a la Estructura a la Torre BBVA Bancomer | Structural Awards |
| Award of Merit a Torre BBVA Bancomer | ENGlobal Best Projects Awards |
| Premio Pensamientos Futuros & Conceptos de Diseño al Centro de Procesamiento de Datos (CPD) | Datacenter Dynamics Awards |
| Premio Nacional IMEI al Edificio Inteligente y Sustentable 2016 a Parques Bancomer | Instituto Mexicano del Edificio Inteligente (IMEI) |

Premios y reconocimientos

| Reconocimiento | Institución Otorgante |
|--|---|
| Excellence in Financial Literacy Education en la categoría Organización del año | Institute for Financial Literacy |
| Distintivo Empresa Familiarmente Responsable (EFR) para Torre BBVA Bancomer y Parques BBVA Bancomer | Secretaría del Trabajo y Previsión Social |
| Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) para BBVA Bancomer (16° año consecutivo) y Seguros Bancomer (8° año consecutivo) | Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (Aliarse) |
| Ranking número 10 de las 50 Empresas más Responsables | Mundo Ejecutivo |
| 7° lugar de la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en el sector financiero en México | Great Place to Work Institute |
| 7° lugar de la lista de las Mejores Empresas para Trabajar con más de 5,000 empleados en México | Great Place to Work Institute |
| Certificación ISO 9001:2008 en sus procesos de gestión de la calidad para la Dirección de Seguridad Institucional, Edificios Corporativos, Protección Civil y Prevención del Fraude Documental | International Organization for Standardization |
| Certificación TIER IV Gold en Sostenibilidad al Centro de Procesamiento de Datos (CPD) | Uptime Institute |
| ISO 14001 al edificio de Montes Urales | International Organization for Standardization |

Anexos



Índice de contenidos GRI

Pacto Mundial y Objetivos del Desarrollo Sostenible

Informe de revisión independiente

Progresos 2016 y Objetivos 2017

Glosario



Índice de contenidos GRI

Índice de contenidos GRI “de conformidad” con los Estándares GRI: opción exhaustiva

| Estándar GRI | Contenido | Capítulo/Página | Omisión |
|----------------------------------|-----------|--|---------|
| GRI 101: FUNDAMENTOS 2016 | | | |
| Contenidos generales | | | |
| | 102-1 | Acerca de este Informe p.4 | |
| | 102-2 | Modelo de negocio comercial p.11 | |
| | 102-3 | Paseo de la Reforma 506 Col. Juárez Ciudad de México | |
| | 102-4 | Presencia p.21 | |
| | 102-5 | Acerca de este Informe p.4 | |
| | 102-6 | Presencia p.21 | |
| | 102-7 | Liderazgo p.20 Relevancia de BBVA Bancomer en la economía mexicana p.22 | |
| | 102-8 | Equipo p.42 | |
| | 102-9 | Proveedores p.57 | |
| | 102-10 | Acerca de este Informe p.4 | |
| | 102-11 | Riesgos sociales, ambientales y reputacionales p.17 | |
| | 102-12 | Compromisos internacionales suscritos p.9 | |
| | 102-13 | Compromisos internacionales suscritos p.9 | |
| | 102-14 | Informe del Presidente del Consejo de Administración p.23 Informe del Vicepresidente del Consejo de Administración y Director General p.25 | |
| | 102-15 | Informe del Presidente del Consejo de Administración p.23 Informe del Vicepresidente del Consejo de Administración y Director General p.25 | |
| | 102-16 | Filosofía Corporativa p.5 Código de Conducta p.9 | |
| | 102-17 | Código de Conducta p.9 | |
| | 102-18 | Gobierno Corporativo p.6 | |
| | 102-19 | Gobierno Corporativo p.6 | |
| | 102-20 | Gobierno de Negocio Responsable p.6 | |
| | 102-21 | Materialidad y diálogo con grupos de interés p.11 Gobierno de Negocio Responsable p.6 | |
| | 102-22 | Consejo de Administración p.8 | |

GRI 102:
Contenidos
Generales 2016

| Estándar GRI | Contenido | Capítulo/Página | Omisión | |
|--|-----------|--|---------|---|
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-23 | El Presidente del Consejo de Administración es también el Director General de Comunicación y Relaciones Institucionales. | | |
| | 102-24 | Gobierno Corporativo p.6 | | |
| | 102-25 | Gobierno Corporativo p.6 | | |
| | 102-26 | Gobierno Corporativo p.6 | | |
| | 102-27 | No se llevaron a cabo acciones de esta naturaleza. | | |
| | 102-28 | Gobierno Corporativo p.6 | | |
| | 102-29 | Gobierno de Negocio Responsable p.6 | | |
| | 102-30 | Riesgos p.31 | | |
| | 102-31 | Gobierno de Negocio Responsable p.6 | | |
| | 102-32 | Gobierno de Negocio Responsable p.6 | | |
| | 102-33 | Gobierno Corporativo p.6 | | |
| | 102-34 | Gobierno Corporativo p.6 | | |
| | 102-35 | Gobierno Corporativo p.6 | | |
| | 102-36 | Gobierno Corporativo p.6 | | |
| | 102-37 | No se involucra a los grupos de interés en este proceso. | | |
| | 102-38 | No Disponible | | Por razones de seguridad, esta información es considerada confidencial. |
| | 102-39 | No Disponible | | Por razones de seguridad, esta información es considerada confidencial. |
| | 102-40 | Materialidad y diálogo con grupos de interés p.11 | | |
| | 102-41 | Condiciones laborales p.47 | | |
| | 102-42 | Materialidad y diálogo con grupos de interés p.11 | | |
| | 102-43 | Materialidad y diálogo con grupos de interés p.11 | | |
| | 102-44 | Materialidad y diálogo con grupos de interés p.11 | | |
| | 102-45 | Acerca de este Informe p.4 | | |
| | 102-46 | Análisis de materialidad p.13 | | |
| | 102-47 | Análisis de materialidad p.13 | | |
| | 102-48 | No hubo reforlulaciones de la información facilitada en informes anteriores. | | |
| | 102-49 | No hubo cambios en la metodología de recopilación de la información | | |
| | 102-50 | Acerca de este Informe p.4 | | |
| | 102-51 | Acerca de este Informe p.4 | | |

