

PASIÓN POR LA
gente
BBVA Bancomer



CONTENIDO

Presentación	5
BBVA-Bancomer y su compromiso con un mejor futuro	7
Perfil del Grupo y Generación de Valor	9
Cultura Corporativa: la Experiencia BBVA	13
Marco general de Ética: Principios de Ética y Ética corporativa	15
Integridad Corporativa y Gobierno Corporativo	16
Sistema de Gobierno Corporativo	16
Sistema de Prevención de Fraudes	19
Sistema de Control Interno	20
Conflicto de intereses	21
Relación con Grupos de Interés: clientes, empleados, proveedores y la sociedad	23
Clientes	23
Oferta de productos y servicios adecuada a la diversidad	24
Proyecto Cliente	26
Innovación	28
Garantías Bancomer	30
Protección de datos personales	32
Confidencialidad	32
Comunicación con el cliente	33
Administración de riesgos	34
Empleados	34
Código de Conducta y mecanismos para atención de conflictos	37
Gente BBVA Bancomer	39
Sistema de Administración del Talento	42
Clima laboral: Great Place to Work	43
Relaciones laborales	45
Comunicación interna	46
Proveedores	49
Concursos y asignación de pedidos y servicios	50
Comisiones de compras	50
Alta, seguimiento y homologación de proveedores	50
Aspectos generales	50
Relación con Grupos de Interés Indirectos:	
BBVA Bancomer y la sociedad	51

Prevencción del lavado de dinero y de la financiación de las actividades terroristas	51
Servicio de Estudios Económicos	52
Acciones de publicidad e imagen corporativa: participación en campañas externas	53
BBVA Bancomer y el medio ambiente	54
El impacto de la oferta: Contribución de BBVA Bancomer a la bancarización y la accesibilidad de los servicios financieros en México	55
Contribución al acceso al mercado hipotecario	57
Financiamiento a la empresa pequeña y mediana	59
Una opción para el financiamiento agropecuario	60
Inversión en proyectos de alto impacto	61
Estrategia para un mejor futuro de los ciudadanos: promoción educativa, social y cultural a través de Fundación BBVA Bancomer	63
Programas de Desarrollo Social: Programa Becas de Integración “Por los que se quedan”	63
Bancomer en la Educación	67
Voluntariado Bancomer	71
Fomento Cultural	72
Comentarios finales	75

PRESENTACIÓN

BBVA Bancomer cumple 75 años de apoyar el desarrollo económico y social de México dando testimonio de solidaridad con la comunidad. Para conmemorar este aniversario presenta el Primer Informe de Responsabilidad Corporativa con el que ratifica su compromiso con un futuro mejor para México. Esta primera entrega pretende informar de los esfuerzos de BBVA Bancomer para que cada una de sus acciones contribuya a construir una mejor comunidad.

La Responsabilidad Corporativa en BBVA Bancomer es la política fundamental de trabajo, inspirada en principios y valores, que se concibe como el compromiso de realizar una actividad profesional responsable. Es también la conciencia del compromiso social del Grupo que ha dado lugar a una serie de iniciativas dirigidas a la construcción de mejores condiciones para la sociedad.

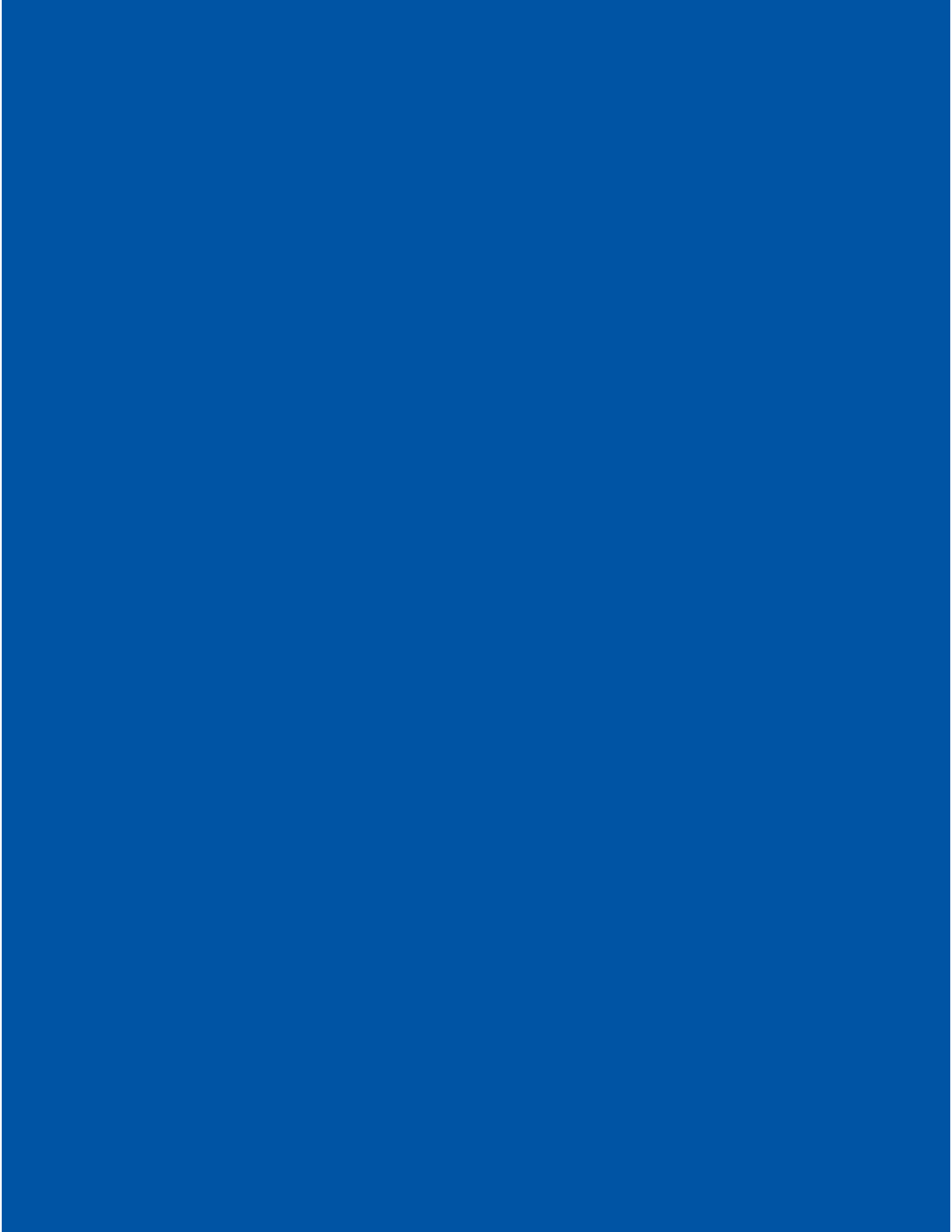
El eje de las iniciativas sociales de BBVA Bancomer es la educación. A través de la Fundación BBVA Bancomer se apoyan diversos programas que tienen como objetivo procurar recursos para que niños y jóvenes mexicanos tengan acceso a una educación de calidad.

La educación es uno de los principales desafíos para nuestro país. Es un reto del que depende en buena medida el avance social y el logro de una sociedad más próspera y equitativa. Es por ello que, dentro de su amplio espectro de acción social BBVA Bancomer ha puesto un énfasis especial a los programas de apoyo y fomento educativo.

Como parte de las celebraciones por los 75 años se lanzó el Programa de Becas de Integración “Por los que se quedan”, para otorgar becas de estudios de secundaria a los hijos de migrantes que permanecen en sus comunidades de origen. Se trata de apoyar a los jóvenes que padecen problemas y desintegración social para que no dejen la escuela. Para asegurar el éxito de ésta y otras iniciativas de nuestro Plan de Acción Social este año BBVA Bancomer destinó el 0,7% de las utilidades anuales del Grupo a los programas de la Fundación, así como a iniciativas de apoyo a damnificados por desastres naturales.

En BBVA Bancomer el compromiso de Responsabilidad Corporativa se entiende como un elemento esencial de su cultura y se expresa en cada decisión y acción institucional, así como en el quehacer cotidiano de todos y cada uno de sus miembros. Este informe es un testimonio de la manera en la que BBVA Bancomer responde a este compromiso.

ING. HÉCTOR RANGEL DOMENE
Presidente del Consejo de Administración
Grupo BBVA Bancomer



BBVA BANCOMER Y SU COMPROMISO CON UN MEJOR FUTURO

BBVA Bancomer concibe la Responsabilidad Social Corporativa como un compromiso con el desarrollo de la sociedad y una contribución al progreso social, económico y medioambiental. Es una política integral de la Institución, inspirada en sus principios y valores. Forma parte de la estrategia global del Grupo e implica a todas sus unidades y líneas de actividad, atendiendo fundamentalmente a sus grupos de interés y a la comunidad en general.

Como expresión de la relevancia que la Institución concede a este compromiso, en octubre de 2006, don Francisco González Rodríguez, Presidente del Grupo BBVA, puso en marcha el Programa de Responsabilidad Social Corporativa, el cual incluye un Plan de Acción Social del Grupo BBVA para América Latina de ayuda para la educación infantil básica o secundaria de sectores desfavorecidos.

En esa misma ocasión, se anunció que 0.7% de las utilidades de BBVA Bancomer se aplicarían a programas de Responsabilidad Social Corporativa, con un presupuesto para 2007 de 152 millones de pesos, de los cuales 145.6 millones correspondieron a Fundación BBVA Bancomer y el resto de los recursos se destinaron a iniciativas de apoyo en Recursos Humanos.

Desde su nacimiento, el Grupo BBVA Bancomer ha sido consciente de su misión social, a la que ha respondido con una actividad profesional responsable y una participación social comprometida. Esto se tradujo en una política corporativa de servicio, que ha dado lugar a un gran número de acciones encaminadas a la construcción de mejores condiciones para la sociedad en la que es importante protagonista.

Como parte de esta misma política se presenta este Primer Informe de Responsabilidad Social Corporativa, en el que se registran las acciones de BBVA Bancomer en la materia. Son un testimonio de su interés y compromiso en la creación de un futuro mejor para todo el conjunto social.

Este informe plantea un esquema general dividido en cuatro grandes áreas, que reflejan las prioridades de la Institución en la Responsabilidad Social Corporativa.

En la primera se describe al Grupo y se hace referencia a los Principios Fundamentales de la Cultura Corporativa, al Marco General de Ética y el Gobierno Corporativo, que son los cimientos de la identidad y la acción del BBVA Bancomer. La Ética, que define el desarrollo preciso y escrupuloso de todas sus acciones y sobre la cual descansa no sólo la operación cotidiana de la Institución, sino también la concepción de la Responsabilidad Social Corporativa.

En la segunda se habla de la relación del Banco con sus Grupos de Interés Directos: clientes, empleados y proveedores, que son el recurso más valioso del Grupo. Se refiere también a los Grupos de Interés Indirectos, comprendidos en el amplio concepto de la ciudadanía, que es la razón última de sus productos y servicios.

En la tercera se explica la contribución a la bancarización y la accesibilidad de los servicios financieros, es decir, la aportación de la oferta del Banco a la creación de un mejor sistema financiero, indispensable para el desarrollo del país. La oferta, que fundamenta al Banco como la mayor entidad en el sistema financiero mexicano.

Finalmente, en la cuarta se analiza la estrategia de asistencia social, cultural y educativa, en particular la acción y la presencia de la Fundación BBVA Bancomer y el alcance de sus proyectos.

La atención y el cuidado que BBVA Bancomer ha puesto en todos y cada uno de estos rubros le han valido que el Centro Mexicano de Filantropía le haya certificado, durante siete años consecutivos, como una Empresa Socialmente Responsable.

La actuación social de BBVA Bancomer es de gran trascendencia dada la importancia y el peso específico que tiene la Institución. Cuenta con presencia en todo el territorio nacional; un alto porcentaje del sistema de pagos y transacciones son ejecutados por el Grupo; es un empleador de gran escala; en suma, es el banco con mayor impacto en la bancarización del país y en el acceso a los servicios financieros, lo que tiene especial relevancia en una nación en la que importantes segmentos de la población tienen todavía un acceso limitado a los beneficios que el sistema financiero ofrece.

Los esfuerzos de Responsabilidad Social Corporativa se hacen indispensables en el contexto en el que se desarrolla el sistema financiero mexicano. La historia reciente de la banca ha sido accidentada. Los bancos han sido las primeras entidades que han sufrido las crisis económicas y financieras que han aquejado al país durante las últimas décadas. Esto provocó graves conflictos con sus principales grupos de interés, que vieron afectada su relación con la Institución; se experimentaron momentos delicados y difíciles con su clientela. Sólo en años recientes, después de mucho esfuerzo y mejora continua, se ha logrado regularizar la relación con los principales involucrados en la operación del Grupo a niveles satisfactorios.

México tiene una de las economías más grandes a nivel mundial y de particular relevancia en Latinoamérica. Sin embargo, enfrenta grandes retos económicos y financieros internos, como una profunda desigualdad, un amplio porcentaje de la población en pobreza extrema, una extensa economía subterránea, alto índice de desempleo, creciente migración, un contexto bancario y empresarial incierto. Todo lo anterior representa un reto para las grandes entidades financieras, no sólo para mantener una operación impecable, sino para contribuir a su entorno ampliado.

En esta circunstancia, BBVA Bancomer, fiel a sus principios, mantiene una operación altamente eficiente, responsable en sus relaciones de negocio y con el compromiso de contribuir de manera decidida al progreso social y a la creación de un futuro mejor para todos.

Para realizar este informe se siguieron criterios metodológicos de acuerdo al Informe de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA y del Global Reporting Initiative. Se aplicó un diagnóstico acorde a las prioridades de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo e identificado con los perfiles propios de México y de su sistema bancario.

México. Aspectos generales de la economía y de la demografía

	2006
PIB (billones de dólares americanos)	839.20
PIB per cápita anual (dólares americanos)	7,870
Inflación promedio anual	4.05
Población (millones de habitantes)	104.2
Densidad de población (habitantes por kilómetro cuadrado)	53
Porcentaje de población rural	23.5
Esperanza de vida	75 años
Escolaridad promedio de la población mayor a 15 años	8.3 años
Tasa de desempleo de la población mayor a 14 años (%)	3.61
Porcentaje del ingreso total correspondiente al 20% más rico de la población	49.76

Fuentes: CONAPO e INEGI.

PERFIL DEL GRUPO Y GENERACIÓN DE VALOR

BBVA Bancomer es una entidad financiera con sede en México, perteneciente al Grupo BBVA. Es una Institución fundada en 1932, que por su exitoso desempeño y responsable actuación se ha convertido en uno de los pilares de la vida económica y financiera de México. Desde el año 2000 pertenece al Grupo BBVA. Su desarrollo se fundamenta en el cumplimiento de la misión, que puede resumirse en cuatro puntos básicos:

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

El cumplimiento de esta misión a lo largo de sus 75 años ha propiciado una importancia creciente en el sector financiero mexicano. En el año 2006 los activos de BBVA Bancomer representaban 24% de los activos totales de la banca mexicana y 6.8% del Producto Interno Bruto del país. Además, su participación en el sistema de pagos no es menos relevante, ya que es la entidad líder en número de clientes bancarios con cerca de 14 millones, y es la Institución que cuenta con un mayor número de sucursales, lo que le da presencia en todo el territorio nacional.