Anexos

| Estándar GRI | Contenido | Capítulo/Página | Omisión |
|--|-----------|---|---|
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-52 | Acerca de este Informe p.4 | |
| | 102-53 | ibacosta@bbva.com | |
| | 102-54 | Acerca de este Informe p.4 Índice de contenidos GRI p.68 | |
| | 102-55 | Índice de contenidos GRI p.68 | |
| | 102-56 | Informe de revisión independiente p.73 | |
| ASUNTOS MATERIALES | | | |
| Prácticas de adquisición | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 | Compras responsables p.57 | |
| | 103-2 | Proceso de aprovisionamiento p.58 | |
| | 103-3 | Compras responsables p.57 | |
| GRI 204: Prácticas de adquisición 2016 | 204-1 | Homologación de proveedores p.58 | |
| Lucha contra la corrupción | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 | Cumplimiento normativo p.8 Prevención del lavado de dinero y del financiamiento de actividades terroristas p.19 | |
| | 103-2 | Cumplimiento normativo p.8 Prevención del lavado de dinero y del financiamiento de actividades terroristas p.19 | |
| | 103-3 | Código de Conducta p.9 Prevención del lavado de dinero y del financiamiento de actividades terroristas p.19 | |
| GRI 205: Lucha contra la corrupción 2016 | 205-1 | Riesgos sociales, ambientales y reputacionales p.17 | |
| | 205-2 | Código de Conducta p.9 | |
| | 205-3 | No Disponible | Por razones de seguridad, esta información es considerada confidencial. |
| Energía | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 | Medio ambiente p.59 Cambio climático p.59 | |
| | 103-2 | Plan Global de Ecoeficiencia p.59 | |
| | 103-3 | Principales indicadores del PGE p.60 | |

| Estándar GRI | Contenido | Capítulo/Página | Omisión |
|--|-----------|--|---|
| GRI 302: Energía 2016 | 302-1 | Consumo de electricidad y combustibles p.61 | |
| | 302-2 | No Aplica | No aplica: No se realizan mediciones de los consumos fuera de la organización ya que excede su alcance. |
| | 302-3 | Consumo de electricidad y combustibles p.61 | |
| | 302-4 | Consumo de electricidad y combustibles p.61 | |
| | 302-5 | Consumo de electricidad y combustibles p.61 | |
| Emisiones | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 | Medio ambiente p.59 Cambio climático p.59 | |
| | 103-2 | Plan Global de Ecoeficiencia p.59 | |
| | 103-3 | Principales indicadores del PGE p.60 | |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 305-1 | Emisiones de CO2 p.63 | |
| | 305-2 | Emisiones de CO2 p.63 | |
| | 305-3 | Emisiones de CO2 p.63 | |
| | 305-4 | Emisiones de CO2 p.63 | |
| | 305-5 | Emisiones de CO2 p.63 | |
| | 305-6 | En los edificios de BBVA Bancomer no se emiten de manera significativa sustancias que tengan un impacto relevante en el agotamiento de la capa de ozono. | |
| | 305-7 | En los edificios de BBVA Bancomer no se emiten INOx, SOx ni otras emisiones atmosféricas de manera significativa. | |
| Evaluación social de los proveedores | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 | Compras responsables p.57 | |
| | 103-2 | Compras responsables p.57 | |
| | 103-3 | Homologación de proveedores p.58 | |
| GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016 | 414-1 | Homologación de proveedores p.58 | |
| | 414-2 | No se lleva un registro sobre estos impactos. | |
| Mercadotecnia y Etiquetado | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 | Comunicación transparente, clara y responsable (TCR) p.38 | |
| | 103-2 | Comunicación transparente, clara y responsable (TCR) p.38 | |
| | 103-3 | Comunicación transparente, clara y responsable (TCR) p.38 | |

Anexos

| Estándar GRI | Contenido | Capítulo/Página | Omisión |
|---|-----------|---|---------|
| GRI 417: Mercadotecnia y Etiquetado 2016 | 417-1 | Comunicación transparente, clara y responsable (TCR) p.38 | |
| | 417-2 | Cumplimientos legales p.9 | |
| | 417-3 | Cumplimientos legales p.9 | |
| Suplemento Sectorial Sector Financiero | | | |
| Suplemento Sectorial Sector Financiero | FS1 | Principios de Ecuador p.18 | |
| | FS2 | Riesgos sociales, ambientales y reputacionales p.17 | |
| | FS10 | Principios de Ecuador p.18 | |
| | FS12 | No se cuentan con políticas de esta naturaleza. | |
| | FS13 | Inclusión financiera p.50 | |
| | FS14 | Inclusión financiera p.50 | |
| | FS15 | Comunicación transparente, clara y responsable (TCR) p.38 | |
| | FS16 | Educación financiera p.39 | |

Informe de Revisión Independiente



Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.
Río Lerma No. 232, piso 9
Colonia Cuauhtémoc
06500 Ciudad de México
México

Tel: +52 (55) 5080 6000
www.deloitte.com/mx

Informe de Revisión Independiente del Informe Anual 2016 del Grupo Financiero BBVA Bancomer, S.A. de C.V., para la Administración de BBVA Bancomer

Responsabilidades de BBVA Bancomer y del revisor independiente

La Administración de BBVA Bancomer es responsable de la preparación del Informe Anual 2016 (IA), que comprende el periodo del 1º de enero al 31 de diciembre de 2016, así como el contenido del mismo, asegurando definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información, y que éstos a su vez estén libres de error material debido a fraude o error. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de BBVA Bancomer de acuerdo con los términos de nuestra carta arreglo de fecha 16 de diciembre de 2016, por lo que no asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos a la Dirección de BBVA Bancomer y no tiene la intención de ser ni debe ser utilizado por alguien distinto a ésta.

Alcance de nuestro trabajo

El alcance de nuestra revisión independiente fue limitado, es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable, por lo tanto la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Hemos realizado la revisión del IA 2016 conforme a los siguientes aspectos y/o criterios:

- La adaptación de los contenidos del IA 2016 a las guías *GRI Sustainability Reporting Standards* (GRI Standards) y el Suplemento Sectorial para Servicios Financieros del *Global Reporting Initiative* (GRI).
- La revisión de los contenidos GRI Standards reportados de acuerdo a la opción de Conformidad Exhaustiva, señalados en el Índice de Contenido GRI del IA 2016 y de acuerdo al estudio de materialidad proporcionado por BBVA Bancomer.
- La consistencia entre la información contenida en el IA 2016 y la evidencia de respaldo proporcionada por la administración.

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y ética del Código de Ética Profesional para Contadores Públicos, emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (IESBA), el cual se fundamenta en los principios de integridad, objetividad, competencia profesional, y con la debida diligencia, confidencialidad y comportamiento profesional.

Estándares y procesos de revisión independiente

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma internacional de auditoría ISAE 3000 Revised *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el *International Auditing and Assurance Standard Board* (IAASB) del *International Federation of Accountants* (IFAC). Asimismo, hemos aplicado el Estándar de Aseguramiento de la Norma AA 1000 (AA1000AS), emitida por AccountAbility, para proporcionar una seguridad moderada sobre la aplicación de los principios establecidos en la norma AA1000APS.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas áreas de BBVA Bancomer que han participado en la elaboración de los indicadores, contenidos 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, validar y consolidar los datos presentados en el IA 2016.

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, y a su red de firmas miembro cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Conozca en www.deloitte.com/mx/conozcanos la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

BBVA BANCOMER | Informe de Revisión Independiente al Informe Anual 2016

- a) Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IA 2016 en función del entendimiento de BBVA Bancomer, de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados.
- b) Revisión con base en muestras seleccionadas de la evidencia que respalda la información incluida en el IA 2016.
- c) Revisión de calidad por un socio independiente al proyecto que verifique la congruencia de este entregable con la propuesta de trabajo, así como la calidad del proceso de trabajo y su producto final.

La siguiente tabla detalla los contenidos revisados conforme a lo establecido en las guías *GRI Sustainability Reporting Standards* y los indicadores de desempeño del Suplemento Sectorial para Servicios Financieros:

| | | | | | | | | |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
| 102-1 | 102-10 | 102-19 | 102-28 | 102-37 | 102-48 | 204-1 | 305-3 | 417-3 |
| 102-2 | 102-11 | 102-20 | 102-29 | 102-40 | 102-49 | 205-1 | 305-4 | FS1 |
| 102-3 | 102-12 | 102-21 | 102-30 | 102-41 | 102-50 | 205-2 | 305-5 | FS2 |
| 102-4 | 102-13 | 102-22 | 102-31 | 102-42 | 102-51 | 302-1 | 305-6 | FS10 |
| 102-5 | 102-14 | 102-23 | 102-32 | 102-43 | 102-52 | 302-3 | 305-7 | FS12 |
| 102-6 | 102-15 | 102-24 | 102-33 | 102-44 | 102-53 | 302-4 | 414-1 | FS13 |
| 102-7 | 102-16 | 102-25 | 102-34 | 102-45 | 102-54 | 302-5 | 414-2 | FS14 |
| 102-8 | 102-17 | 102-26 | 102-35 | 102-46 | 102-55 | 305-1 | 417-1 | FS15 |
| 102-9 | 102-18 | 102-27 | 102-36 | 102-47 | 102-56 | 305-2 | 417-2 | FS16 |

| | |
|-------|---|
| 101-1 | Enfoque de gestión en prácticas de contratación |
| | Enfoque de gestión en anticorrupción |
| 101-2 | Enfoque de gestión en energía |
| | Enfoque de gestión en emisiones |
| | Enfoque de gestión en evaluación social de los proveedores |
| 101-3 | Enfoque de gestión en etiquetado de los productos y servicios |

Estos contenidos e indicadores fueron seleccionados para su revisión independiente con base en los siguientes criterios:

- a) Materialidad de BBVA Bancomer referenciada en este IA 2016.
- b) Información contenida en la publicación de este IA 2016.

Conclusiones

Con base en el trabajo efectuado, descrito en este informe, los procedimientos llevados a cabo y la evidencia obtenida, no se ha puesto de manifiesto algún aspecto que nos haga creer que el IA 2016 contiene errores significativos relacionados con los indicadores y contenidos revisados o que no ha sido preparado de acuerdo a la opción de Conformidad Exhaustiva, detallada en la guía *GRI Sustainability Reporting Standards 101: Foundation*. Para aquellos contenidos GRI Standards e indicadores de desempeño del Suplemento Sectorial en donde BBVA Bancomer no reportó de forma cuantitativa (cifras) se revisó únicamente la información cualitativa que incluye procedimientos, políticas, evidencia de actividades realizadas, entre otros.

BBVA BANCOMER | Informe de Revisión Independiente al Informe Anual 2016

Alternativas de acción

A continuación se resumen las alternativas de acción más significativas para la elaboración futura de Informes Anuales, las cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe:

- Continuar trabajando en la alineación del Informe Anual con las guías GRI Standards, específicamente en los contenidos de gobierno corporativo, así como al marco de reporte del *International Integrated Reporting Council* (IIRC) para la elaboración de un informe integrado.
- Revisar a fondo el cuadro de objetivos y progresos para generar objetivos alineados a la estrategia de la organización. Asimismo, es importante continuar utilizando la metodología SMART (objetivos específicos, medibles, alineados, realistas y acotados en el tiempo) para la definición de éstos.

Inclusión

BBVA Bancomer realizó en el 2016 una actualización de su análisis de materialidad tomando como base los lineamientos establecidos por el Grupo BBVA en España. A través de esta metodología no ejecutó un diálogo directo con sus diferentes grupos de interés por lo que es necesario la inclusión de éstos en la definición de los diferentes temas materiales identificados.

Relevancia

A partir de los temas materiales identificados en el presente periodo se deberá realizar una validación con los grupos de interés de BBVA Bancomer para conocer si la relevancia identificada se adecúa a las expectativas de los mismos. Es importante continuar con las actividades de diálogo directo utilizadas hasta ahora para generar un análisis completo y robusto.

Capacidad de respuesta

La adopción de las guías *GRI Sustainability Reporting Standards* permitió a BBVA Bancomer reportar para cada tema material el enfoque de gestión que sigue, el cual involucra todas las iniciativas generadas, los resultados obtenidos en el periodo de reporte y los compromisos generados para el fortalecimiento de cada tema. BBVA Bancomer deberá continuar con este avance para los futuros informes con el objetivo de dar respuesta a sus grupos de interés y sus respectivos temas de interés.

Adicionalmente, hemos presentado a la Dirección de Responsabilidad y Reputación Corporativas de Grupo BBVA Bancomer alternativas de acción relativas a las áreas de mejora en la gestión de la sustentabilidad, concretamente en los indicadores y contenidos revisados.



Daniel Aguinaga Gallegos
Socio de Galaz, Yamazaki, Ruíz Urquiza, S.C.
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited
Sustentabilidad

4 de abril de 2017



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-44

Pacto Mundial y Objetivos del Desarrollo Sostenible



En BBVA Bancomer estamos adheridos desde 2004 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. Comprende 10 principios divididos en cuatro temas -derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción- los cuales nos comprometemos a cumplir.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), adoptados en la Asamblea General de la ONU en 2015, trazan el camino para que juntos, los gobiernos, las empresas y la sociedad, trabajemos durante los próximos 15 años para alcanzar 17 ambiciosos objetivos. En BBVA Bancomer nos sumamos a esta gran iniciativa y trabajamos por la sociedad y el planeta, así como por un mejor futuro para las personas.