El Banco maneja 27% de la cartera de crédito y 26.2% de la captación total de la banca mexicana. Como generador de empleo su importancia no es menor, ya que el equipo BBVA Bancomer, que a junio de 2007 era de 34,034 empleados, representa aproximadamente 25% del total de los empleados de la banca en México. Este equipo representa, también, más de 33% del total de empleados del Grupo BBVA a nivel global y más de 51% de sus empleados en el continente americano.

BBVA Bancomer



adelante.

PASIÓN POR LA

gente



PASIÓN POR LA

gente
BBVA Bancomer

PASIÓN POR LA

gente
BBVA Bancomer

PASIÓN POR LA

gente
BBVA Bancomer



PASIÓN POR LA

gente
BBVA Bancomer

PASIÓN POR LA

gente
BBVA Bancomer

gente
BBVA Bancomer

PASIÓN POR LA

gente
BBVA Bancomer



PASIÓN POR LA

gente
BBVA Bancomer

PASIÓN POR LA

gente
BBVA Bancomer

gente
BBVA Bancomer

Esta actividad tiene como uno de sus resultados naturales que la Institución se convierta en un generador de valor para sus Grupos de Interés Directos e Indirectos. Esta generación de valor es la resultante de su acción ante estos colectivos y, en general, de su actividad en apoyo a la comunidad. El respeto de sus lineamientos éticos y un gobierno corporativo altamente responsable han propiciado que paralelamente con el crecimiento de su peso y presencia en el sistema financiero mexicano, aumente el valor de la Institución ante los grupos que forman su entorno directo e indirecto, lo que redundará en beneficio de la sociedad en conjunto.

Indicadores generales de la Banca mexicana

	2006
Total Instituciones de Banca Múltiple	39
Sucursales totales	8,717
Personal total empleado	139,021
Número de cuentas totales de captación	50,150,427
Activos totales de la Banca (millones de pesos)	2,733,206
Como porcentaje del PIB	28.32
Cartera total de la Banca (millones de pesos)	1,508,508
Como porcentaje del PIB	15.63
Captación total (millones de pesos)	1,836,567

Fuente: Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Relevancia de BBVA Bancomer en la economía mexicana

	2005	2006
Activo Total Grupo Financiero BBVA Bancomer		
(millones de pesos)	596,802	625,149
Participación en el Activo total de la Banca mexicana	27%	24%
Activo total como porcentaje del PIB mexicano	7.1%	6.8%
Manejo de recursos del público: Captación tradicional como porcentaje del Activo total del Banco	66%	65%

**Creación de valor directo del Grupo Financiero BBVA Bancomer
por Grupo de Interés (cifras en millones de pesos)**

GRUPO DE INTERÉS	PRINCIPAL RUBRO	2005	2006
Accionistas	Dividendos	13,340.0	7,654.0
Empleados	Gastos de personal (salarios y prestaciones)	12,065.0	12,765.0
Clientes	Intereses y comisiones pagados	40,884.0	33,005.0
Proveedores	Gastos generales de administración	7,447.0	8,246.0
Sociedad	Impuestos (causados y diferidos)	11,239.0	12,258.0
	Apoyo a la comunidad (Fundación BBVA Bancomer)	44.73	70.51
Total		85,019.0	73,999.0

CULTURA CORPORATIVA: LA EXPERIENCIA BBVA

La Cultura Corporativa constituye el marco de referencia en el que se establecen y practican los valores, costumbres, hábitos y creencias de una organización, y que identifica a sus miembros, que ven normar su comportamiento por aquélla.

Confiere identidad a las organizaciones y las hace únicas dentro de su ámbito de trabajo, al definir sus valores diferenciales. En el caso de las empresas, uno de ellos es su definición como organización socialmente responsable; la responsabilidad social de la empresa, por su importancia y trascendencia, se inserta de manera preponderante dentro de los elementos constitutivos de la Cultura Corporativa.

BBVA Bancomer comparte y ha hecho suya la Cultura Corporativa del Grupo BBVA que, desde el año 2003, se ha definido como la Experiencia BBVA y que hoy constituye el principal diferenciador del Grupo en el mercado y ante sus competidores. El momento actual plantea, entre otros retos, el de atraer y retener a los clientes de más valor y a los mejores profesionales del mercado. La Experiencia BBVA es la directriz y la forma de trabajar para enfrentar este reto.

La Experiencia BBVA se fundamenta en tres elementos principales: la cultura, la marca y la reputación corporativa. Su éxito como modelo consiste en la integración y alineación de los objetivos corporativos con su visión de futuro, principios y compromisos contenidos en la Cultura Corporativa del Grupo BBVA.

Los Principios son la base de la cultura corporativa y trazan el camino para alcanzar las metas definidas en la visión de Banco. Son determinantes en la toma de decisiones y en la actuación cotidiana de directivos, funcionarios, empleados y, en general, de cualquier persona o entidad relacionada profesionalmente con la Institución. En suma, definen, identifican, propician la unidad y cohesión, al tiempo que marcan el rumbo del Banco.

Los Principios son:

- I. **El cliente como centro del negocio:** En el Banco se mantiene una relación de largo plazo, de confianza y valor mutuo con los clientes. Se ofrecen servicios de máxima calidad y las soluciones, el asesoramiento y los productos más adecuados a sus necesidades.
- II. **La creación de valor para los accionistas como resultado de la actividad:** Siendo fieles a los fundamentos institucionales, y basados en el trabajo eficiente y fructífero, se crea de forma sostenida, en el largo plazo, más valor diferencial para los accionistas.

**LA VISIÓN DE FUTURO TRANSMITE LA AMBICIÓN Y EL COMPROMISO DEL GRUPO.
ES LA GUÍA PARA QUE TODOS LOS ESFUERZOS SE ENCAMINEN HACIA LA MISMA DIRECCIÓN.**

“En BBVA, trabajamos por un futuro mejor para las personas. Nos comprometemos a aportar mejores soluciones a nuestros clientes, crecimiento rentable a nuestros accionistas y progreso para la sociedad.”

- III. **El equipo como artífice de la creación de valor:** Se facilita el desarrollo personal y profesional de todos los miembros del equipo, entendiendo que son el principal valor de la empresa. Se crea un entorno que fomenta la iniciativa y la manifestación de talento. Se muestra el máximo respeto por los empleados, cuyas ideas, compromiso y trabajo en equipo son fuente de generación de valor.
- IV. **El estilo de gestión como generador de entusiasmo:** Se estimula la toma de decisiones, se reconoce el éxito y se admite la posibilidad del error. Se orienta a los colaboradores hacia la obtención de resultados, con un alto grado de exigencia personal, proporcionando todo el apoyo necesario y facilitando el aprendizaje continuo.
- V. **El comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad:** Cumplir estándares éticos, más allá de la estricta legalidad, y asegurar la transparencia en la información es una guía básica de actuación, así como demostrar respeto hacia todas aquellas personas o colectivos con los que se establece una relación institucional.
- VI. **La innovación como palanca de progreso:** Impulsar la mejora continua de la organización, del servicio al cliente y de la actualización de la cartera de productos y soluciones, mediante la creatividad eficiente y la inquietud por la aplicación de la tecnología más adecuada.
- VII. **La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo:** En lo personal e institucional, estar comprometidos con el progreso social, económico y medioambiental y contribuir al desarrollo de la sociedad.

Cada uno de estos Principios implica compromisos y comportamientos específicos, que se aplican constantemente y están presentes en todas las relaciones del Grupo: clientes, empleados, accionistas y sociedad.

Los Principios Corporativos soportan las tres líneas de diferenciación de BBVA Bancomer (Innovación, Personas para personas y Liderazgo), y son la base sobre la que se construye la marca y la reputación. Es así que, derivados de los Principios, se definen los Compromisos del Grupo BBVA hacia cada uno de los grupos con los que se relaciona.

El Proyecto Pasión por las Personas es una forma de hacer realidad los principios de la Cultura Corporativa. Es una propuesta para **vivir** la visión del Grupo. Pasión por las Personas es el plan propio de BBVA, en el que cada una de las áreas se compromete a generar valor en la organización, centrándose en el cliente como centro del negocio y en el equipo como artífice de la generación de valor.

MARCO GENERAL DE ÉTICA: PRINCIPIOS DE ÉTICA Y ÉTICA CORPORATIVA

El eje de la Cultura Corporativa de BBVA Bancomer es la preservación de la confianza de inversionistas, clientes y grupos de interés, directos e indirectos, a través del estricto comportamiento ético y la integridad personal y profesional de cada uno de los funcionarios y empleados del Banco.

BBVA Bancomer es una empresa con integridad corporativa en la realización de sus negocios, en el desempeño de las funciones de sus empleados y en las relaciones con y entre sus grupos de interés. A través de la implantación, supervisión y perfeccionamiento de diversas acciones y herramientas tendientes a la adopción de una filosofía de actuación correcta y transparente, el Banco demuestra su compromiso con los más altos estándares de Ética y Principios Corporativos.

El Código de Conducta del Grupo BBVA establece los fundamentos y estándares de comportamiento ético que son de observancia obligatoria para todos sus directivos y empleados, convirtiéndose en la guía para el entendimiento y desarrollo de todas sus actividades.

El objetivo del Código de Conducta es mantener la fidelidad a los ideales de la Institución y conservar la integridad corporativa del Grupo mediante el cumplimiento constante de estrictos estándares de comportamiento ético. También busca el reforzamiento de los principios de ética empresarial conforme a las mejores prácticas, que se manifiesta en su compromiso de fidelidad con los clientes, los accionistas, los empleados y la sociedad, sobre todo en los aspectos concernientes a la protección de su patrimonio y a su privacidad.

Como queda manifestado, el Código de Conducta se desprende y expresa los Principios del Sistema de Gobierno Corporativo, de la Experiencia BBVA, y es parte fundamental de la Cultura Corporativa. Es el testimonio concreto de uno de los siete Principios corporativos: “el comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad”. Es muestra del compromiso explícito de BBVA y BBVA Bancomer con la aplicación de los contenidos de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, del Pacto Mundial de las Naciones y de otros convenios y tratados de organismos internacionales tales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Su ámbito de aplicación comprende a todas las entidades que integran el Grupo Financiero BBVA Bancomer y encuentra su fundamento en cuatro valores éticos claves:

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

Asimismo, atiende a la integridad corporativa dentro de cuatro ámbitos básicos:

- *Integridad Relacional*: Establece los compromisos y las líneas de comportamiento que rigen las relaciones de BBVA Bancomer con sus diversos grupos de interés, incluyendo accionistas, clientes, empleados, proveedores y sociedad en general.
- *Integridad en los Mercados*: Establece los criterios de actuación que preservan la integridad y transparencia de su presencia y actuación en los mercados, además de fomentar la libre competencia.

- *Integridad Personal*: Establece pautas de actuación orientadas a garantizar la calidad profesional de empleados y directivos, y a fomentar un clima laboral respetuoso, transparente y comprometido con los objetivos empresariales de BBVA Bancomer, y con el servicio al cliente y a la sociedad.
- *Integridad Organizativa*: Establece los mecanismos para la adecuada comprensión e implementación del Código de Conducta, y la gestión de los conflictos éticos en el Grupo.

Dentro de la Cultura Corporativa del Banco, el Código de Conducta es una pieza clave y guía puntual de comportamiento necesario para mantener los más altos niveles de integridad y honestidad. Para vigilar la consecución de sus objetivos y facilitar su comprensión e interpretación, se han creado estructuras organizacionales específicas, como el Comité de Gestión de la Integridad Corporativa. El ámbito de actuación del Comité es la totalidad de las actividades y negocios del Grupo y en él recaen, entre otras, las funciones de gestión de conflictos éticos.

De esta manera, BBVA Bancomer manifiesta su convicción de que el comportamiento ético es un componente fundamental de su plan de negocio y que sólo mediante el minucioso apego a sus lineamientos de conducta se pueden alcanzar los objetivos trazados. Este comportamiento ético, en el que se encuentran comprendidos todos los miembros del Grupo, es el que avala su participación en el mercado y su presencia social.

INTEGRIDAD CORPORATIVA Y GOBIERNO CORPORATIVO

El Grupo Financiero BBVA en general, y BBVA Bancomer en particular, consideran que la integridad corporativa constituye una fuente de creación de valor estable y una condición indispensable para preservar la confianza social en cualquier institución. El Sistema de Gobierno Corporativo, elemento eje de la integridad corporativa, es una de las claves del funcionamiento ético y eficiente de la Institución. Su principal objetivo es el mejor funcionamiento del Consejo de Administración, las Asambleas de Accionistas, los Órganos Intermedios, los Órganos de Vigilancia y, en general, de todas las estructuras de mando en el Banco. Persigue en todo momento la complementariedad y correspondencia entre los intereses propios y los objetivos de todos los grupos relacionados con la Institución.

La integridad corporativa incluye también, dentro de sus aspectos preventivos más relevantes, los sistemas de control interno, así como las acciones para la prevención y detección de fraudes, lavado de dinero y prevención de financiamiento al terrorismo. La responsabilidad asumida sobre la custodia y administración del patrimonio de los clientes hace indispensable contar con políticas y procedimientos claros y seguros, apegados a una normatividad estricta y con empleados caracterizados por su compromiso ético hacia los clientes, la Institución y la sociedad. El estricto Sistema de Control Interno que opera en el Grupo, da certeza de que el patrimonio confiado a la Institución se protege de acuerdo a los más seguros y avanzados estándares, mecanismos y normas internacionales.

SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

El Sistema de Gobierno Corporativo, en estricta relación con el Código de Mejores Prácticas Corporativas, se concibe como un proceso dinámico sujeto a la evolución de la Institución, a los resultados obtenidos en su desarrollo, a la normatividad vigente y



MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE BBVA
BANCOMER, REUNIDOS EN MADRID. OCTUBRE DE 2007

futura, y a las recomendaciones surgidas de las prácticas óptimas de mercado adaptadas a la realidad social. Este sistema parte de las estructuras superiores de la Institución e incluye a todos sus miembros.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración está constituido por 15 consejeros propietarios, de los cuales siete son independientes. Al contar con miembros no vinculados con el equipo directivo y que no participan en la operación diaria se da certidumbre en la objetividad de las estrategias y la pluralidad de opiniones. Por cada consejero propietario se designa a su respectivo consejero suplente, con los mismos criterios de independencia y en congruencia con los lineamientos de las mejores prácticas de gobierno corporativo.

El Consejo de Administración establece la visión estratégica del Banco y asegura que los accionistas, y el mercado en general, tengan acceso a la información pública que el Banco genera. Por otra parte, establece los mecanismos de control interno, se asegura que el cumplimiento con las disposiciones legales a las que el Banco está sujeto sea comprobable, y es quien evalúa el desempeño de los funcionarios en puestos directivos.

Se reúne por lo menos cuatro veces al año, dedicando al menos una de esas reuniones a la definición de las estrategias de mediano y largo plazo. Cualquier consejero nombrado por primera vez recibe la inducción necesaria para que conozca, con todo detalle, sus responsabilidades, los requisitos que debe cumplir y la situación de la sociedad.

Las funciones del Consejo de Administración de BBVA Bancomer incluyen:

- a) Administración y representación de la sociedad.
- b) Nombramiento y remoción de consejeros delegados, director general, funcionarios, agentes, empleados y auditores externos.
- c) Creación, diseño de estructura y asignación de jerarquías, facultades y atribuciones de comités y comisiones.
- d) Convocatoria a las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias.

En referencia a la función de compensación y evaluación de directores generales y altos funcionarios del Banco, éstos se evalúan y son compensados con base en retribuciones fijas y bonos por resultados. El pago de estos bonos es proporcional al ingreso fijo y se mide aplicando los mismos criterios que al resto del personal ejecutivo del Banco, según tres variables: resultados globales, resultados individuales y apreciación general del desempeño.