Calificación

| | |
|---|---|
| ✓ | Objetivo cumplido |
| ! | Objetivo con algún avance de cumplimiento |
| ✗ | Sin avance de cumplimiento |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|---|---|--|-----------------------|---|
| 1 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Definir los ejes estratégicos del Plan de Negocio Responsable 2016-2018. Con base en los ejes definidos se desarrollarán las iniciativas del Plan. Noviembre 2016. | Se establecieron 6 ejes estratégicos por parte del grupo BBVA. Las iniciativas locales de RRC están alineadas a éstos. | ✓ | Daremos seguimiento a las iniciativas en temas de emprendimiento, contribución social y ambiental, reputación, distintivos y comunicación planteadas como parte de la estrategia. |
| 2 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Completar el cuestionario del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) para obtener por décima sexta vez el distintivo Empresa Socialmente Responsable ESR para BBVA Bancomer, 8va. ocasión para Seguros Bancomer y 1ra. vez para Pensiones Bancomer con fecha de cumplimiento de mayo de 2016. | Se obtuvo el Distintivo como Empresa Socialmente Responsable para BBVA Bancomer y Seguros en mayo del 2016. | ! | Completar el cuestionario del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) para obtener por décima séptima vez el distintivo Empresa Socialmente Responsable ESR para BBVA Bancomer, 9na. ocasión para Seguros Bancomer y 1ra. vez para Pensiones Bancomer con fecha de cumplimiento de mayo de 2017. |
| 3 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Actualizar el contenido de la sección de Negocio Responsable de Bancomer.com El informe Anual Integrado 2015 se incorporará en sus versiones Español e Inglés para Mayo 2016. Con respecto al Plan de Negocio Responsable se hará la actualización una vez que esté definido (Diciembre 2016). | Se incorporó el Informe Anual Integrado 2015 en bancomer.com en sus versiones Español e Inglés en abril 2016. | ✓ | Actualizar contenido de la sección de negocio responsable incorporando el Informe Anual Integrado (versiones Inglés y Español) 2016 en abril 2017. |
| 4 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Proponer un nuevo esquema para el Comité de Negocio Responsable replanteando periodicidad, participantes y temas para llevarlo a cabo, a través de entrevistas a la Alta Dirección, con fecha de cumplimiento julio 2016. | No | ✗ | No |
| 5 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Cumplir con la Comunicación de Progresos (CoP) Nivel Avanzado del Pacto Mundial de la ONU con fecha de cumplimiento abril de 2016. | Se cumplió con la Comunicación de Progresos (CoP) Nivel Avanzado del Pacto Mundial en abril de 2016. | ✓ | Cumplir con la Comunicación de Progresos (CoP) Nivel Avanzado en abril 2017. |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|--|---|--|-----------------------|---|
| 6 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Ampliar el alcance de la formación en relacionada con Negocio Responsable, incorporando los cursos de Código de Conducta, PLD, Educación Financiera, Negocio Responsable y Prácticas de Venta. 50% de colaboradores deberán haber cursado al menos uno de estos cursos. | 5 personas tomaron un curso especializado negocio responsable de diferentes áreas de negocio. Se dieron 588,508 horas de capacitación a empleados en los temas de prevención de lavado de dinero , derechos humanos , anti-corrupción, protección de datos personales y código de conducta. | ! | Se va a continuar con la capacitación en negocio responsable a 4 nuevas personas del Banco. |
| 7 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Elaborar el 10mo Informe Anual Integrado de BBVA Bancomer en mayo de 2017, bajo los lineamientos del GRI G4 Content Index en versión Inglés y Español. | Se elaboró el 10mo Informe Anual Integrado de BBVA Bancomer bajo los lineamientos GRI Standards en versión Inglés y Español. | ✓ | Elaborar el 11vo Informe Anual Integrado de BBVA Bancomer bajo los lineamientos GRI Standards en versión Inglés y Español. |
| 8 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Elaborar 2 informes de resultados de las mediciones de percepción a clientes, no clientes y empleados realizadas en el 2016 con fecha de cumplimiento junio y diciembre de 2016. | Se llevó a cabo la medición de percepción a clientes, no clientes y empleados utilizando la metodología Reptrack durante el 2016. | ! | Continuar con la elaboración de 2 informes de resultados sobre las mediciones de percepción a clientes, no clientes y empleados realizadas en 2017 con fecha de cumplimiento junio y diciembre de 2017. |
| 9 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Llevar a cabo un Estudio de Materialidad 2016 en donde se analicen grupos de interés no considerados en estudios previos con fecha de cumplimiento diciembre 2016. | Se llevó a cabo el Estudio de Materialidad en noviembre 2016. | ! | Llevar a cabo un Estudio de Materialidad 2017 analizando grupos de interés no considerados en estudios previos en septiembre 2017. |
| 10 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Publicar 100 Folletos siguiendo los lineamientos de TCR para alcanzar el 90% de los productos contratados y desarrollar 4 contratos TCR para los productos más vendidos con fecha de cumplimiento diciembre de 2016. | Al cierre de 2016 se tienen 100 Fichas disponibles que cubren el 100% del anaquel de Banca Comercial. Un Contrato de canales digitales instalado y disponible para los clientes actuales y nuevas contrataciones y 9 contratos transformados en validación de consistencia con la operatoria actual. | ! | No |
| 11 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Ampliar el alcance a 100 empresas para la 4ta. Edición de Momentum Project con fecha de cumplimiento diciembre de 2016. | En 2016 se llevó a cabo la cuarta edición de Momentum Project. Se recibieron 169 candidaturas que participaron en un proceso de selección y los emprendimientos más destacados recibieron formación y los beneficios del programa y el acceso a financiamiento. El alcance fue de 100 empresas. | ✓ | Realizar la quinta edición de Momentum Project, ahora BBVA Momentum, para la participación de 100 emprendimientos sociales. Fecha de cumplimiento diciembre de 2017. |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|--|---|--|--------------------------|---|
| 12 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Participar en todas las sesiones de los Comités de Responsabilidad Social y Sustentabilidad de la Asociación de Bancos de México con fecha de cumplimiento diciembre de 2016 y concluir la adhesión y llevar a cabo el evento de difusión del Protocolo Verde de la Banca Mexicana que se impulsó en el Comité de Sustentabilidad en el 2016. | BBVA Bancomer estuvo presente en todas las sesiones de los Comités de Responsabilidad Social y Sustentabilidad de la ABM. Se concluyó la adhesión al protocolo verde y se impulsó su comunicación. BBVA Bancomer participó en la elaboración del Informe Anual de Sustentabilidad de la ABM. | ✓ | 1) Participar en todas las sesiones de los Comités de Responsabilidad Social y Sustentabilidad de la ABM en el 2017. 2) Participar en la elaboración del Informe Anual 2016 de sustentabilidad de la Asociación de Bancos de México. |
| 13 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Llevar a cabo el piloto del Proyecto de Mejora Urbana Bancomer para realizar acciones de mejora como: pintado de fachadas de casas y escuelas, recuperación de espacios públicos, jornadas de limpieza, pintado de banquetas y balizamiento, con fecha de cumplimiento de diciembre de 2016. | Mejora Urbana Bancomer realizó la primera jornada de Sumando Esfuerzos en la CDMX. Se pintaron 100 fachadas de casas, 9 escuelas y se rehabilitaron 22,700m2 del parque "Cañitas". La actividad se realizó en septiembre de 2016. | ✓ | Escalar el proyecto a 2 intervenciones. Una en CDMX y otra en el interior del país. Actividades alineadas a la mejora de espacios, generar cohesión comunitaria y sumar aliados. Fecha de cumplimiento diciembre de 2017. |
| 14 | RRC (Responsabilidad y Reputación Corporativas) | Elaboración del segundo Balance Social de BBVA Bancomer identificando indicadores sociales, con fecha de cumplimiento diciembre 2016. | Se elaboró el Balance Económico y Social BBVA Bancomer 2015 , en mayo del 2016. | ✓ | No |
| 15 | Educación Financiera | Para 2016 se pretende impartir: Talleres: 1,015,747 Actividades Lúdicas: 711,000 Otras Acciones formativas: 61,211 | Se lograron 910,784 talleres y 1,246,088 acciones lúdica, 23,861 de otras acciones formativas, lo que hace un total de 2,180,733 acciones totales de Educación Financiera. | ! | Implementar el nuevo modelo de operación del programa de Educación Financiera BBVA Bancomer para llegar a 1,036,000 talleres entregados durante 2017. |