Con respecto a los conflictos de interés, en las reglas que configuran el Estatuto del Consejero de BBVA Bancomer se presentan en detalle las distintas situaciones en las que podría darse la existencia de conflictos de intereses entre el Consejero, sus familiares y las entidades con las que esté relacionado, y el Banco. Ahí se establecen los procedimientos a seguir en estos supuestos para evitar que se produzca una conducta contraria a los intereses de la Institución. Estas reglas se orientan a lograr que la actuación de los Consejeros se ajuste a un exigente comportamiento ético, de acuerdo con la normativa aplicable y conforme a los valores del Grupo BBVA.

ÓRGANOS AUXILIARES Y DE VIGILANCIA

Como un mecanismo de apoyo a las funciones del Consejo de Administración se han creado diversos Órganos auxiliares y de vigilancia, que son instancias intermedias de vigilancia y seguimiento para garantizar que las decisiones adoptadas por el Consejo sean informadas y adoptadas adecuadamente por todos los Grupos de Interés.

Estos órganos intermedios no intervienen directamente en la operación y tampoco son un órgano ejecutivo, por lo que, para cumplir con su objetivo, se apoyan en las áreas administrativas.

Desde 2005, los órganos intermedios que auxilian al Consejo de Administración del Banco son:

- *Comité de Crédito y Riesgos de Mercado*, cuyas funciones incluyen la sanción de operaciones de crédito por montos mayores a \$30 millones de dólares; aprobación de políticas y normas sobre administración de riesgo crediticio y de mercado, que no sean competencia exclusiva del Consejo de Administración, y dar seguimiento a los riesgos de créditos vigentes o vencidos.

Como se estipula en las Recomendaciones de Mejores Prácticas Corporativas, el auditor externo independiente no podrá dictaminar los estados financieros básicos consolidados del Banco por más de cinco años consecutivos, y debe ser una persona distinta al comisario. En el informe anual del Banco se da el perfil profesional del comisario. Por otra parte, las políticas contables que se aplican a los informes financieros se someten a la aprobación del Consejo.

- *Comité de Auditoría*, que es responsable de la aplicación del Código de Ética y el Código de Conducta. Sus funciones incluyen también el control interno. Tiene a su cargo la elaboración de recomendaciones, análisis y seguimientos de la información financiera que el Banco prepara para sus Grupos de Interés. Emite recomendaciones para la preparación y difusión de la información financiera, asegurando que sea útil, oportuna, confiable y de calidad suficiente y necesaria. Este comité también revisa cambios relevantes de los principios contables que aplican en la preparación de los estados financieros. Es responsable de los procesos de auditoría interna, auditoría externa, contraloría interna y supervisión externa.
- *Comité Ejecutivo*, es el que resuelve asuntos extraordinarios y urgentes que competen al Consejo de Administración y que no pueden ser conocidos por ese órgano por la necesidad inmediata de revisión. Además, convoca a reuniones extraordinarias del Consejo de Administración y resuelve cualquier asunto que éste le delegue. Cualquier resolución de este comité debe ser ratificada por el Consejo de Administración.

LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS

La Asamblea de Accionistas es el órgano representativo de quienes aportan el capital accionario. Anualmente, dentro de los primeros cuatro meses después del cierre del ejercicio social, el Consejo de Administración convoca a la Asamblea General Ordinaria en la que se informa a los accionistas el estatus que guardan los negocios del Banco y se toman los acuerdos sobre la información financiera anual. Entre otras atribuciones, la Asamblea decide sobre los nombramientos de los Consejeros y Comisarios, así como sobre los honorarios que se les determinen. La Asamblea General Extraordinaria puede reunirse en cualquier fecha, siempre que se traten asuntos de especial importancia como el aumento o reducción de capital social, fusión con otra sociedad, escisiones, o cualquier otro asunto que modifique sus estatutos.

En cuanto a la comunicación con los accionistas, los informes de cada órgano intermedio presentados al Consejo están a disposición de los accionistas, así como todo el material que pudiera ser de interés para la realización de las asambleas. Existen políticas, mecanismos y funciones expresamente diseñadas para informar a los accionistas y mantener abiertos los canales de comunicación con los inversionistas potenciales.

SISTEMA DE PREVENCIÓN DE FRAUDES

La prevención de fraudes es uno de los principales desafíos que enfrenta la Institución y está íntimamente ligada a los comportamientos éticos de todos los miembros del Banco; por ello se han hecho grandes esfuerzos a fin de conseguir un estado óptimo de operación al respecto.

Se han realizado campañas de difusión y persuasión sobre el particular para crear una conciencia que permita la solución a esta problemática. Estas campañas, por ejemplo, han comprendido la producción y difusión de documentos específicos por área de responsabilidad, tanto en las áreas de atención directa al cliente como en aquellas de orden interno; en ellos se establece, de manera clara y accesible, la forma en la que todos los empleados deben actuar para prevenir y detectar un fraude.

En estos documentos, a manera de guías de actuación, se refuerzan los compromisos que los empleados tienen con la Institución sobre el conocimiento de sus clientes, los

productos con los que el Banco opera y las características específicas de sus transacciones. Este tipo de campañas son permanentes para garantizar su operación continua y se difunden a través de todos los canales, internos y externos, necesarios para asegurar la recepción del mensaje. Entre otros medios, estos temas se incluyen, de manera relevante, en los procesos de inducción de todos los nuevos empleados.

Los compromisos para la prevención del fraude comprenden, entre otros: conocimiento de los compañeros de trabajo para la posible detección de cambios de hábitos, conocimiento pleno de las políticas y procedimientos del Grupo, el cumplimiento estricto de los protocolos de apertura de cuentas, de integración de expedientes de clientes y operaciones en sucursal, la protección de la confidencialidad de la información de los clientes y la generación de negocios dentro de las prácticas más sanas bancarias y de mercado.

SISTEMA DE CONTROL INTERNO

BBVA Bancomer entiende que el control interno es responsabilidad de cada uno de los miembros de la Institución y que, por lo tanto, está implícito en las labores diarias de cada empleado. Esta condición se difunde constantemente a todos los niveles institucionales.

El Sistema de Control Interno está integrado por el conjunto de estructuras, políticas y procedimientos diseñados para proporcionar una seguridad razonable con respecto al cumplimiento de objetivos de efectividad y eficacia de las operaciones, confiabilidad de la información financiera y el cumplimiento de la regulación y el marco legales. Es un proceso de trabajo realizado por todos y cada uno de los miembros del personal, que permite conocer y gestionar los riesgos a los que está expuesta la Institución.

Desde 2004 se ha intensificado la inserción institucional de la cultura del control interno y se ha podido comprobar su buena recepción y éxito en la aplicación cotidiana. Las campañas internas, a todos los niveles y en todos los ámbitos del Banco, insisten en la trascendencia del control interno y destacan que es un proceso realizado por personas que lo utilizan como un medio para lograr un fin y no es el fin en sí mismo. Se reitera que no sólo se refiere a manuales de políticas, procedimientos y formularios, sino a la actuación de las personas en cada uno de los niveles de la organización.

El control interno ha contribuido a la consecución de estrategias y objetivos, y ha sido clave para minimizar la ocurrencia de errores o eventos inesperados de impacto negativo en los resultados. Los esfuerzos institucionales en materia de control interno están en línea y soportan el cumplimiento a lo requerido por la ley Sarbanes-Oxley, sobre todo en referencia con el objetivo de *asegurar la confiabilidad de la información financiera*. Este esfuerzo ha permitido cumplir con las exigencias regulatorias y con los más altos estándares reconocidos, y ha consolidado la cultura del control interno en el Grupo.

CONFLICTO DE INTERESES

Dentro del Código de Conducta se definen “Otros Criterios y Normas de Relación para la Prevención y Gestión de Conflictos Institucionales de Interés”. El Banco previene los conflictos de interés institucionales mediante el establecimiento de barreras de información. Éstas se orientan a asegurar que en sus decisiones de inversión, desarrollo de negocios y actividades en general no se utilice, en forma abusiva o ilícita, información de carácter no público que pudiera haber sido obtenida como consecuencia de relaciones comerciales con sus clientes o proveedores, o de relaciones institucionales privilegiadas. Los empleados tienen la obligación de observar el más absoluto respeto a las barreras de información establecidas, entre otras, en el ámbito del mercado de valores.

Cuando surgen situaciones que, dada la naturaleza de la decisión a adoptar, pudieran derivar en un conflicto potencial entre los intereses de BBVA Bancomer y los de sus clientes, éstas se someten a consideración previa del Comité de Gestión de la Integridad Corporativa.



¿Y tú estás en código?
Al prevenir y evitar conflictos de intereses, **estás en código.**

Conoce con detalle las reglas que tenemos para evitar abusos o conflictos de interés de dos o más partes relacionadas con el Grupo.

Código de Conducta del Grupo Financiero BBVA Bancomer. El principio de todo.

adelante.

The graphic features a stylized map of Latin America composed of small, repeating text elements, primarily "Código de Conducta del Grupo Financiero BBVA Bancomer".



RELACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS: CLIENTES, EMPLEADOS, PROVEEDORES Y LA SOCIEDAD

Por su naturaleza y objetivos el Grupo Financiero BBVA Bancomer tiene como prioridad lograr la mejor relación con sus Grupos de Interés Directos e Indirectos. Es en esta relación en donde encuentra el sentido de su presencia y actuación.

CLIENTES

La razón de BBVA Bancomer es el cliente. En su Cultura Corporativa, y a través de todas sus decisiones y acciones, sitúa a sus clientes como centro de su interés, con el objeto de establecer relaciones duraderas con ellos basadas en la recíproca aportación de valor y en la mutua confianza. La actividad del Banco se desenvuelve en torno a ese eje: el cliente.

Los clientes de BBVA Bancomer constituyen un universo por su amplitud y diversidad. Incluye personas, pequeños negocios, empresas medianas, organismos oficiales, instituciones privadas, gobiernos locales o estatales, el gobierno federal o los grandes corporativos. Y cada uno tiene importancia e interés para el Banco.

Por ello se han diseñado y se ofrecen, para todos y cada uno, los mejores productos y servicios para solucionar integralmente la administración de su patrimonio o apoyar el financiamiento de sus proyectos. La oferta de productos y servicios abarca desde productos sencillos como las cuentas de ahorro individuales, créditos al consumo, paquetes de productos para negocios, hasta la administración de fondos públicos, actividades

LA RELACIÓN CON SUS CLIENTES ESTÁ CONTENIDA DENTRO LOS SIETE PRINCIPIOS CORPORATIVOS:

“Mantenemos una relación a largo plazo, de confianza y valor mutuo con nuestros clientes. Ofrecemos un servicio de máxima calidad y las soluciones, el asesoramiento y los productos más adecuados a sus necesidades. Toda nuestra organización trabaja para el cliente.”

EL CÓDIGO DE CONDUCTA DEL GRUPO DESTACA LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES

El Código de Conducta señala con claridad que “BBVA Bancomer aporta valor mediante el asesoramiento profesionalizado y la innovación en la configuración y prestación eficiente de productos y servicios adaptados a las necesidades que, en cada momento, percibe de sus clientes. BBVA Bancomer se compromete a la revisión continua de sus procesos organizativos para mejorar la atención y el servicio de sus clientes. A su vez, BBVA Bancomer espera de sus clientes un comportamiento y una gestión de sus actividades económicas ajustados a la legalidad y solicita su colaboración para cumplir eficazmente con el objetivo institucional y compromiso social de prevenir el lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo”.

de banca de inversión, financiamiento estructurado y desarrollo de tecnologías para administración de transacciones, entre otros.

Sin embargo, se tiene claro que no es suficiente contar con un portafolio de soluciones adecuado y completo. Todos los días se trabaja en la construcción de una relación comercial plenamente satisfactoria, de lealtad mutua, basada en la confianza de que los recursos de los clientes son administrados con eficiencia y prudencia, y que la información y los recursos se custodian con los más altos estándares de seguridad.

En el Banco se tiene la convicción de que la confianza de los clientes se consolida mediante la creciente calidad en el servicio y la mejora de la productividad comercial. La superación cualitativa de los servicios incluye el mejor conocimiento del cliente, la adecuada explicación de los productos, la proactividad en el asesoramiento, la pronta corrección de los errores y la transparencia en el cobro de las comisiones. Es una tarea continua que responde al compromiso de la Institución con la satisfacción del cliente.

OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ADECUADA A LA DIVERSIDAD

Una oferta de productos y servicios completa y adecuada para la diversidad de clientes de BBVA Bancomer solamente se alcanza al conocer mejor el perfil del cliente, se sabe cómo percibe el cliente a la institución y se entiende qué es lo que lo mueve.

Sobre estos pilares, el portafolio de productos y servicios se revisa, adecua y mejora constantemente, siempre con una visión innovadora que genera valor para el cliente y que se traduce en la mejor solución para satisfacer cada uno de sus requerimientos de productos y servicios financieros. Para cada tipo de cliente hay una gama extensa de productos y servicios.

El conocimiento profundo del cliente es lo que permite su identificación y la posibilidad de segmentarlos y crear productos especializados, realizar promociones diferenciadas y ofrecer soluciones diversas para cada tipo de cliente. La finalidad es ofrecer la mejor alternativa y la solución óptima a cada tipo de cliente. Generalmente se logra satisfacer nichos de mercado que la competencia no ha atendido. Se concretan alianzas con instituciones, gobiernos o socios estratégicos para lanzar soluciones integrales en los que se beneficie el cliente, el socio y el Grupo.

Constantemente se crean nuevas tecnologías o se incorporan aquellas que existen en el mercado, a nivel mundial, pero que BBVA Bancomer no ha usado. Así se logra llegar a sectores que no tienen acceso a servicios financieros, se hace posible que los clientes accedan a los servicios financieros fuera de sucursal y que paulatinamente se elimine la complejidad y las transacciones se hagan más sencillas, ágiles y oportunas.

EJEMPLOS DE SOLUCIONES A LA MEDIDA QUE CONTRIBUYEN A LA INCORPORACIÓN DE NUEVOS SUJETOS A LA BANCA Y A LA FORMACIÓN DE HISTORIALES CREDITICIOS

Tarjeta 40. Tarjeta prepagada diseñada especialmente para jóvenes, lanzada en alianza con una de las principales radiodifusoras del país.

Hipoteca joven Bancomer. Producto de financiamiento dirigido a adultos jóvenes asalariados. Presta hasta 28% más que un crédito hipotecario tradicional y permite consolidar los ingresos de familiares o de la pareja para incrementar el monto del crédito.

EJEMPLOS DE SOLUCIONES A LA MEDIDA CON IMPACTO EN EFICIENCIA

Previsión Social Bancomer. Solución integral para el manejo de los planes de previsión social de las empresas. Permite que los recursos sean invertidos y administrados con múltiples beneficios tanto para empleados como para la empresa o institución. Disminuye la carga administrativa, se genera eficiencia operativa con un esquema de alta tecnología a través de Internet.