| 16 | Educación Financiera | Mantener el servicio de actualización y rediseño, para recibir comentarios On-demand por parte de los países, durante 2016. | No hubo ningún requerimiento de los países por lo que no se cuenta con alguna evidencia sobre este punto. | N/A | Mantener el servicio de actualización y rediseño, para recibir comentarios On-demand por parte de los países, durante 2017. |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|----------------------|--|--|---|---|
| 17 | Educación Financiera | <p>-Implementar los cinco talleres rediseñados durante 2015, con fecha de cumplimiento del primer semestre de 2016; y rediseñar y actualizar los contenidos de materiales y herramientas educativas de cuatro talleres del programa de Educación Financiera BBVA Bancomer, con fecha de cumplimiento de diciembre de 2016.</p> <p>-Implementar el programa de formación PyME para el segmento Semimasivo a través de un modelo de 6 acciones formativas en línea, integrando los aprendizajes generados durante 2015, con fecha de cumplimiento de septiembre de 2016.</p> <p>-Implementar el programa de formación PyME para el segmento Premium a través de un Curso Especializado presencial, integrando los aprendizajes generados durante 2015, con fecha de cumplimiento de diciembre de 2016.</p> | <ul style="list-style-type: none"> Se implementaron 4 de los 5 talleres que conforman el Paquete Básico del programa. Mejoramos la experiencia del participante con actividades didácticas y un look and feel actual y ad hoc al segmento dirigido. También usamos tecnología de vanguardia para el desarrollo de las actividades. Actualizamos los conceptos abordados desde un punto de vista de producto, bancario y regulatorio. Estandarizamos la duración de los talleres y la cantidad y tipo de herramientas didácticas usadas. <ul style="list-style-type: none"> Segmento Semimasivo implementado; entregando 154 Diplomados Online, con 20,110 horas formación relacionadas, durante 2016. Segmento Premium implementado; entregando 80 cursos especializados, con 3,579 horas formación relacionadas, durante 2016. |  | Desarrollar los talleres de Seguros e Inversiones para adultos y las mejoras de los rediseñados en 2016 para diciembre de 2017. |
| 18 | Educación Financiera | <p>Integrar la operación del aula Adelante con tu futuro a las actividades recurrentes del área de Operación & Marketing, a partir de febrero de 2016.</p> | <p>Se logró la integración de la operación del aula Adelante con tu Futuro a las actividades recurrentes del Área de Operaciones y se lograron impartir 12,499 talleres durante 2016.</p> |  | No |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|----------------------|--|---|--------------------------|---|
| 19 | Educación Financiera | Se lanzará una campaña para invitar a clientes con tarjeta de crédito para que participen en el piloto y se les dará seguimiento para analizar los resultados de las tres estrategias de intervención durante 2016 y 2017. | <p>Se realizó la campaña dirigida a clientes de las tarjetas de crédito a través de e-mail marketing y refuerzo en proceso outbound con el call center con tips de educación financiera e invitación a los talleres con el incentivo de recibir un bono de 3,000 puntos Bancomer por cursarlos. En esta campaña participaron 670 clientes con un total de 1,340 talleres de crédito.</p> <p>Se realizó una campaña de asesorías telefónicas donde se les entregaban de 1 a 4 asesorías. En esta campaña se contactaron a 3,867 personas, con un total de 935 asesorías.</p> | ✓ No | |
| 20 | Educación Financiera | Renovar 315 equipos de cómputo en aulas móviles. | Este proyecto se pospuso para 2017 por cuestiones presupuestales. | ✗ | Rediseño de al menos 2 Aulas fijas en modalidad ULISES con nueva imagen corporativa y herramientas educativas que consideren innovación tecnológica: dispositivos de realidad virtual y realidad aumentada. |
| 21 | Educación Financiera | Integrar las modalidades de entrega de talleres de Educación Financiera faltantes (Universidades, Formadores Atento, Incubadoras Tec, empleados, On line, Valores de futuro y Talleres cortos) al Sistema de Gestión y Administración de Educación Financiera con la finalidad de hacer más eficiente el proceso de gestión de educación financiera (agenda y programación, registro de participantes, supervisión y evaluación) a fin de evaluar la efectividad y satisfacción de los talleres. | Se integraron al SiGA la captura directa las modalidades de Universidades, Formadores Atento, Incubadoras Tec. Para las modalidades de empleados, on line, valores de futuro y talleres cortos se integró a partir de cargas programadas por el proveedor. Se desarrolló el módulo de agenda, control de participantes, así como los módulos de supervisión. | ✓ No | |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|----------------------|---|---|-----------------------|---|
| 22 | Educación Financiera | Entregar 87,975 talleres a los empleados de BBVA Bancomer a través de la plataforma de Campus BBVA. Los talleres que se entregarán son alguno de los seis que ya se encuentran en la plataforma y el taller 7 que se lanzará en 2016. | 5,834 empleados de BBVA Bancomer han tomado alguno de los seis talleres de Educación Financiera, lo que representan 21,312 talleres. | ! No | |
| 23 | Educación Financiera | Atender 160 sesiones de capacitación para los instructores de nuevo ingreso a Educación Financiera, para los alumnos del programa de estadísticas y servicio social, para los voluntarios de la Fundación Bancomer y para todos aquellos socios estratégicos que repliquen los talleres del Programa. | Durante 2016, se han impartido 141 sesiones de capacitación a los instructores, lo que equivale a 1337 participantes y 6,876 horas formación. | ! No | |
| 24 | Educación Financiera | Implementar la aplicación de Checkup Financiero dentro de Bmóvil, para presentar a Nómina habientes Bancomer su situación financiera, recomendaciones para su administración y una oferta de productos alineada con dicha situación, con fecha de cumplimiento de diciembre de 2016. | BBVA CheckUp sí está implementado. Todavía no se libera a mercado. Desarrollamos, en 9 meses, la nueva funcionalidad de Bmóvil que empodera a los clientes con nómina para llevar unas finanzas saludables y usar los productos del banco a su favor al: informar con una gráfica intuitiva el estatus de los ingresos, gastos, pago de créditos y dinero disponible del cliente; comunicar con un corazón animado si dicho estatus es bueno o malo; y apoyar con tips hechos a partir de los datos y situación particular del cliente para mantener o mejorar la salud de sus finanzas. Nota: BBVA CheckUp no es una app, es una funcionalidad o feature que vive dentro de la app Bmovil. | ✓ | Desarrollar seis funcionalidades para BBVA CheckUp dentro de la aplicación de Bmovil con cumplimiento en diciembre de 2017. |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|----------------------|--|---|--------------------------|---|
| 25 | Educación Financiera | <p>Posicionar el programa de Educación Financiera de BBVA Bancomer durante 2016 en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios tradicionales: 5 entrevistas en TV y 2 en radio, 50 artículos en prensa y 10 en revistas. • Medios directos: 2.5 millones de estados de cuenta, 10,000 flyers, 1,000 posters. • Medios digitales: Lanzar la nueva página web en abril para posicionar el programa de Educación Financiera de BBVA Bancomer durante el 2016, incrementar en 25% el número de seguidores en redes sociales. | <p>Se lograron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios tradicionales y directos: 6 entrevistas, 52 publicaciones de artículos en prensa y 22 publicaciones en website de medios de comunicación. No se publicaron artículos en revistas. • Medios directos: 31,000 flyers entregados en eventos, universidades y aulas fijas. No hubo envío de publicidad en estados de cuenta • Medios digitales: Se lanzó la nueva página web con las siguientes características: <ul style="list-style-type: none"> * Navegación: mejorar experiencia del usuario * Arquitectura web para mejora exposición en motores de búsqueda * Administrador de Marketing de Contenidos para mejorar la atracción posibles participantes (back) * Fácil inscripción * Menú principal enfocado a hitos de vida de las personas y empresas * Diseño para teléfonos inteligentes y tabletas * Versión en Inglés y Español * Se incrementó en 35.27% el flujo | ! | <p>Posicionar el programa de Educación Financiera de BBVA Bancomer durante 2017 a través de la implementación de una campaña en motores de búsqueda digital, la generación de comunicación en canales externos e internos a través de medios tradicionales, directos y digitales y la participación en 4 eventos nacionales del gremio y 1 internacional. Con esto lograr:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar en un 30% el número de visitas al website www.educacionfinancierabancomer.com 2. Incrementar en 20% el número de seguidores en Facebook y 30% en Twitter. 3. Incrementar en 15% el número de interacciones en redes sociales al año. |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|----------------------|--|---|-----------------------|--|