Soluciones para negocios. Se ha logrado integrar un portafolio completo de servicios de apoyo a la actividad de los pequeños negocios; éstos incluyen:

- Alertas y Bancomer Móvil, que permite el monitoreo de la actividad de cuentas mediante la recepción de mensajes escritos a un teléfono celular.
- Pago de Impuestos al SAT, GDF y a estados y municipios, pagos al IMSS, INFONAVIT y el nuevo esquema del SUA.
- Credi proveedores, producto a través del cual los Proveedores de un Gran Comprador tienen la opción de acceder al financiamiento o pago al vencimiento de sus cuentas por cobrar.
- Centro de Negocios, que es un directorio electrónico empresarial que ofrece una página Web en la que se pone la información de la empresa, sus productos y servicios, y se da la opción de pertenecer al directorio de empresas del Centro de Negocios Bancomer.
- Disco Duro Virtual, es un servicio de almacenamiento de información por medio de Internet, en donde se guardan archivos y se accede a ellos a través de Internet en cualquier parte del mundo.
- Apertura y Administración de Cuentas, es el servicio a través del cual se puede realizar la solicitud de apertura de Cuentas de Nómina Bancomer, para los empleados, trabajadores y socios del negocio a través de Bancomer.com.
- Cobranza en Línea, servicio financiero que ayuda a administrar descentralizadamente el pago en línea de facturas pendientes a los distribuidores, en la fecha indicada y por el monto establecido.
- IMSS Desde Su Empresa, que permite realizar los trámites de afiliación con el IMSS a través de Internet sin importar el día o el horario.

e-gobierno. Es un canal interactivo de atención ciudadana personalizada, donde se llevan a cabo trámites y pago de servicios públicos, impuestos, derechos y obligaciones a través del portal de Internet de los gobiernos. Dentro de los beneficios está la percepción de modernidad y eficiencia del gobierno, se incrementa la confianza en la administración de los recursos públicos, se descongestionan las oficinas recaudadoras y se simplifican los trámites. El Banco se distingue sobre la competencia por ofrecer servicio de “Back Office”, que reduce el trabajo de administración en el gobierno receptor.

PROYECTO CLIENTE

Como uno de los resultados del proceso de compra de Bancomer por parte del Grupo Financiero BBVA, en el año 2001 se lanzó un esfuerzo institucional denominado Proyecto Cliente.

Es un conjunto de programas y planes implementados por diferentes áreas y con puntual seguimiento de la Dirección General del Banco. El objetivo ha sido lograr que BBVA Bancomer sea percibido por sus clientes como el mejor Banco y el más apreciado por su alto nivel de servicio.

Con base en este proyecto se han orientado todas las estrategias para mejorar la percepción del cliente, y evaluar de qué manera las acciones desprendidas del Proyecto Cliente impactan en su opinión, con el fin de conseguir una cada vez mejor apreciación de la Institución.

A partir del lanzamiento del proyecto se comenzaron a realizar las encuestas de Percepción del Servicio, sondeos que se aplican semestralmente a una muestra importante de clientes, ofreciéndoles la oportunidad de expresar su opinión sobre los servicios y la atención que reciben de la red de oficinas y de los canales a su disposición.

Aunque los resultados revelan que se va en la dirección correcta para convertirse en el banco de mayor preferencia en el mercado, aún queda camino por recorrer para lograr la plena satisfacción del cliente. Es por esto que, con base en el conocimiento periódico de sus opiniones, dentro del Proyecto Cliente se reorientan los esfuerzos, se afinan los aspectos que más benefician a los usuarios y se ratifican las metas para cumplir con las expectativas de los clientes que favorecen a la Institución con su preferencia.

En la primera etapa del Proyecto Cliente (en diciembre de 2001) se lanzó el Plan de Navidad, que incluía acciones correctivas urgentes, rápidas y de alto impacto en la clientela. En enero de 2002 se integraron al proyecto ocho programas corporativos y nueve programas de áreas de negocios, con finalidades claramente definidas:

- Esquema de medición permanente de resultados.
- Objetivos cuantificables.
- Identificación de Líderes de alto nivel y equipo de trabajo asignado.

Entre 2003 y 2004 el proyecto evolucionó hacia una nueva etapa en la que se buscó principalmente un acercamiento con todo el personal de la organización, a fin de que todos los integrantes de BBVA Bancomer pusieran en práctica y vivieran el concepto: “El Cliente como centro de nuestro negocio”.

En esta etapa los esfuerzos se concentraron en tres grandes programas:

- Filas 15´: Evolución en la gestión de clientes, personal y procesos en oficina.
- Aclaraciones: Eficiencia en los procesos de entrega.
- Alineación: Alineación de la organización hacia el cliente.

Con el objetivo de mejorar la atención preferencial, en 2006 se implementó un nuevo modelo de servicio, con tecnologías de vanguardia en toda la red de sucursales, para aprovechar plenamente su capacidad. Ésta se ha traducido en un incremento significativo en la satisfacción del cliente en cuanto a tiempos de espera. Al segmentar la atención a clientes dentro del piso de sucursal se mejoraron los esquemas de atención comercial y venta de productos a los clientes. Esto permitió que en ese mismo año, 2006, se lograra una mejora de 14 puntos en la calificación del cliente sobre

la percepción del tiempo de espera y el incremento en el porcentaje de clientes atendidos por cada segmento.

Como parte del Proyecto Cliente se implementa el Programa Aclaraciones, que a su vez se divide en tres subprogramas: evolución de quejas, reclamos y aclaraciones; entrega de estados de cuenta y entrega de plásticos. En sus avances destaca la creación de la Unidad Especializada de Atención a Clientes, que es un canal de segunda instancia en caso de insatisfacción del cliente por un reclamo previo. Esta unidad se instaló en once divisiones y 14 delegaciones de la CONDUSEF.

También se crearon el Canal de Apoyo para los Ejecutivos (1-HELP), el Sobre Único de Aclaraciones, para un tratamiento eficaz y oportuno de la documentación de soporte de alguna aclaración presentada por el cliente, los Estados de Cuenta de Servicios Operativos Bancarios para clientes corporativos, y el Sistema Único de Registro de Aclaraciones.

La implementación de este sistema ha tenido un doble beneficio: por una parte le facilita al cliente la tramitación de cualquier tipo de aclaración, y por otra, al gestor comercial le permite atender en forma oportuna la demanda del cliente. Desde su terminal financiera, el gestor puede registrar, consultar e informar en cualquier momento al cliente del estado que guarda su aclaración durante el periodo establecido para su resolución.

Algunos de los resultados obtenidos han sido:

- Eliminar requisitos en más de 50% de los diversos tipos de aclaraciones.
- Reforzar procesos operativos en sucursales (paquete contable, envío de documentación, entre otros).
- Revisar y ajustar los compromisos de niveles de servicio con clientes corporativos.
- Crear el Módulo de Servicio, que es una funcionalidad habilitada en la terminal financiera que permite al gestor atender de forma integral y oportuna algunas de las solicitudes de servicios, como: solicitud de estados de cuenta, cheques y ahorro, solicitud de copias comprobantes, solicitud de certificaciones de saldo, así como bonificación de comisiones.

Los procesos de distribución de estados de cuenta y plásticos registraron una sensible mejora según revelaron las encuestas de percepción del cliente, con la disminución de los tiempos de impresión en estados de cuenta (4.6 días como máximo), la entrega oportuna de tarjetas de crédito y débito (89% del total) y con un mejor control en estas operaciones.

También como parte de este esfuerzo se generó el Programa Alinear a la Organización hacia el Cliente, que se vincula directamente con la Cultura Corporativa y cuya acción se canaliza mediante tres subprogramas: Alineación de áreas centrales hacia áreas de negocios, Comunicación del Proyecto Cliente y el Empoderamiento (*empowerment*) a Funcionarios.

Sus actividades concretas fortalecen el compromiso del equipo con los clientes y subrayan la importancia que la organización otorga a esta relación. Fomenta la comunicación eficiente con los clientes y enriquece una cultura de servicio que es rasgo distintivo de todos los que laboran en BBVA Bancomer.

Todo esto se complementa con el Proyecto Gente BBVA Bancomer, que busca renovar el compromiso entre la organización y su gente. Con un nuevo enfoque de la cadena cliente-proveedor interno reposiciona el valor del servicio, desde las áreas centrales hacia las áreas de negocios que, en su relación directa, escuchan y atienden las necesidades del centro del interés y el negocio: el cliente.

EN BBVA BANCOMER TODOS TENEMOS UN CLIENTE...

¿SABES QUIÉN ES TU CLIENTE? Y LO MÁS IMPORTANTE: ¿LO CONOCES?, ¿CONOCES SUS NECESIDADES?

El Proyecto Cliente tiene su fundamento en la comunicación. Gira en torno a la voz de la propia gente del Banco, que es la que le da vida, lo enriquece y direcciona. Se entiende que es a través de las propias experiencias de los empleados como se puede conocer y mejorar continuamente el quehacer cotidiano. El proyecto creó en la intranet del Banco un buzón dedicado a la retroalimentación, para escuchar opiniones y aportaciones, además de que se mantiene una comunicación continua con todos los integrantes del Grupo, principalmente a través de medios impresos.

El éxito del Proyecto Cliente se debe en gran parte a que, a través de todo esta gama de programas y acciones, se ha involucrado a todo el personal del Banco. Ha sido importante, también, el avance logrado en la delegación de responsabilidades a las oficinas y las direcciones de zona, dotándolas de plena autonomía en la implantación de planes específicos de mejora de los indicadores de calidad, así como en la atención y tratamiento de quejas y reclamaciones.

INNOVACIÓN

La innovación, entendida como palanca de progreso, es una de las líneas de identidad diferenciada de BBVA Bancomer, y por su trascendencia es considerada entre los Principios Corporativos de la Institución.

Desde los orígenes del Grupo, la innovación lo ha diferenciado de otras empresas de la industria financiera. La innovación genera valor agregado y es elemento clave en la contribución del Banco hacia la expansión de los servicios financieros en México, amén de que impulsa mayores niveles de competitividad en el mercado financiero. En BBVA Bancomer la innovación se orienta a las personas: el equipo y el cliente. Por medio de ella se identifican los desafíos del negocio y se delimita el marco de referencia para enfrentarlos, con respecto al cliente, los accionistas, el equipo humano, los estilos de gestión, la ética y la responsabilidad social.

La innovación en BBVA Bancomer se relaciona directamente con la creación de valor: innovar sólo se entiende en la medida en que es capaz de generar ventaja competitiva para quien la produce. En la Institución esta ventaja competitiva se refleja en la creación de valor principalmente para el cliente: agilidad en los servicios; eficiencia, productividad y calidad; y en la creación de valor para el equipo humano, con el que se establece una relación ganar-ganar y se reconoce el talento, lo cual permite, entre otros dividendos, socializar los beneficios de las inversiones en innovación.

Una de las características de la innovación es la búsqueda de tecnologías que hagan más eficiente y mejor el trabajo.

En BBVA Bancomer esta búsqueda no se limita únicamente a la solución de problemas o al enfrentamiento de retos en el servicio a los clientes, sino que también se usa para lograr más eficiencia y eficacia, y la reducción de costos en los procesos internos del Banco. Por ejemplo, en 2007 se comenzó a utilizar un sistema de video-conferencias que opera a través de la intranet del banco, con la capacidad de enlazar a funcionarios que estén en cualquier edificio corporativo o sucursal. Con ello se han reducido los gastos de viajes y hay un ahorro notorio de tiempo, al evitarse el traslado físico de

funcionarios; el sistema permite tener moderadores, poner presentaciones, realizar conversaciones escritas (*chats*) y transferir archivos electrónicos.

El carácter innovador en BBVA Bancomer no es labor de un área en específico, sino un compromiso de todo el equipo. Aunque hay un área dirigida especialmente al desarrollo innovador, el valor de innovación se entiende como una forma de trabajo de todos y cada uno de los miembros del Banco, para enfrentar exitosamente el futuro.

LA INNOVACIÓN HA PERMITIDO CONSTRUIR SOLUCIONES DIFERENCIADORAS CON INCIDENCIA EN EL USO DEL SISTEMA FINANCIERO

De los retos que ha enfrentado el banco la innovación ha conducido a crear soluciones que, además de generar valor agregado para los clientes, han tenido incidencia en la bancarización del país, reducción de costos de transacción, así como en la mejor formación de los clientes como sujetos de crédito. Algunas de estas soluciones son Vida Bancomer, Celopago, Multipagos a través de las TPVs, Administración inteligente de filas en sucursal, Practicaja.

Vida Bancomer: surge del reto ante la inseguridad por fraude y del riesgo en el uso de tarjetas, y permite contar con una plataforma de Lealtad para Comercios y tarjetahabientes.

Celopago: surge del reto de extender el uso de TPVs en comercios a la bancarización de comercios pequeños y consumidores. Lanzado durante 2007, Celopago es una forma de pago de compras en comercios y máquinas expendedoras automáticas o para compra de tiempo aire para el teléfono celular, todo con cargo a una tarjeta de débito o de crédito.

Multipagos a través de las TPVs: permite expandir significativamente el número de alternativas para la recepción de pagos de servicios. Con este sistema el cliente realiza el pago de servicios o el pago de su tarjeta de crédito Bancomer en comercios, presentando su comprobante y el efectivo para cubrir el pago. La TPV del comercio se convierte en una “ventanilla” del Banco. Los beneficios de este servicio abarcan a ambos, cliente y comercio afiliado. Para el cliente se amplía considerablemente el número de “ventanillas” para la realización de pagos, además de la considerable expansión del horario de servicio.

Administración inteligente de filas en sucursal: la mejora permanente de la calidad en el servicio ofrecido en las ventanillas es una meta fundamental para el Banco. Aprovechando la capacidad instalada en la red de sucursales, durante 2006 se implementó un nuevo modelo de servicio con tecnologías de vanguardia con el objetivo de mejorar la atención preferencial. Esto permitió en 2006 lograr una mejora de 14 puntos básicos en la calificación del cliente sobre la percepción del tiempo de espera y el incremento en el porcentaje de clientes atendidos para cada segmento.

Practicaja: dentro del objetivo de dar al cliente una atención mejor y más ágil en la sucursal, se están poniendo en servicio cajeros automáticos que reciben depósitos en línea.



Te cumplimos o va por nuestra cuenta

Un verdadero compromiso de respuesta para que siempre sigas adelante con seguridad y confianza.

adelante.

GARANTÍAS BANCOMER

Con el fin de fortalecer las relaciones de negocio con los clientes del Banco, a través de la generación de mayor certidumbre en la ejecución de transacciones, se crearon las Garantías Bancomer.

Este programa de garantías es un diferenciador de gran relevancia para el Banco, y muestra el alto nivel de seriedad y profesionalismo que observa para cumplir con los compromisos establecidos.

El Programa Garantías Bancomer establece un compromiso público de cumplimiento de servicios. Para ello existe un equipo de respaldo que asegura que la promesa se cumpla. Es el único programa de garantías en la banca mexicana en el que se obliga al cumplimiento o se pagan las consecuencias de un eventual incumplimiento, por lo que es percibido como un importante generador de valor.

En BBVA Bancomer se realizan de 120 a 150 millones de transacciones por mes. De éstas se derivan aproximadamente 30 mil solicitudes de servicio o aclaraciones, de las cuales cerca de 85% son sujetas de esta Garantía. De todas ellas, el Banco solamente incumple un promedio de seis solicitudes mensualmente y responde por el incumplimiento de ellas. Durante 2007 el incumplimiento ha sido únicamente en una aclaración. Los resultados de este programa, diseñado exclusivamente para la satisfacción del cliente, son suficientemente satisfactorios y la Institución se siente segura de comunicarlo masivamente.

Ello ha proporcionado una mayor seguridad para todos los usuarios del sistema financiero mexicano y ha robustecido la imagen pública del BBVA Bancomer.



Logramos más del
99% de efectividad
en Garantías Bancomer



No es suerte.
Nosotros somos la Garantía

Garantía de aclaraciones	“Te respondemos siempre en la fecha comprometida o te bonificamos el importe reclamado.”
Garantía de aclaraciones para disposiciones en cajeros automáticos	Te respondemos en la fecha comprometida a tu aclaración por efectivo no entregado o entrega incompleta en los cajeros automáticos o te bonificamos el importe reclamado sin cargo posterior.”
Garantía de aclaraciones para saldos retenidos por cancelaciones o devoluciones	“Liberamos el saldo retenido de tu aclaración el día hábil siguiente contra la entrega del comprobante de cancelación o devolución o te liberamos el importe reclamado sin cargo posterior.”
Garantía contra fraudes de tarjeta de crédito	“Te garantizamos que protegemos tus tarjetas de crédito ante cualquier fraude por robo, extravío, clonación o compras en Internet, o te pagamos el monto reclamado.”
Garantía contra fraudes en tarjetas de débito	“Te garantizamos que protegemos tus tarjetas de débito ante cualquier fraude por robo, extravío, clonación o compras en Internet, o te pagamos el monto reclamado.”
Garantía de entrega de nueva tarjeta de crédito	“Te garantizamos que al solicitar en cualquier sucursal una nueva tarjeta de crédito, estará disponible en siete días hábiles o te bonificamos la cuota anual del primer año.”
Garantía de reposición de tarjeta de crédito	“Te garantizamos la reposición de tu tarjeta de crédito en cinco días hábiles, en la sucursal que tú quieras, o te bonificamos la comisión correspondiente.”
Garantía de pagos domiciliados	“Te garantizamos que si te roban o pierdes tu tarjeta de crédito o débito, haremos el cambio y pago puntual de tus servicios domiciliados a la nueva tarjeta o te pagamos \$250 pesos.”
Garantía de instalación de Terminales Punto de Venta	“Te garantizamos que estará operando tu Terminal Punto de Venta en un plazo no mayor a cuatro días hábiles posteriores a su contratación, o te bonificamos la cuota de apertura.”

<p>Garantía de alertamiento</p>	<p>“Te notificamos de inmediato y sin costo a tu celular, cualquier cargo a tu Tarjeta de Crédito o Débito, superior a \$1,000.00 pesos.”</p>
<p>Garantía de compra segura</p>	<p>“Te garantizamos que al utilizar el servicio de compra segura Bancomer, nunca tendrás transacciones no reconocidas por tarjeta-habientes Bancomer en tus ventas por Internet o te pagamos el monto de lo reclamado.”</p>
<p>Otras garantías</p>	<p>Para segmentos especializados como Dispersión de Nómina, Instalación Cash Windows y Pagel, entrega paquetes de Nómina, Disponibilidad electrónica de Crédito Líquido en Contingencia, Depósito de Remesas Internacionales y Emisión y Modificación de Cartas de Crédito por Internet.</p>

PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Para BBVA Bancomer la confianza es la piedra angular de su actividad. Por la naturaleza de sus productos y servicios, el Banco obtiene de sus clientes, accionistas, empleados y administradores, así como de otras personas físicas con las que se relaciona, información de carácter personal que considera privada. La protección de datos es parte fundamental de la Cultura Corporativa de la Institución.

BBVA Bancomer entiende este compromiso de proteger los datos personales como responsabilidad prioritaria en su actividad y ha construido sistemas, líneas de operación y mecanismos que la aseguren. Dichas normas y procedimientos deben ajustarse a lo establecido por los requerimientos legales que, en cada caso, resulten de aplicación.

Además, con independencia de las responsabilidades específicamente asignadas a determinadas áreas del Grupo en materia de seguridad de la información y de la protección de datos de carácter personal, los empleados que, por razón de su cargo o de su actividad, dispongan de datos o tengan acceso a este tipo de datos, son responsables últimos de su custodia y apropiado uso.

CONFIDENCIALIDAD

La información que el Banco dispone sobre sus clientes es de carácter confidencial. BBVA Bancomer considera que una de las bases esenciales de la confianza de los clientes la constituye la apropiada salvaguarda de su información y la efectiva limitación de su uso conforme a lo previsto en las disposiciones legales.

Se entiende que los empleados, que por razón de su cargo, dispongan o tengan acceso a información de clientes, son responsables de su custodia y apropiado uso.

Solamente podrán revelarla en caso de excepción que expresamente establezca la legislación en vigor aplicable a las entidades del Banco.

Por su importancia, el compromiso de confidencialidad se refleja en el Código de Conducta de la Institución y tiene su aplicación en el establecimiento de un conjunto de normas y procedimientos específicos, adoptados por todas las entidades del Grupo. La finalidad es proteger y asegurar la confidencialidad de la información proporcionada por los clientes y, en general, por todas las personas o empresas con las que se relaciona.

Con el fin de fortalecer el conocimiento acerca de las responsabilidades que cada integrante de la Institución tiene en términos de Protección de la Información y Confidencialidad, durante este año se ha venido realizando el Taller denominado “Cuidado de la Información”, cuyos objetivos han sido:

- a. Que se conozcan los riesgos que existen de no manejar adecuadamente la información de clientes y estratégica del negocio.
- b. Crear conciencia de la responsabilidad que se tiene y de las consecuencias que se pueden presentar en caso de incumplimiento o descuidos.
- c. Dar a conocer qué se puede hacer para evitarlo y qué herramientas pone Bancomer a disposición de todo el personal para apoyar en la prevención.

COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

El Código de Conducta establece que el Banco adquiere el compromiso de facilitar a sus clientes información oportuna, precisa y comprensible sobre sus operaciones. Se compromete también a proporcionar información clara y veraz acerca de las características fundamentales de los productos y servicios que ofrece, las comisiones y demás costos, y los procedimientos establecidos en el Banco para canalizar sus reclamaciones y resolver las incidencias.

El Estado de Cuenta es el medio oficial a través del cual el cliente conoce las operaciones y movimientos de su cuenta. Se han realizado esfuerzos para que los mensajes que recibe y las características de las operaciones que realiza el cliente le sean dados a conocer con un lenguaje claro y comprensible y con la mayor transparencia. Se trabaja permanentemente en estructurar los mensajes de tipo informativo, legal y comercial de tal manera que desaparezcan las ambigüedades y haya claridad en la comunicación que mes con mes se tiene con los cuenta-habientes a través del Estado de Cuenta.

El Banco, por este y otros medios, trata de mantener una comunicación permanente y fluida con los clientes, pues sabe que en la medida en la que esta comunicación mejore, se podrán ofrecer productos y servicios más adecuados y útiles a las necesidades de cada uno de sus clientes.

A través de los diferentes canales de comunicación, como las Sucursales (videos y folletos), en la página Bancomer.com, o en Línea Bancomer, se dan a conocer también las diferentes medidas que el cliente puede adoptar para prevenir fraudes así como los servicios gratuitos que se ponen a su disposición, tales como la “Protección de Cheques” para evitar fraudes por robo total o parcial del talonario, y “Alertas al Celular” para el seguimiento de los movimientos realizados en sus cuentas.

Para asegurar que la información es útil y comprensible, se toman en consideración las opiniones de los clientes, obtenidas a través de los llamados “Grupos de Foco” a los que se les invita a participar.

ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS

El riesgo es una característica inherente del negocio financiero. BBVA Bancomer reconoce que las actividades de captación, colocación e inversión de capitales presentan rendimientos potenciales atractivos, pero que, inevitablemente, están sujetos a riesgos complejos y dinámicos. Por eso, el Grupo BBVA Bancomer se ha dado a la tarea de establecer un sistema integral para la administración y control de riesgos.

Consistentemente el Banco ha sido líder en la adopción de los estándares internacionales más altos en administración de riesgos, y en no pocas ocasiones ha sido pionero en la adopción de metodologías que posteriormente se han aplicado de manera general e incorporado en la legislación bancaria.

Su enfoque estratégico de administración integral de riesgos se dirige a la generación de valor para los accionistas y protección del patrimonio de los inversionistas y depositantes, mejorando su calidad crediticia y asegurando el capital de la Institución. Promover una administración integral de riesgos permite al Banco realizar actividades con diferentes niveles de riesgo, acordes con su capacidad operativa y suficiencia de capital, siempre dentro de los lineamientos establecidos y las normas de prudencia.

Cada relación de negocio con los clientes, sea de colocación o captación, es monitoreada de forma continua, determinando el comportamiento de dichos riesgos para evaluar tendencias, analizar estrategias, determinar el uso eficiente del capital y evaluar la rentabilidad ajustada por riesgo. El alcance del sistema es la integración de los riesgos de mercado, liquidez, crédito, operacionales y legales que asume la Institución bajo un estándar que haga los mismos equiparables.

Con la preservación y el mejoramiento de la calidad crediticia del Grupo se coadyuva a la generación de valor y se reduce la incertidumbre que, finalmente, repercute en la continuidad del negocio y la integridad de los mercados.

EMPLEADOS

El equipo humano es el principal activo de BBVA Bancomer y el que se encarga de materializar su visión corporativa. Por eso se concibe como una institución “de personas para personas”.

El equipo de trabajo del Banco es el artífice de la generación de valor y el elemento esencial dentro de la responsabilidad corporativa. La relación entre el equipo humano y la Institución se plantea siempre como una relación de beneficio mutuo, al ser el equipo de colaboradores quien ha llevado a la Institución a posicionarse como el banco líder en el sistema financiero mexicano y es el pilar para situar a BBVA entre las entidades financieras más importantes del mundo.

PASIÓN POR LA
gente
BBVA Bancomer

UN PAPEL RELEVANTE DE LA MUJER EN EL EQUIPO QUE FORMA EL GRUPO

En las estadísticas de personal por género destaca (datos a julio de 2007):

- 49.97% de la plantilla está integrada por mujeres.
- 25.3% de los puestos de mandos medios y directivos está ocupado por mujeres.

Formar parte del equipo de BBVA Bancomer se entiende como una experiencia enriquecedora, tanto en el plano personal como el profesional, encaminada a la construcción de un futuro mejor.

La gestión del capital humano prioriza la generación de entusiasmo y facilita la formación, la motivación y el desarrollo personal y profesional. Se busca, además, que impulse la mejora continua en los estándares éticos, la igualdad de oportunidades, el clima laboral y la satisfacción de los empleados.

La diversidad del equipo se ve como una ventaja comparativa a fomentar dentro del Grupo. Su plantilla de empleados se caracteriza por la diversidad tanto geográfica como de género y de habilidades, que se complementan y que, en conjunto, hacen de la gente BBVA Bancomer un equipo de gran valor humano y profesional.

Para julio de 2007 el número total de empleados del Grupo ascendía a 34,034, de los cuales 7,274 laboran en las filiales del Banco. El promedio de antigüedad en la Institución es de 10.4 años y el promedio de antigüedad en la función es de dos años, mientras que la edad promedio de toda la plantilla de empleados es de 34 años.

La Dirección de Recursos Humanos del Banco ha de estar siempre al lado de cada uno de los profesionales que forman parte del Grupo, apoyando su desarrollo profesional y personal. Esta dirección cuenta con una serie de servicios, tanto en línea a través de la intranet corporativa, como a través de los canales de información y comunicación interna.

Se pretende que estos canales sean accesibles, cómodos, de fácil comprensión y confidenciales; entre otros hay un microsítio de intranet de Recursos Humanos en el que se ofrecen diversos servicios para la realización de trámites con agilidad. Cada empleado tiene un portal personalizado, en donde puede consultar información sobre préstamos, recibos de nómina y vacaciones, entre otras prestaciones e información. Todo esto con la finalidad de mantener la mayor comunicación posible con cada uno de los empleados y que ésta se desarrolle en las mejores condiciones, en beneficio tanto de la Institución como de cada uno de sus miembros.

Edad promedio	Mujeres	33 años
	Hombres	36 años

Rango de edad	Hasta 25	De 25 a 45	Mayor a 46
Porcentaje	16.93	71.78	11.29

Antigüedad	Hasta 3 años	3 a 10 años	Más de 10 años
Porcentaje	39.37%	28.83%	31.81%

Antigüedad Media	Mujeres	Hombres
	8 años	10 años

(PORCENTAJE)	2004	2005	2006	Hasta septiembre 2007
Tasa de ausentismo	1.53	1.72	1.70	1.60
Rotación no deseada de la plantilla	11.08	10.36	12.52	13.00

Altas y bajas de empleados acumulado enero-septiembre 2007

Altas de empleados	8,663
<i>Bajas de empleados</i>	
Jubilaciones y prejubilaciones	59
Bajas incentivadas	113
Bajas voluntarias (dimisiones)	4,123
Otras	1,589

Los números se refieren a Altas y Bajas brutas (incluyen empleados con contratos temporales).

Compensación basada en la evaluación de la actuación respecto a la compensación total⁽¹⁾

(PORCENTAJE)	Julio 2007
Comité de Dirección y Directores Corporativos	49.77
Directivos	42.08
Jefes de Equipo y Técnicos	26.47
Administrativos y Servicios Generales	13.73

(¹) Excluyendo planes de pensiones y prestaciones sociales.

INDUCCIÓN A LA EXPERIENCIA BBVA BANCOMER

Para recibir a nuevos miembros del equipo se ha diseñado cuidadosamente un proceso de inducción en el que se indica a los responsables la forma de recibir a los nuevos colaboradores. A cada empleado nuevo se le entrega el Manual de Bienvenida al Grupo Financiero Bancomer. En este manual se explica la estructura del Grupo a nivel nacional e internacional, se presentan las áreas internas y de negocio, y se da a conocer la cultura organizacional y el Código de Conducta de Grupo. El área de Recursos Humanos realiza un seguimiento a los colaboradores que se incorporaron recientemente al equipo de trabajo realizando periódicamente pláticas sobre la Experiencia BBVA, o bien, programando charlas con las áreas de Gestión de Recursos Humanos, esto dentro de los tres y seis primeros meses de trabajo en el Banco.

CÓDIGO DE CONDUCTA Y MECANISMOS PARA ATENCIÓN DE CONFLICTOS

Como queda expresado con anterioridad, el Código de Conducta es uno de los principales instrumentos dentro de la Cultura Corporativa del Grupo. Ante la gran responsabilidad y el cuidado operativo que supone el negocio bancario, cada empleado de BBVA Bancomer entiende que el desarrollo de sus funciones debe observar un estricto apego a este código, así como desarrollarse bajo los estándares más estrictos de comportamiento ético. Por ello, desde su entrada al Banco se le da a conocer y se requiere de su pleno acuerdo y aceptación.

A todos los empleados se les pide que asuman una “actitud responsable” que implica, entre otras conductas, la identificación, comunicación inmediata y resolución, en su caso, de situaciones éticamente cuestionables que detecten en sus actividades dentro del Grupo. Esto implica que es responsabilidad de cada empleado del Banco poner de manifiesto, comunicando oportunamente, aquellas situaciones que, aun no estando relacionadas con sus actividades o ámbito de responsabilidad, se consideren éticamente cuestionables o irregulares, en especial aquellas que se pudieran derivar de un incumplimiento de la legislación.

Para auxiliar en este tipo de circunstancias el Banco cuenta con las Direcciones de Cumplimiento, Recursos Humanos y Auditoría, las cuales cuentan con los medios y las atribuciones necesarias para abordarlas adecuadamente. Para reportar situaciones éticamente cuestionables existen diversos canales, incluyendo líneas telefónicas dedicadas y correo electrónico. Se tiene la posibilidad, en caso de denuncias, de hacerlo anónimamente y en todo momento se protege la identidad del empleado, si éste así lo requiriera. Cada situación reportada se atiende, se le da seguimiento y, dependiendo de la gravedad, se lleva a los comités pertinentes.