| 26 | Educación Financiera | Administrar las seis plataformas del modelo Valores de Futuro, para impartir por lo menos 700,000 actividades formativas a niños y jóvenes para diciembre de 2016. | <ul style="list-style-type: none"> Se impartieron 93,386 actividades lúdicas en el aula valores de futuro dentro del Museo Interactivo de Economía. Se impartieron 1,138,100 actividades interactivas y lúdicas en KidZania en México. Se impartieron 12,822 talleres en 15 localidades dentro del programa de Voluntariado Corporativo. Se impartieron 14,602 actividades de valores de futuro en escuelas y eventos especiales. | ✓ | Administrar las seis plataformas del programa valores de futuro, para impartir por lo menos 1'200,000 actividades formativas a niños y jóvenes durante 2017. Desarrollar e implementar contenido de inflación para niños que comprenda: 4 talleres, 4 actividades multimedia y 1 video (1T 2017). |
| 27 | Educación Financiera | Para 2016 se pretende impartir 523,000 talleres. | Se lograron impartir 582,112 talleres de didáctica tradicional. | ✓ | Para 2017 se pretende impartir 300,000 talleres para didáctica tradicional. |
| 28 | Educación Financiera | Llevar a cabo la 3a. Reunión Nacional de Educación Financiera. | Se realizó la 3a. Reunión Nacional de Educación Financiera. | ✓ | No |
| 29 | Educación Financiera | Implementar una evaluación de impacto para medir el efecto que tienen los talleres de educación financiera, la asesoría personalizada y mensajes de texto con recomendaciones sobre el manejo de las finanzas personales de clientes de BBVA Bancomer durante 2016 y 2017. | Se desarrolló la planeación del proyecto. Se coordinaron a diferentes áreas de BBVA Bancomer. Se lanzó la campaña cuya duración fue de junio a diciembre de 2016. Actualmente se inició el proceso de seguimiento a clientes participantes para la evaluación | ! | Se obtendrán los resultados de la evaluación de impacto iniciada en 2016. |
| 30 | Educación Financiera | Participar con al menos 3 organismos reconocidos de corte nacional e internacional para robustecer el prestigio de Educación Financiera BBVA Bancomer para 2016. | <p>Participamos en 11 categorías distintas correspondientes a 6 premios y reconocimientos de organismos impulsores de la Educación Financiera a nivel nacional e internacional, de los cuales tenemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 reconocimiento ganado: Premio a la Mejor Organización del Año, por parte del "Institute for Financial Literacy". 3 en etapa de evaluación (los resultados se entregan en febrero de 2017). 1 evento de participación global: "Global Money Week", organizada por el "Child & Youth Finance International". | ✓ | Atender las mejoras aconsejadas por los organismos nacionales e internacionales en 2016, y participar con 4 organismos reconocidos 2 de corte nacional y 2 de corte internacional para robustecer el prestigio de Educación Financiera BBVA Bancomer durante 2017. |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|--------------------------|---|---|--------------------------|--|
| 31 | Educación Financiera | Desarrollar una herramienta dentro del sistema SIGA que permita la consulta de información histórica y actualizada en tiempo real, de la entrega de talleres y que permita la toma de decisiones de mejora al termino del año 2016. | Se implementó la herramienta de tablas dinámicas y de tablero de control en donde se pueden monitorear indicadores. | ✓ No | |
| 32 | Educación Financiera | Implementar el nuevo modelo de Operación del programa de Educación Financiera BBVA Bancomer para llegar a 1,015,747 talleres entregados durante 2016. | Este proyecto se pospuso para 2017 por cuestiones presupuestales. | ✗ | Implementar el nuevo modelo de operación del programa de Educación Financiera BBVA Bancomer para llegar a 1,036,000 talleres entregados durante 2017. |
| 33 | Educación Financiera | [Nuevo objetivo 2017] | [Nuevo objetivo 2017] | N/A | Capacitar con talleres de Educación Financiera a 100 mil personas beneficiarias del programa PROSPERA durante 2017. |
| 34 | Educación Financiera | [Nuevo objetivo 2017] | [Nuevo objetivo 2017] | N/A | Generar ahorro de al menos 1% del presupuesto asignado durante 2017. |
| 35 | Corresponsales Bancarios | Para el 2016 el objetivo es reflejar en el Estado de resultados un ingreso de al menos \$593,616 pesos, tomando como ingresos de referencia Cash Back Oxxo, Cash Back Extra, Corresponsales Bancarios y Saldazo Oxxo | No | | Controlar el gasto por el pago de comisiones a los corresponsales bancarios (operaciones de pago de tarjeta de crédito, abono a tarjeta de débito y por el pago de servicios), a través de los ingresos, para no incrementar el gasto neto en más de \$12 millones de pesos. |
| 36 | Recursos Humanos | Seguir construyendo el mejor lugar para trabajar y seguir rankeando entre las Mejores Empresas del GPTW y lograr el mismo nivel de participación que el año anterior. | Los resultados de GPTW se harán públicos el 22 de abril de 2017, fecha posterior a la publicación de este Informe. | N/A No | |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|------------------|--|---|-----------------------|---|
| 37 | Recursos Humanos | Incrementar la practica de las actividades deportivas y culturales en un 5%, respecto del año anterior, con lo cual se contribuirá a mejorar la calidad de vida de los empleados activos y jubilados | Al cierre de año se logro beneficiar a 50,894 personas (Empleados y Familiares), con lo cual obtuvimos un incremento mayor al 6%, en la parte deportiva llegamos a 31,511 personas, activándolos en el deporte y 19,383 en la parte cultural dándoles un espacio de entretenimiento y calidad de vida. Adicionalmente 5,945 empleados se vieron beneficiados con el programa Reconocimiento a la experiencia, el cual tiene como objetivo reconocer la trayectoria laboral de los empleados del Grupo Financiero. | ✓ | Incrementar la práctica de las actividades deportivas y culturales en un 5%, respecto del año anterior, con lo cual se contribuirá a mejorar la calidad de vida de los empleados activos y jubilados. |
| 38 | Recursos Humanos | 1) Sensibilizar a través de la publicación de 2 historias de éxito de mujeres; publicación en al menos 3 canales. 2) Sensibilizar a los colaboradores a través de publicar la campaña de comunicación de Respeto a la Diversidad: Respeto a las personas, Equidad de Género y Discapacidad. | 1) Se realizó la sensibilización con la publicación de 2 historias de éxito de mujeres. 2) Se realizaron las campañas de Respeto a la Persona, Equidad de Género y Discapacidad. | ! No | |
| 39 | Recursos Humanos | 1) Impulsar la incorporación de la mujer tras el periodo de maternidad a que se reincorpore a la vida laboral a través del envío de 600 correos electrónicos a próximas Madres y sus Líderes. Publicar la campaña de apoyo a la paternidad y calidad de vida en los medios electrónicos a través de los cuáles el Banco comunica a los empleados. 2) Establecer y publicar el proceso de acceso a comedores y estacionamiento a embarazadas dentro de su periodo de embarazo. 3) En el periodo de marzo a noviembre de 2016 impulsar el uso de salas de lactancia en la sedes a través de comunicados en el sitio de diversidad y en el de talento y cultura, junto con el envío de correos directos al 70% de las madres incorporadas al banco después del alumbramiento. | 1) Se impulsó no a través de correos directo sino a través del Sitio y pantallas para que entrarán al Sitio de Diversidad donde se encontraban las Guías de Maternidad y de Acompañamiento del líder. 2) El acceso a estacionamiento quedo plasmado en la Guía de reincorporación. 3) No se enviaron correos directos pues se readecuaron guias por empresa lo que pospone su envío directo hasta que se terminen cambios en la política por empresa para su publicación. | ! No | |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|---|---|---|--------------------------|---|