En cumplimiento de su compromiso como empresa socialmente responsable, BBVA Bancomer ha puesto en marcha procesos de conocimiento y sanción en situaciones de acoso o agresión de cualquier índole que sean comprobables; también se fomenta la denuncia de situaciones éticamente dudosas o condenables; todos los aspectos de desempeño ético se contemplan en las evaluaciones del personal y directiva. Cada empleado del Banco tiene plena conciencia de que cualquier conducta presuntamente corrupta será castigada, en todos los niveles, sin excepción alguna.

DIFUSIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA

Con el objetivo de hacer más comprensible el Código de Conducta se han desarrollado diferentes normativas complementarias, documentos y publicaciones que han apoyado a la difusión:

- Incorporación del contenido del Código de Conducta al “Manual de Bienvenida” de nuevos empleados al Grupo.
- Procedimiento para entrega de regalos y organización de eventos.
- Normativa de la Prevención de Conflictos de Intereses personales.
- Artículos en la revista *Líderes*.
- Uso de medios electrónicos como mail e intranet para la difusión de mensajes.

Durante 2004 y 2005 se capacitó a 98% del personal del Grupo sobre el contenido del Código de Conducta, y durante 2006 a 1,024 personas restantes. Durante el segundo semestre de 2007 se lanzó una campaña corporativa de reforzamiento del Código de Conducta y un taller de Prevención del Fraude Interno con el tema de protección de la información, con un alcance de 13 mil empleados del Grupo Financiero BBVA Bancomer.

Para evitar estas situaciones, entre otras acciones, en BBVA Bancomer se ha hecho un esfuerzo especial de difusión del Código de Conducta. Para asegurar su conocimiento y aplicación se han implementado, desde el año 2004, campañas anuales de difusión y reforzamiento utilizando distintos medios, con el objetivo de propiciar el cumplimiento estricto de las normas de conducta y comportamiento ético que forman parte determinante de la Cultura Corporativa del Banco. Dentro de estas campañas se fomenta también la denuncia de situaciones que se desapegan a los valores éticos contenidos en el Código de Conducta.

Con el objetivo de asegurar la resolución de los conflictos éticos denunciados e implementar las recomendaciones de mejora que se proponen en los distintos Comités Disciplinarios del Grupo, se han coordinando distintos esfuerzos e iniciativas con diversas áreas del Grupo. Los resultados han sido positivos en mejora de la calidad de vida del empleado, en la modificación de políticas y procedimientos, en la protección de los recursos del Grupo y en el seguimiento y solución de conflictos éticos especiales.

A la fecha, dentro del Banco existen los siguientes Comités Disciplinarios:

- Subcomité de Actitud Responsable
- Comité de Disciplina Metropolitana
- Comités Regionales de Disciplina
- Comité Central de Disciplina

BBVA Bancomer

En otro lado jamás te tratarán tan bien como en casa.

Por eso, El Libretón no cobra comisiones en las cuentas de tus familiares directos*.

Los beneficios que podrán disfrutar son:

- Sin cuota anual
- Sin cuota por manejo de cuenta
- Apertura desde \$1.00
- Acceso a bancomer.com sin costo
- Participación en sorteos mensuales por más \$1,000,000 de premio mensual
- Dar retiros en cajeros automáticos sin costo

Para conocer los requisitos y procedimientos consulta la página de Océno BBVA Bancomer.

Comprueba que en casa, tú y tu familia son tratados como se merecen.

*Aplica para familiares directos (cónyuge e hijos de empleados activos del Grupo Financiero BBVA Bancomer)

pasión por las personas

Con el fin de mantener una actitud proactiva en estos temas y preventiva frente a eventuales problemáticas, durante 2007 se llevaron a cabo actividades como:

- Campaña corporativa de reforzamiento del Código de Conducta.
- Campaña Corporativa de Prevención del Fraude Interno.
- Estrategia de Difusión del Código de Conducta a los Proveedores.
- Difusión de la nueva normativa prevención de Conflictos de Intereses.

- Diseño de un sistema de control automatizado para el seguimiento de los reportes de incumplimiento al Código de Conducta del proceso de “Actitud Responsable”.
- Proyectos específicos para solucionar deficiencias en los sistemas y atención de iniciativas para mejorar la calidad de vida de los empleados.

GENTE BBVA BANCOMER

El Proyecto Gente BBVA Bancomer tiene el objetivo de renovar los compromisos entre la Institución y su gente, comprendiendo principalmente los aspectos no laborales de esta relación. Es a través de Gente BBVA Bancomer que se materializan los esfuerzos enfocados al desarrollo personal y profesional del equipo, y se fortalece la calidad de vida en la empresa.

Representa, en particular, el esfuerzo de acercamiento, involucramiento y generación de compromisos por ambas partes, buscando estrechar lazos no únicamente con el empleado, sino también con su familia para que ésta sea comprendida como parte de la Institución. Este proyecto es respuesta al reto de incertidumbre surgido a partir de la compra de Bancomer por BBVA y ha sido la iniciativa que ha conducido al Banco a estar clasificado entre los primeros cien mejores lugares para trabajar.

Es en el ámbito de este proyecto en el que se conciben soluciones a desafíos como el sentimiento de pertenencia, el establecimiento de la relación ganar-ganar, el reconocimiento del valor de la gente a través de la formación, la gestión del talento, la implementación de un estilo de liderazgo más adecuado, el ofrecimiento de beneficios en el uso de productos del Grupo, como la membresía Bancomer, etcétera.

Como parte de sus metas se encuentra el empoderamiento (*empowerment*) a funcionarios, estableciendo las expectativas y los compromisos que el Banco espera de ellos en cuanto al estilo de trabajo (el estilo de la Gente BBVA Bancomer), al liderazgo y a la relación con los clientes.

El Proyecto Gente BBVA Bancomer constituye uno de los más claros testimonios del valor y la importancia que el Banco concede a la óptima relación con sus empleados.



INICIATIVAS IMPLEMENTADAS EN EL MARCO DE GENTE BBVA BANCOMER

Emprendedores de verano. Esta iniciativa permite que los hijos de los empleados de entre 18 y 20 años de edad tengan la oportunidad de que su primera experiencia laboral sea dentro de la Institución. El programa se hace extensivo a hijos de empleados residentes en el interior de la República. Los jóvenes deben estar en bachillerato o los primeros semestres de licenciatura, con un promedio mínimo de 8. La experiencia laboral tiene una duración de un mes durante el verano. Durante 2006 y 2007 participaron 120 y 300 jóvenes respectivamente.

Programa de Trainees 2007. Por segundo año consecutivo se realiza el programa Trainees encabezado por el área de Gestión de Recursos Humanos. El programa está dirigido a 75 jóvenes recién egresados de Universidades, con buenos perfiles personales y académicos a quienes se les invita a colaborar por un tiempo definido en el Banco.

Descubre BBVA Bancomer. Tiene el objetivo de ser una intervención educativa sobre cultura financiera dirigida a niños en edad primaria. El programa se abre para hijos de colaboradores con edades entre los 6 a 12 años. Se incluye una visita a las instalaciones de Centro Bancomer, todo enfocado hacia la cultura del ahorro.

Membresía Bancomer. Es la oferta de los productos y servicios del Grupo Financiero para sus empleados a condiciones diferenciadas del mercado. El número de beneficios recibidos ha ido consistentemente en aumento.

Convenios. Se han establecido cientos de convenios para la adquisición de productos y servicios a condiciones preferenciales para los empleados del Grupo. A 2006 resultaron beneficiados 9,164 empleados.

Carrera Gente BBVA Bancomer. Durante 2007 la carrera celebra los aniversarios 150 y 75 con todos los colaboradores. Su objetivo es fomentar la práctica del deporte que mejora la calidad de vida y se convierte en una forma de convivencia familiar. Estos eventos han sido exitosos y con una importante participación. Durante 2006, nada más en el Distrito Federal participaron 2,094 corredores, de los cuales 73% fueron empleados, 17% cónyuges y 10% hijos de empleados.

Innova. Programa orientado a convertir problemas y retos en ventajas competitivas. Atiende las prioridades reales de crecimiento y transformación, y reconoce institucionalmente el talento, la experiencia y las capacidades de la Gente BBVA Bancomer. Esta iniciativa invita a todos los empleados de la Institución a proponer soluciones innovadoras a retos en el servicio o la operación que ellos mismos han detectado, siempre y cuando el alcance esté

perfectamente delimitado. Las mejores propuestas se premian con viajes o puntos Vida Bancomer.

Juegos Deportivos 150 Años BBVA. A mediados de 2007, con motivo de su Aniversario 150, BBVA realizó en Madrid unos Juegos Deportivos Internacionales, en los que participaron empleados del Grupo en más de 20 países, en las siguientes disciplinas: fútbol 7 (varonil y femenino), basketbol (varonil y femenino), tenis (varonil y femenino) y boliche (mixto). La organización de los representantes de BBVA Bancomer corrió a cargo del área de Relaciones Laborales, en Recursos Humanos. Por parte de BBVA Bancomer participaron 54 empleados, a quienes el Banco envió con todos los gastos pagados a Madrid.

Ruta Quetzal. Programa formativo que combina educación, cultura y aventura. Proporciona a jóvenes de 16 y 17 años, seleccionados a través de un concurso previo de trabajos, la oportunidad de descubrir la dimensión humana, geográfica e histórica de la cultura iberoamericana. La actividad central consiste en una expedición anual por América Latina y España, complementada con varias actividades formativas, lúdicas, deportivas y de convivencia. BBVA organiza y patrocina desde 1993 el programa, declarado de Interés Universal por la UNESCO. En 2006 se celebró la XXI edición. Los expedicionarios, procedentes de 53 países, recorrieron zonas de Guatemala, Belice, México y España. En la expedición de 2007, que tuvo como tema “La huella de la Nao de China en México”, participaron nueve jóvenes mexicanos.

Beneficiarios de Membresía Bancomer

PRODUCTO	BENEFICIADOS EN 2006
Bancomer.com	12,500
TDC Clásica y Oro	27,486
TDC Congelada	2,059
TDC Wal-Mart y Soriana	5,704
Seguros Opcionales	882
Seguro Auto	26,181
Fideren	1,640
Avalúos	411
TDC Chedraui	401
TDC Suburbia	626
TDC HEB	71
Gastos Funerarios	2,530
Tarjeta Médica Sanum	438
Libretón Familia Bancomer	2,696

Resultados de Convenios

PRODUCTO	BENEFICIADOS EN 2006
Escuelas y Universidades	577
Autos	457
Agencias de Viajes	2,710
Apoyos Médicos	478
Muebles y Electrónica	314
Restaurantes	435
Moda y Accesorios	440
Regalos	1,059
Varios	685
Inmuebles	3

SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO

Es la herramienta que el Banco ha desarrollado para responder al compromiso que tiene con el futuro profesional de su gente. El sistema está compuesto por dos grandes programas: el Inventario de Recursos Humanos y el Modelo de Gestión por Competencias.

Ambos ayudan a conocer mejor a la gente BBVA Bancomer y a detectar de manera oportuna y transparente a los colaboradores más talentosos. Permiten, asimismo, hacer un análisis de las competencias individuales y de grupo para alcanzar la realización plena del potencial de la Institución. Un ejemplo es la iniciativa “Conociendo nuestro talento”, basada en la valoración del nivel de desarrollo de las competencias (habilidades y conocimientos) de los profesionales del Banco.

La Gestión por Competencias permite integrar y organizar los procesos en torno a la persona desde su incorporación al grupo, logrando así atraer, retener, motivar y desarrollar su talento.

El modelo compara dos elementos: los perfiles funcionales y los perfiles profesionales. Los perfiles funcionales identifican las habilidades y los conocimientos que se requieren para el correcto desempeño de una función, a través de un perfil concreto. Estos perfiles funcionales son definidos por cada área involucrada con la asesoría de Recursos Humanos. Los perfiles profesionales son el resultado de identificar las competencias personales de cada profesional y compararlas contra un perfil funcional. Esta identificación se realiza a través de los procesos de valoración de competencias establecidos por el área de Recursos Humanos.

En cuanto a la carrera profesional de cada empleado se optimiza la gestión del talento disponible, se valoran tanto los resultados como el perfil del ocupante, se reconoce el mérito, se facilitan los cambios de área funcional y se toman decisiones basadas en criterios objetivos que garantizan la transparencia y la igualdad de oportunidades.

Se utilizan diferentes técnicas para valorar las competencias. Entre las más habituales están la Valoración Básica Anual, realizada por el jefe inmediato; la Valoración 90°, en la que, además del jefe inmediato, se incluye la opinión del propio interesado (autoevaluación); la Valoración 180°, que incluye la valoración de los colaboradores directos, además de la valoración del jefe inmediato. Hay también una Entrevista de Análisis de Capacidades, que realiza el área de Recursos Humanos y cuya metodología garantiza la obtención de información fiable y objetiva. Finalmente, se aplica una Valoración de Conocimientos en la que el profesional valora su propio nivel de conocimiento en una materia.



Es a través de todos estos mecanismos y procesos como el Banco detecta y potencia las capacidades humanas y profesionales de su gente.

CLIMA LABORAL: GREAT PLACE TO WORK

En el Grupo BBVA existen iniciativas a todos los niveles y para todas las subsidiarias que se enfocan en la conciliación de la vida laboral y personal de los empleados. El equilibrio entre la vida profesional y la vida personal, que se traduce en una mejor calidad de vida, dentro y fuera de la empresa, es parte de los compromisos que el Banco adquiere con sus empleados.

En México, la materialización de estos esfuerzos, definidos en la Cultura Corporativa, se expresan por medio de la Experiencia BBVA o el Proyecto Gente BBVA Bancomer. El éxito de las iniciativas se hace palpable cuando los empleados reconocen al Grupo como un gran lugar para trabajar.

La preocupación por el desarrollo integral de los colaboradores es otro de los elementos que hace a BBVA Bancomer una empresa atractiva para trabajar. Con la convicción de que no hay desarrollo integral sin un esfuerzo de capacitación y formación, se hace un esfuerzo institucional continuo para la capacitación de cada colaborador, a todos los niveles y para todas las funciones. Solamente durante el año 2007 se destinaron más de 110 millones de pesos a cursos de capacitación, representando más de 725 mil horas-curso, para más de 60 mil participantes. Además, se otorgan becas tanto para quienes desean terminar su carrera como para quienes desean realizar un posgrado.

Como parte de los programas de formación se encuentran las certificaciones que solicitan las autoridades para quienes tienen funciones de administración de sociedades de inversión, operación de instrumentos de capitales u operaciones con instrumentos derivados, entre otros. La Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles otorga una serie de certificaciones que debe obtener el personal del Banco con funciones relacionadas a las anteriormente mencionadas. Del universo elegible en la Institución, aproximadamente 70% cuenta con la certificación requerida.

En junio de 2007 se creó en BBVA Bancomer la Escuela de Management como parte de la iniciativa de la Escuela de Negocios de BBVA. Ésta se concibe como la nueva opción para desarrollar el potencial de los directivos del Grupo dentro del Nuevo Estilo de Dirección BBVA Bancomer.

La formación directiva se basa en programas como el Valor Estratégico del Liderazgo, Diplomados para el Desarrollo del Líder y Programas Corporativos de Dirección. Para ello contamos con socios estratégicos como Intermangement Institute, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y el IPADE. Adicionalmente, parte del equipo directivo se forma en el Extranjero de acuerdo al grado de especialización requerido. El modelo que se aplica a la escuela desarrolla de manera integral a los directores, proporciona herramientas, conocimientos y habilidades para mejorar el liderazgo y fortalece el compromiso con quienes tienen a su cargo equipos de trabajo.