| 40 | Recursos Humanos | <p>1) Impulsar el uso adecuado de zonas de reciclaje a través de mensajes educativos en medios de comunicación electrónicos.</p> <p>2) Realizar al menos 2 campañas sobre las Certificaciones ISO 14001 en edificios Sedes: Montes Urales 620, Polanco, Reforma y Tecnoparque.</p> <p>3) Sensibilizar a los colaboradores a través de una campaña de comunicación sobre las certificaciones LEED de nuestros Edificios. características, importancia, resultados, etc.</p> <p>4) Reforestar 10,000 árboles más.</p> | <p>1) Se impulsó el tema de reciclaje aunado a agua y energía. Se realizaron 2 campañas en medios y en Sitio verde información durante 2 meses.</p> <p>2) Se realizó campaña de recertificación en MU 620 en mes de marzo-abril y certificación inicial en Torre BBVA Bancomer y Parques BBVA Bancomer en el mes de noviembre, diciembre del 2016 y enero del 2017. No se realizó certificación LEED, se inicio si con el proceso ante autoridades.</p> | <p>!</p> | No |
| 41 | Compras | Para el 2016 se establece una meta de 600 proveedores a gestionar. | Se gestionaron 658 proveedores en el 2016. | ✓ | La meta para el 2017 es gestionar a 600 proveedores. |
| 42 | Fundación BBVA Bancomer (Desarrollo Social) | Otorgar 6,376 nuevas becas para alumnos de 1° de secundaria del Programa Becas de Integración Por los que se quedan en el ciclo escolar 2016-2017. | Se otorgaron 6,257 becas para alumnos de 1ro de Secundaria del programa de BI PLQSQ. | ! | Otorgar 6,376 nuevas becas para alumnos de 1° de secundaria del Programa Becas de Integración Por Los Que Se Quedan de la generación 2016-2019. |
| 43 | Fundación BBVA Bancomer (Desarrollo Social) | Otorgar 18,376 becas otorgadas del programa Becas de Integración Por los que se quedan para el ciclo escolar 2016-2017. | Se otorgaron 17,393 becas para alumnos del ciclo escolar 2016-2017 de Secundaria del programa de BI PLQSQ. | ! | Mantener arriba de 15,000 becarios activos en el programa Becas de Integración Por Los Que Se Quedan para el ciclo escolar 2016-2017 y 2017-2018. |
| 44 | Fundación BBVA Bancomer (Desarrollo Social) | Otorgar 1000 nuevas becas para niños de secundaria del programa "Olimpiadas del Conocimiento Infantil" para el ciclo escolar 2016-2017. | Se otorgaron 2,923 becas para alumnos del ciclo escolar 2016-2017 de Secundaria del programa de "Olimpiada del Conocimiento Infantil". | ✓ | Otorgar 1000 nuevas becas para niños de secundaria del programa "Olimpiadas del Conocimiento Infantil" para el ciclo escolar 2017-2018. |
| 45 | Fundación BBVA Bancomer (Fomento Cultural) | Impartir un taller para los estudiantes de la Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz en Cuitláhuac, Veracruz. Institución con mayor representatividad en 2015. | Se impartió el taller a 20 estudiantes en la Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz en Cuitláhuac, Veracruz el 30 de junio y 1 de julio de 2016. | ✓ | Crear una comunidad en Google+ para publicar contenidos de arte y acercar la misión cultural de la Fundación a 200 empleados. |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|---|--|--|-----------------------|--|
| 46 | Fundación BBVA Bancomer (Fomento Cultural) | Programar la exposición: "De la formación a lo público" en 3 sedes culturales de reconocimiento en el país. | Se programó la exposición: "De la formación a lo público" en el Museo de Arte Carrillo Gil en la CDMX (29 de enero a 22 de mayo 2016); en CONARTE Parque Fundidora en Monterrey Nuevo León (14 de julio al 16 de octubre 2016). | ! | Editar una publicación sobre la historia del Retrato en México desde hace 2500 años, tiraje 10,000 piezas. |
| 47 | Fundación BBVA Bancomer (Fomento Cultural) | Implementar un programa de vinculación y sinergia para grupos de interés compuesto de 12 actividades culturales y/o talleres durante todo 2016. | Se ofrecieron más de 30 actividades para colaboradores y clientes quienes asistieron a obras de teatro y exposiciones en 6 ciudades. Un curso de Arte Contemporáneo en nuestra sede Torre BBVA Bancomer registrándose 40 personas, el cupo límite. | ✓ | Conceptualizar y llevar a cabo este año 2 Encuentros y 1 Seminario para los becarios del Programa Bancomer / Museo de Arte Carrillo Gil con la participación de asesores y profesionistas especializados quienes aportarán a su formación y a su proyecto. |
| 48 | Fundación BBVA Bancomer (Alianzas Nacionales) | Alcanzar en procuración de fondos \$235,000,000.00 MXN para la ampliación de la cobertura de las diferentes iniciativas que ofrece la fundación con fecha de cumplimiento del 31 de diciembre de 2016. | Se obtuvo una procuración de fondos por \$285,177,732.77 MXN para la aplicación de estos recursos en los programas de Fundación BBVA Bancomer. | ✓ | Alcanzar en procuración de fondos \$209,189,020 MXN para la ampliación de la cobertura de las diferentes iniciativas que ofrece la Fundación con fecha de cumplimiento del 31 de diciembre de 2017. |
| 49 | Fundación BBVA Bancomer (Gestión Social) | Mantener el número de alumnos tutores del ITESM en el rango de (1500 a 2000) para los centros educativos y productivos - incubadora social con fecha de cumplimiento del 31 de diciembre de 2016. | Se alcanzó el apoyo de 2,042 alumnos tutores del ITESM en los Centros Educativos y Productivos Bancomer - Incubadoras Sociales. | ✓ | Mantener el número de alumnos tutores del ITESM en el rango de (1500 a 2000) para los Centros Educativos y Productivos BBVA Bancomer - Incubadoras Sociales con fecha de cumplimiento del 31 de diciembre de 2017. |
| 50 | Fundación BBVA Bancomer (Gestión Social) | Incrementar a 2,000 el número de beneficiarios directos para el centro educativo y productivo -Magdalena Contreras con fecha de cumplimiento del 31 de diciembre de 2016. | Se beneficiaron a 1,406 personas en el Centro Educativo y Productivo Magdalena Contreras. | ! | Beneficiar a 1,050 personas en los diferentes cursos y talleres que se imparten en el Centro Educativo y Productivo Magdalena Contreras. |
| 51 | Fundación BBVA Bancomer (Gestión Social) | Incrementar a 18,000 el número de beneficiarios directos para los 16 centros educativos y productivos con fecha de cumplimiento del 31 de diciembre de 2016. | Se alcanzaron 18,634 beneficiarios en los 16 CEyPs. | ✓ | Alcanzar un número de beneficiarios entre (14,000 y 16,000) para los Centros Educativos y Productivos Bancomer - Incubadoras Sociales, con fecha de cumplimiento del 31 de diciembre del 2017. |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|--|---|--|-----------------------|---|
| 52 | Fundación BBVA Bancomer (Gestión Social) | Continuar con el reequipamiento de las 4 escuelas restantes, correspondientes al ciclo escolar 2015-2016 y evaluar las solicitudes de reequipamiento para el ciclo escolar 2016-2017. | El voluntariado de la SEDENA dejó de proporcionar el recibo deducible y la SEP no entregó los mismos, por lo que la donación no fue entregada a estas escuelas. | ✘ | Buscar alternativas de instituciones que requieran mobiliario escolar y cuenten con recibo deducible. Mobiliario escolar existente (980 artículos). Fecha de cumplimiento al 31 de diciembre 2017. |
| 53 | Fundación BBVA Bancomer (Gestión Social) | [Nuevo objetivo 2017] | [Nuevo objetivo 2017] | N/A | Beneficiar a 800 personas en las 4 Plazas Comunitarias INEA - Fundación BBVA Bancomer en alfabetización, primaria y secundaria. |
| 54 | Fundación BBVA Bancomer (Comunicación y Marca) | <ol style="list-style-type: none"> 1.- Posicionar mediante una campaña de difusión y comunicación a Fundación Bancomer en el 2016, con seguimiento de la campaña de Líderes Mexicanos, esto lo haremos tanto en clientes, empleados, y no clientes del Grupo BBVA Bancomer. 2.- Incrementar las métricas en la pagina WEB vs. 2015 (visitas y vistas). Visitas: 120 mil Vistas: 80 mil 3.- Incrementar en porcentaje las métricas en RRSS (Google +, Twitter y Facebook) vs. 2015. Twitter 25% Google 80% Facebook 50% | <ol style="list-style-type: none"> 1.- El resultado de la campaña se refleja a través de la Campaña "Chavos que inspiran", en donde se logró posicionar a la Fundación con clientes, empleados y se reflejada da en la campaña de procuración de fondos, en donde estamos por arriba de la meta presupuestada. 2.- Total de Vistas al cierre 2016: 479,396 Total de Visitas al cierre 2016: 596,338 3. Las medición no se puede realizar porque Fundación BBVA Bancomer no cuenta con RRSS. | ! | <ol style="list-style-type: none"> 1.- Posicionar mediante una campaña de difusión y comunicación a Fundación Bancomer a través de la campaña "Chavos que inspiran", en donde la principal clave de éxito es llegar a las metas de procuración 2017. 2.- Incrementar las métricas en la página WEB vs. 2016: (visitas y vistas). Visitas: 10% Vistas: 10% |
| 55 | Fundación BBVA Bancomer (Desarrollo Social) | Otorgar 4,000 nuevas becas para alumnos de nuevo ingreso a la preparatoria en el ciclo escolar 2016 - 2017. | Se logró mantener a 3,831 de 4000 becarios activos de nuevo ingreso del programa Becas Adelante a diciembre de 2016. | ! | Otorgar 4,000 nuevas becas del programa Becas Adelante Por Los Que Se Quedan para alumnos de nuevo ingreso a la preparatoria en el ciclo escolar 2016 - 2017. |