GREAT PLACE TO WORK

Los esfuerzos por mejorar el clima laboral se reflejan en el reconocimiento de BBVA Bancomer como una de las 100 mejores empresas para trabajar en México de acuerdo al Great Place to Work Institute, y dentro de las 22 mejores del país, si se consideran únicamente empresas con más de mil empleados.

Horas curso por eje formativo		
Conocimientos	437,336	60%
Habilidades	56,828	8%
Liderazgo	62,816	9%
Requerimientos legales	167,630	23%
Total	724,610	100%

Participaciones por canal formativo		
Presencial	39,791	64%
Distancia	7,600	12%
E-learning	14,483	23%
Total	61,874	100%

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	PRESUPUESTO
Liderazgo	56%
Habilidades + Conocimientos	38%
Requerimientos legales	6%
Total	100%

Participaciones por eje formativo		
Conocimientos	40,903	66%
Habilidades	3,477	6%
Liderazgo	1,292	2%
Requerimientos legales	16,202	26%
Total	61,874	100%

CONCEPTO	ACTIVAS
Diplomado	5
Maestría	41
Crédito Maestría	5
Egade	20
Licenciatura	106
Preparatoria	13
Total	190

RELACIONES LABORALES

Considerando que el Recurso Humano es el activo más valioso para BBVA Bancomer, se cuenta para cada puesto con el personal que cubre el perfil requerido por el Grupo, basados en las competencias individuales y en el apego a los principios de la Cultura Corporativa. Se tiene la responsabilidad de atraer e integrar personal que cuente con los valores, conocimientos, habilidades, actitudes y potencial requeridos para ocupar los puestos vacantes.

Con el fin de fomentar el desarrollo de los integrantes del equipo, se considera, como primera instancia para la cobertura de vacantes, al personal interno. Su experiencia adquirida, el conocimiento de la Institución, así como los méritos que ha generado en la actividad diaria, permiten que se den estas oportunidades de cambio y crecimiento profesional. En caso de agotarse las posibilidades del reclutamiento interno o tratándose de puestos altamente especializados, Recursos Humanos recurre a la búsqueda de candidatos externos, garantizando un proceso transparente y de confidencialidad en el tratamiento de la información que recibe.

El Banco cuenta con procesos de selección basados en las necesidades de personal de cada área, a corto y largo plazo. Las contrataciones se realizan de acuerdo con las habilidades y conocimientos de los candidatos, asegurando que coincidan con los principios de la Cultura Corporativa. Asimismo, se toman en consideración las posibilidades de desarrollo profesional y personal que podría llegar a tener la persona si ingresa a la Institución.

La promoción de igualdad de oportunidades es parte de la Cultura Corporativa. Por lo tanto se recluta, selecciona y contrata con base en las competencias requeridas por el puesto y el potencial individual de cada candidato. La contratación de todo el personal está basada en los principios legales aplicables en materia laboral y en los procedimientos establecidos. Sólo puede laborar en el Grupo el personal que cumpla con esta disposición.

CONTRATO COLECTIVO DE TRABAJO EN BBVA BANCOMER

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

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

SERVICIO MÉDICO

Un rubro de suma importancia es el relacionado al servicio médico. BBVA Bancomer otorga al total de sus empleados un servicio privado de atención a la salud, lo que implica que se libera al sistema público de salud de más de 70 mil personas, esto contando a los empleados y sus familiares. Es decir, el Banco no ha delegado al Estado la responsabilidad de proveer servicios de salud para sus empleados y familiares. La cobertura de servicios médicos incluye a los familiares directos, esposa o concubina, hijos, y padre y madre siempre y cuando éstos no cuenten con acceso a ningún tipo de servicio de salud.

El Banco ofrece desde consultas médicas menores hasta asistencia médico-quirúrgica en caso de accidentes o enfermedades (profesionales o no). Además de cubrir con los gastos correspondientes se otorga el permiso de ausencia hasta por 52 semanas con derecho a sueldo y en caso necesario ampliación de permiso hasta por otras 52 semanas con pago de salario íntegro. A trabajadoras que vayan a dar a luz, además de cubrir la asistencia obstétrica y la canastilla (10% salario mínimo), se les gratifica con un mes de sueldo adicional. El servicio médico cubre también a jubilados y sus familiares, y pensionados por incapacidad permanente.

COMUNICACIÓN INTERNA

Consciente de que la comunicación es un elemento esencial para el buen funcionamiento de todo corporativo, BBVA Bancomer da gran importancia a su comunicación interna, como factor de identidad, unidad y cohesión de su equipo de trabajo. De tal forma, desarrolla un Marketing Integral Interno, tanto para generar iniciativas propias como para apoyar las que se generan en Recursos Humanos u otra Dirección o Filial que diseñe iniciativas dirigidas al personal.

La Dirección de Comunicación Interna de BBVA Bancomer debe asegurar que las estrategias de comunicación hacia el personal sean adecuadas, efectivas y de alto impacto. La dirección promueve que el personal perciba que la Institución está comprometida en hacer de BBVA Bancomer el mejor lugar para trabajar, apelando a la promoción del reconocimiento, la generación de vínculo, sentido de pertenencia y orgullo. Crear involucramiento y sentido de pertenencia y eliminar la incertidumbre sólo se puede lograr en un ámbito de comunicación efectiva y transparente.

El objetivo general del área es diseñar, desarrollar e implementar las estrategias de marketing y comunicación hacia el personal del Grupo. Del mismo modo, comunica iniciativas que son generadas y desarrolladas en la propia área, como en el caso de distintos proyectos, estrategias, medios y concursos para el personal y/o sus familiares. Los procesos de comunicación interna están dirigidos a todos los empleados de las Empresas del Grupo Financiero BBVA Bancomer.

Los temas a comunicar internamente en el Banco se abordan, según las características de cada proyecto o necesidad, desde la perspectiva y con las metodologías de Comunicación Organizacional, Marketing y rigor periodístico, principalmente. Éstos se dirigen a los distintos públicos de forma segmentada, por los canales que mejor desempeño



tengan para cada caso, incorporando constantemente los avances tecnológicos en el campo de la comunicación.

La Dirección de Comunicación Interna participa en el desarrollo de las iniciativas lanzadas por el área de Recursos Humanos, por ejemplo, el Programa de Emprendedores de Verano, y el Programa de Trainees.

Existen iniciativas propias del área, como la que realizó en el marco de las celebraciones de los aniversarios 75 de Bancomer y 150 de BBVA; se lanzó un concurso interno llamado "El Gran Desafío", cuya temática fue la historia de la Institución. El concurso se abrió a la participación de todo el personal del Grupo, en equipos de tres personas. Esta iniciativa ayudó a fomentar el conocimiento de Bancomer y BBVA y a generar orgullo por pertenecer a la Institución, participando al 30% del personal, cifra nunca antes alcanzada en concursos hacia el personal del Grupo.

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Revista Corporativa Adelante: publicación que combina información de Comunicación Corporativa (BBVA España) con información local de cada país.

Intranet corporativa global: Es una página producida para todo el personal del Grupo BBVA en el mundo. Presenta principalmente noticias internas de las empresas de BBVA en los distintos países en los que participa.

Intranet local (e-espacio México): Es un portal con contenidos producidos para el personal de BBVA Bancomer en México. Presenta principalmente noticias, proyectos, servicios y temas exclusivamente del interés de los integrantes del BBVA Bancomer.

Correo electrónico: Es un canal por medio del cual se le hacen llegar al personal comunicados institucionales.

Infomail: Es un mensaje de correo electrónico que incluye el vínculo a una página de Internet construida específicamente para difundir algún tema interno del Grupo, incluyendo videos, audio y otros apoyos gráficos.

Canal de Televisión Bancomer: Es una red de pantallas ubicadas en distintos comedores y pasillos de edificios corporativos en la ciudad de México.

Otros medios audiovisuales: Videos y presentaciones en distintos formatos que se usan para difundir proyectos específicos, que por sus características requieren este tipo de soportes (CD, DVD, Interactivos, etcétera).

Otros medios impresos: Para la gran mayoría de las campañas institucionales se utilizan carteles, folletos, mantas, pendones, correos directos y otros impresos que se producen específicamente como parte de las estrategias de comunicación interna del Grupo.

Mezcla de canales: La mezcla de canales se determina en la estrategia de cada caso.

Todo el personal de la Institución cuenta con acceso a la revista corporativa, intranet local, correo electrónico, medios impresos y audiovisuales. La intranet corporativa global sólo puede consultarse en edificios corporativos. El canal de TV Bancomer está disponible en tres edificios corporativos en el Distrito Federal.

EJEMPLOS DE CAMPAÑAS INTERNAS RECIENTES

Convocatoria para el Concurso Internacional de Dibujo Infantil y Juvenil para los hijos de empleados: Desde 2005 el Grupo BBVA invita a los hijos de sus empleados activos con edades de 6 a 15 años, de todos los países donde tiene presencia, a participar en el Concurso Internacional de Dibujo Infantil y Juvenil. Los dibujos ganadores son usados para las tarjetas corporativas de Navidad que se entregan a todos los empleados y a los clientes del Grupo BBVA. De BBVA Bancomer, participaron en 2005 2,074 dibujos, 2,850 en 2006 y 4,187 en 2007.

Juegos Deportivos 150 Años BBVA: BBVA realizó unos Juegos Deportivos Internacionales para conmemorar el 150 aniversario de la Institución. Comunicación Interna de BBVA Bancomer realizó una cobertura directa de la participación de los 54 deportistas de México que participaron en estas competencias, destacando en su difusión la opinión de los empleados de que, al fomentar este tipo de actividades, la Institución es un gran lugar para trabajar.

Convocatoria a participar en la Ruta Quetzal BBVA: Este programa, cuya parte medular es la realización de expediciones educativas en Iberoamérica y Europa, es patrocinado por BBVA y es considerado de Interés Universal por la UNESCO. Anualmente ha asignado lugares para los hijos de los empleados del Grupo BBVA a nivel internacional, quienes concursan por la obtención de un lugar enviando un trabajo temático. De 49 hijos de empleados de BBVA Bancomer aspirantes que enviaron trabajo, dos asistieron a la Ruta en 2005, siete en el año 2006 (105 aspirantes) y trece en 2007 (107 aspirantes). Comunicación Interna ha realizado la estrategia de convocatoria.

Marketing Integral Interno del Programa de Becas de Integración “Por los que se quedan”: Implica la sensibilización del programa hacia todo el personal del Grupo, a fin de que conozcan sus objetivos, pero sobre todo, para fomentar el reconocimiento a aquellos empleados que participan directamente en dicho programa a través de la figura de “Padrinos”, haciendo que la comunicación sean un medio de atracción de más empleados a participar en el programa



PARTICIPANTES DE LA RUTA QUETZAL EN SU VISITA A MÉXICO, ACOMPAÑADOS POR EL ING. HÉCTOR RANGEL

PROVEEDORES

BBVA Bancomer considera que la eficaz articulación de los procesos de adquisición de bienes y servicios, particularmente en grupos empresariales de su dimensión, constituye una fuente relevante de creación de valor. Se valora especialmente a aquellos proveedores que comparten los principios que sustentan el Código de Ética del Grupo y que han adoptado para el desarrollo de sus actividades los compromisos que se originan en el Pacto Mundial de las Naciones.

El Banco considera a sus proveedores aliados de negocios con los que se busca siempre obtener beneficios mutuos. Los aspectos críticos en la relación con proveedores abarcan el cumplimiento de los compromisos contractuales, trato personal, agilidad en el proceso de negociación, transparencia, contratación y el nivel de servicio prestado.

Se sigue un riguroso proceso de selección y alta de proveedores en el que se verifica su constitución legal, su solvencia financiera y la visión compartida de los principios de ética establecidos en el Código de Conducta del Banco.

Existen los Principios Aplicables a los Intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento de BBVA, que es el conjunto de principios y pautas generales de actuación que rigen la toma de decisiones del aprovisionamiento por el Grupo y la relación del mismo con sus proveedores, tanto externos como internos. Se incluyen en estos principios el respeto a la legalidad y el compromiso de BBVA con la integridad, la objetividad, la transparencia, la confidencialidad y la responsabilidad corporativa.

En particular la adquisición de bienes y servicios está regulada por criterios establecidos corporativamente, y se realiza bajo los siguientes principios también contenidos en el Código de Conducta del Banco:

- Promover, siempre que sea posible, la concurrencia de una pluralidad de proveedores de bienes y servicios cuyas características y condiciones ofertadas se ajusten, en cada momento, a las necesidades y requisitos del Grupo.
- Asegurar que las adquisiciones de bienes y servicios se producen conciliando la búsqueda de las condiciones más ventajosas para BBVA Bancomer en cada transacción, con el mantenimiento del valor atribuido a relaciones sostenidas en el tiempo con determinados proveedores estratégicos.

- Garantizar la objetividad y transparencia de los procesos de decisión, eludiendo situaciones que pudieran afectar a la objetividad de las personas que participan en los mismos.

CONCURSOS Y ASIGNACIÓN DE PEDIDOS Y SERVICIOS

Con el objetivo de tener procesos de asignación de pedidos y servicios claros y transparentes, BBVA Bancomer concursa todos y cada uno de los requerimientos ante los proveedores mediante su portal de Internet *Adquira*. Ésta es una compañía que ofrece soluciones de negociación y aprovisionamiento y que facilita las relaciones comerciales entre empresas a través del comercio electrónico. En este portal existen dos modalidades de negociación: por requerimientos de cotización y vía subastas inversas. Con ello, BBVA Bancomer fomenta la transparencia del proceso de adquisiciones al ser *Adquira* un portal 100% auditable tanto por los participantes en México como por el corporativo en España.

Por otra parte, un sistema de concurso de este tipo aumenta la competitividad y eficiencia del mercado, genera oportunidades para que más empresas se den a conocer y aumenta la probabilidad de seleccionar la propuesta que genere más valor al Banco. Al día de hoy, más de 85% de las negociaciones en BBVA Bancomer se realizan de manera electrónica buscando siempre la aplicación de las mejores prácticas.

COMISIONES DE COMPRAS

BBVA Bancomer cuenta con una serie de Comisiones de Compras en las que se refuerza el tema de transparencia en la asignación de pedidos y servicios hacia los proveedores. En estas comisiones, todas las propuestas de adjudicación son sometidas para su autorización por las áreas involucradas, tanto en México como en España.

Las áreas participantes en las comisiones pueden ser áreas de negocio, los gestores de línea de gasto, finanzas y eficiencia, entre otros. Cada comisión deja evidencia de las mismas a través del acta correspondiente.

ALTA, SEGUIMIENTO Y HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

En BBVA Bancomer, el proceso del alta de proveedores contempla una serie de requisitos de documentación por parte de las empresas, con los cuales se valida su constitución legal, solvencia moral y financiera. Existe también un proceso de validación por parte de las áreas de compras, operativas y de seguridad que avalan la viabilidad de su incorporación al Padrón Institucional del Banco.

Los proveedores recurrentes y críticos se consideran socios de negocios con los que se busca continuidad en la relación comercial. BBVA Bancomer debe garantizar que el servicio que brinda el proveedor siempre sea prestado bajo las mejores condiciones comerciales y contractuales para el Banco y principalmente que se continúe brindando servicios de alta calidad y sin riesgos. Es por esta razón que desde hace varios años se sigue un proceso anual de evaluación y homologación de los proveedores recurrentes y cuyos bienes y servicios resultan críticos para el Banco.