Progresos 2016 y Objetivos 2017

| No. | Área | Objetivo 2016 | Progreso 2016 | Calificación Deloitte | Nuevo Objetivo 2017 (SMART). |
|-----|---|---|---|-----------------------|---|
| 56 | Fundación BBVA Bancomer (Desarrollo Social) | Otorgar un total de 12,000 en el programa Becas Adelante para el ciclo escolar 2016 - 2017. | Se logró mantener a 10,509 becarios activos del programa Becas Adelante a diciembre de 2016 de las tres generaciones activas. | ! | Mantener activos a 10,500 becarios del programa Becas Adelante Por Los Que Se Quedan de las generaciones activas del ciclo escolar 2017-2018. |
| 57 | Fundación BBVA Bancomer (Desarrollo Social) | Diseño de un tablero de indicadores para seleccionar los proyectos que continuarán, y para calificar el éxito de los proyectos realizados por los becarios. | Se logró diseñar el Tablero de Evaluación de Desempeño 2016. | ✓ | Diseñar el balanced score card de Educación y Desarrollo Social para el seguimiento de los proyectos estratégicos del área. |
| 58 | Recursos Humanos | Impulsar que 600 empleados realicen actividades de voluntariado durante el 2016 en actividades que el Banco gestione. | Durante el 2016 2,999 empleados del banco participaron en diversas actividades de voluntariado. | ✓ | No |

Glosario

AA 1000 SES: Norma de Accountability AA 1000 Stakeholder Engagement Standard

ABM: Asociación de Bancos de México

ADI: Asociación de Desarrollos Inmobiliarios

AHM: Asociación Hipotecaria Mexicana

Amafore: Asociación Mexicana de Afore

AMIB: Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles

Amipci: Asociación Mexicana de Internet

AMIS: Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros

ATM: Cajero Automático

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

BMV: Bolsa Mexicana de Valores

Cemefi: Centro Mexicano para la Filantropía

CFI: Corporación Financiera Internacional

CNBV: Comisión Nacional Bancaria y de Valores

CNSF: Comisión Nacional de Seguros y Fianzas

Condusef: Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros

Consar: Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro

ESR: Empresa Socialmente Responsable

GRI: Global Reporting Initiative

IARC: Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

ICA: Ingenieros Civiles Asociados

ILCE: Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico

INEGI: Instituto Nacional de Estadística y Geografía

LEED: Leadership in Energy and Environmental Design

MACG: Museo de Arte Carrillo Gil

MIDE: Museo Interactivo de Economía

ODM: Objetivos del Milenio

OSC: Organizaciones de la Sociedad Civil

PGE: Plan Global Ecoeficiencia

RC: Responsabilidad Corporativa

RR HH: Recursos Humanos

RRC: Responsabilidad y Reputación Corporativas

SAC: Sistema Atención a Clientes

SHCP: Secretaría de Hacienda y Crédito Público

SHF: Sociedad Hipotecaria Federal

SNAEBB: Sindicato Nacional de Empleados Bancarios

SNEF: Semana Nacional Educación Financiera

TDC: Tarjeta de Crédito

UNE: Unidad Especializada

UNEP-FI: United Nations Environmental Program - Financial Institutions

VALMER: Valuación Operativa y Referencias de Mercado

BBVA Bancomer