El programa revisa los siguientes conceptos: información legal, solvencia financiera, procesos, capacidad instalada y capacidad disponible. La revisión y diagnóstico tienen como fin minimizar cualquier riesgo de incumplimiento por parte de los proveedores por los servicios contratados. Actualmente, 20% de los proveedores del Banco están incorporados a este proceso de homologación.

A partir de 2007, además de la revisión del estatus legal, financiero y operativo, el proceso de evaluación contempla la revisión de aspectos de responsabilidad social tales como derechos humanos, derechos y prácticas laborales, empleo de menores, el mercado y la transparencia, cuidado e integración con el medio ambiente, y la relación de beneficio mutuo entre el proveedor y la comunidad donde opera.

SISTEMA INFORMÁTICO SIAC

Como parte del cuidado al medio ambiente y a los recursos naturales, el área de Compras de BBVA Bancomer se encuentra en la implementación de un sistema electrónico basado en la intranet corporativa. Este sistema permitirá a las diversas áreas del Banco gestionar las requisiciones de bienes y servicio de manera electrónica y eliminando considerablemente el uso del papel. Otra ventaja del sistema es la posibilidad de mantener completamente informado al usuario sobre el estatus de su requerimiento.

ASPECTOS GENERALES

Actualmente, el área de Compras de BBVA Bancomer trabaja con aproximadamente 760 proveedores recurrentes, generando de manera implícita:

- Fuentes de empleo para aproximadamente 10 mil personas.
- Actividad económica en zonas como Chiapas, Guerrero, Oaxaca y Veracruz.

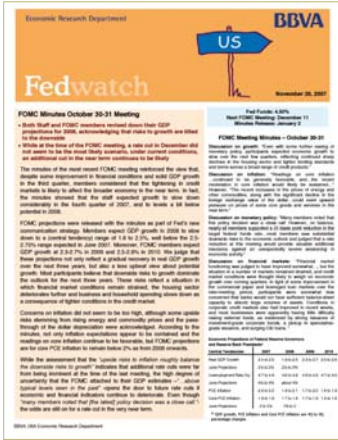
El área de Compras de BBVA Bancomer busca que su padrón de proveedores se sienta satisfecho en su relación de negocios con el Banco. Es por esto que se han implementado encuestas de percepción del servicio por parte del personal del área de Compras, además de un procedimiento de quejas para atender todos aquellos comentarios, dudas o reclamaciones que pudieran afectar una relación que el Banco considera de gran interés, como la que mantiene con todos sus proveedores.

RELACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS INDIRECTOS: BBVA BANCOMER Y LA SOCIEDAD

BBVA Bancomer mantiene una estrecha relación con la comunidad en la que se desenvuelve. Si bien desde los fundamentos de su Cultura Corporativa y en sus Principios, la Institución resalta la importancia de su presencia y acción ante los Grupos de Interés Indirectos, es en su actividad diaria donde expresa cabalmente la atención y la importancia que confiere a la comunidad, hacia la que dirige expresamente parte significativa de sus acciones.

PREVENCIÓN DEL LAVADO DE DINERO Y DE LA FINANCIACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TERRORISTAS

BBVA Bancomer colabora activamente con el Gobierno mexicano y con diversas organizaciones nacionales e internacionales en la detección y combate de actividades de narcotráfico, terrorismo y cualquier forma de crimen organizado. Los Sistemas de Control Interno establecen los criterios para que los productos y servicios del Banco no sean utilizados para actos delictivos. Las políticas y procedimientos de todas las entidades del Grupo están definidas y se practican bajo estos criterios.



En específico, durante 2006 y 2007 se han realizado las siguientes actividades:

- Se concluyó la implantación de la nueva plataforma tecnológica de monitoreo de operaciones y se continuó con el proceso de mejora del resto de las herramientas informáticas para adecuarlas con las recomendaciones del Comité de Supervisión Bancaria del Banco Internacional de Pagos de Basilea y con la nueva regulación local en la materia.
- Se emitieron nuevas normas sobre prevención de lavado de dinero con dos objetivos: (1) incorporar las mejores prácticas internacionales en esta materia, y (2) recoger los cambios recientes en la regulación.
- Conscientes de que una adecuada formación del personal constituye uno de los elementos fundamentales para la prevención efectiva de actos delictivos, anualmente se imparten cursos de capacitación para más de 20 mil empleados y directivos del Grupo. Tanto en la programación de participantes como en los contenidos de los cursos, se presta especial atención a las necesidades de aquellos empleados y directivos que se desempeñan en las áreas de mayor riesgo.

SERVICIO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

El Servicio de Estudios Económicos de México tiene como objetivo central analizar el entorno económico, político y social, en el cual Grupo BBVA Bancomer desarrolla sus actividades.

El propósito principal de dicho análisis es incorporar los cambios previsible del entorno en las decisiones operativas del Grupo y en su caso optimizar las ventajas o minimizar sus posibles impactos. La oferta de productos y servicios que realiza el Servicio de Estudios Económicos también constituye un bien público para que individuos y colectivos, más allá del Banco y del Grupo, dispongan de estudios alternativos que les permitan tomar sus decisiones de manera más informada. Esto representa un alto valor agregado en un entorno como México, donde existe un historial de incertidumbre económica y una oferta limitada de análisis confiables, o costosos para los clientes.

Por otra parte, el Servicio de Estudios Económicos también genera propuestas sólidas en materia de política económica que enriquecen el debate público para la construcción de mejores políticas públicas en el país.

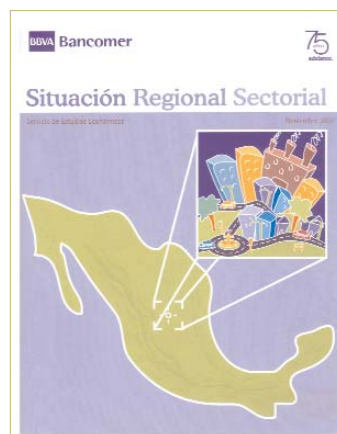
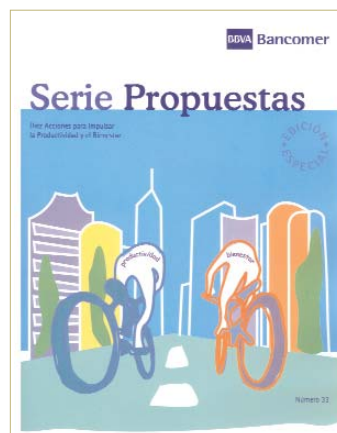
El campo de acción del Servicio de Estudios Económicos cubre las siguientes áreas: estudios macroeconómicos, con énfasis en el crecimiento de la economía, inflación, cuentas externas, inversión y empleo; análisis de los mercados financieros de seguimiento permanente; análisis bancario y sus indicadores; análisis regional y sectorial, y sector inmobiliario.

La información, análisis y puntos de vista del Servicio de Estudios Económicos se comparte mediante usos internos y externos a través de diferentes canales: participación en comités y grupos de trabajo, distribución de reportes impresos y/o electrónicos y a través de Internet, en donde se pueden consultar reportes de análisis, presentaciones, estadísticas históricas y perspectivas de mediano y largo plazo.

Existen reportes con diferente periodicidad y profundidad entre los que se pueden destacar lo siguientes: Situación México, Situación Regional, Serie Propuestas, Situación Semanal, BanxicoWatch, PesoWatch, Temas Bancarios, Perspectivas Sectoriales, FedWatch, Observatorio PIB y Notas rápidas de coyuntura. También se pueden consultar los reportes de Estados Unidos de Norteamérica, de Europa y de otros países.

Productos del Servicio de Estudios Económicos

PRODUCTO	DISTRIBUCIÓN IMPRESA			DISTRIBUCIÓN ELECTRÓNICA	
	FRECUENCIA	DENTRO	FUERA	INTERNA	EXTERNA
	DEL PRODUCTO	DEL GRUPO	DEL GRUPO		
Nota Rápida	10 c/semana			360	520
Banxico Watch	Quincenal			360	520
Situación Financiera	Mensual			360	520
Temas Bancarios	Mensual			360	520
Peso Watch	Bimestral			360	520
Observatorio PIB	8 en el año			360	7,593
Situación Semanal	Semanal			360	7,593
Situación México	Trimestral	500	5,200	690	7,593
Situación Regional	Semestral	400	2,400	690	7,593
Situación Inmobiliaria	Semestral	400	6,100	690	7,593
Perspectivas Sectoriales	Semestral			360	7,593
Serie Propuestas	Semestral	400	3,600	690	7,593
Economic Watch				360	520



BanxicoWatch es un producto único que contribuye a analizar con profundidad las acciones del banco central en México. Por su parte, la Serie Propuestas es distribuida a grupos y personas con interés en la discusión y análisis de las políticas públicas, además de otros públicos interesados. En el cuadro siguiente se muestran los principales productos de esta área.

ACCIONES DE PUBLICIDAD E IMAGEN CORPORATIVA: PARTICIPACIÓN EN CAMPAÑAS EXTERNAS.

Referente a temas de publicidad y mercadeo, el ámbito de acción del Banco no se limita a la promoción de sus productos o a la atracción de nuevos clientes. BBVA Bancomer está involucrado en actividades con fines no comerciales y que son coordinadas por grupos de empresas u asociaciones a las que el Banco pertenece.

BBVA Bancomer ha participado activamente como integrante del Consejo de la Comunicación desde su fundación, y ha patrocinado las campañas del Día de la Familia, así como los eventos correspondientes, en sus tres ediciones.

El Consejo de la Comunicación es una organización que agrupa a una amplia diversidad de empresas, entre ellas medios de comunicación, agencias de publicidad y compañías de alta visibilidad pública, que entre sus actividades tienen la emisión de mensajes a públicos diversos y masivos.

El Consejo de la Comunicación promueve mensajes con valores éticos en los medios masivos. Entre los valores que se promueven están la lucha contra la corrupción, el respeto a los derechos ciudadanos y valores intrínsecos y tradicionales tales como la integración familiar. Campañas como “No lo aceptaremos”, “No te calles”, que atacan directamente a la corrupción a todos los niveles, o bien la campaña e institución del Día de la Familia, han tenido además de gran difusión e impacto, un extraordinario éxito a nivel nacional.



BBVA Bancomer también participa en la Asociación a Favor de lo Mejor, A. C. como miembro integrante y recientemente como comisionado para incentivar a productores de programas y anuncios en la mejora de contenidos.

Asociación a Favor de lo Mejor está integrada por empresas anunciantes en medios masivos. Su finalidad es promover valores éticos y la emisión de programas y mensajes positivos hacia los diversos públicos, enfáticamente a públicos infantiles y juveniles.

A través de mecánicas de seguimiento a los contenidos de los programas televisivos y del análisis de los mensajes publicitarios, establece recomendaciones a las cadenas de televisión y radio. Las recomendaciones se enfocan en las cualidades favorables que pueden proyectar los mensajes de los propios programas.

También se generan recomendaciones a los productores, agencias de publicidad y empresas anunciantes, e invita a definir e integrar en los contenidos los valores sociales, educativos y de índole cultural que atañen a la sociedad mexicana.

El Banco participa también en la certificación del “Marketing Responsable” que premia a los programas y promotores de los valores educativos, sociales y culturales que se difunden a través de los medios masivos de comunicación.

Éstos son sólo algunas manifestaciones del compromiso de la Institución en la mejora de las condiciones sociales, de los niveles de bienestar y la preservación de los valores fundamentales de la convivencia.

BBVA BANCOMER Y EL MEDIO AMBIENTE

Si bien los servicios financieros no tienen un impacto directo en el deterioro del medio ambiente, BBVA Bancomer comparte la preocupación social en el tema y hace esfuerzos para contribuir al no deterioro del entorno.

Entre las acciones más importantes en México están el ahorro en energía eléctrica y el ahorro en el consumo de agua, a los que se ha dirigido decididamente. Entre 2005 y 2006 se ha logrado reducir el consumo de energía directa y agua, en el total corporativo y por empleado.

Un tema muy relevante en este rubro es el consumo de papel, que es un artículo de uso intensivo en el Banco. Se hacen esfuerzos permanentes para la disminución en el uso de papel; por ejemplo, se promueven las requisiciones electrónicas, el uso de expedientes electrónicos, y el uso de hojas de reuso para la impresión de documentos de trabajo.

En otro aspecto, al ser el equipo de cómputo uno de los activos de más rotación en la Institución, se han diseñado procesos para el reciclaje y desecho de los equipos inservibles u obsoletos.

Anualmente se realiza la renovación tecnológica de aproximadamente 2 mil computadoras nuevas y otras 2 mil de reuso. Al equipo que todavía puede ser usado se le da mantenimiento y se le reasigna. Cuando es obsoleto para la Institución, pero todavía funciona, se envía a la Fundación Bancomer, quien dona ese equipo a centros educativos. Finalmente, los equipos de desecho son enviados a empresas especializadas en su tratamiento y reciclaje.

Además, externamente se participa de forma continua en campañas y acciones a favor del equilibrio ecológico y en la creación de una conciencia de defensa y conservación ambiental.

EL IMPACTO DE LA OFERTA: CONTRIBUCIÓN DE BBVA BANCOMER A LA BANCARIZACIÓN Y LA ACCESIBILIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN MÉXICO

BBVA Bancomer ha sido el principal agente de bancarización de México, ya sea como banco o como grupo financiero. Esta actividad es de suma relevancia en un país donde la penetración del sistema financiero y el acceso a los servicios financieros son bajos en comparación con otras economías similares.

En el país, la razón de cartera del sistema bancario privado con respecto al Producto Interno Bruto es menor a 17%, además de que alrededor de 70% de las localidades del país, y aproximadamente 30% de los hogares, no cuentan con acceso directo a servicios bancarios.

La insuficiencia del sistema financiero mexicano se considera una limitante para el desarrollo del país, y es por ello que la actividad de los intermediarios financieros incide directamente sobre el desarrollo económico. Además, según diversos estudios, la mayor accesibilidad al sistema financiero repercute en mejores niveles de bienestar en la población.

Desde su fundación en 1932, Bancomer, antes Banco de Comercio, ha sido un agente promotor de la bancarización en México. Esta tarea histórica de la Institución se llevó a cabo, en un principio, incluyendo a nuevos segmentos de la población en la dotación de los servicios bancarios y expandiendo a nivel nacional su red de servicios bancarios, por encima de sus competidores.

El crecimiento del Banco de Comercio a través del sistema de bancos afiliados fue una de las fuerzas bancarizadoras del país. En la actualidad, además de ser el banco con mayor presencia a nivel nacional, BBVA Bancomer está ampliando la oferta de servicios a segmentos de la población con acceso limitado a la banca. La base de clientes de BBVA Bancomer era de más de 14 millones a junio de 2007.

Indiscutiblemente, la ampliación de los servicios financieros a nuevos segmentos de la población es una estrategia de negocio que contribuye para generar utilidades al Grupo y mejorar su posición estratégica.

Paralelamente a ello, hay un impacto directo en la economía de grupos especialmente sensibles, así como en su bienestar. Esta estrategia genera muchas externalidades positivas sobre la población que se convierte en cliente del banco, principalmente de segmentos sensibles como los no bancarizados. Así también, hay un impacto relevante en segmentos como aquellos que dependen principalmente de mecanismos informales de crédito y carecen de mecanismos sofisticados de ahorro; los que no cuentan con infraestructura bancaria en las zonas en la que viven o en sus cercanías; y los que tienen acceso limitado al sistema de pagos. Además, se contribuye a ser una alternativa altamente competitiva en la oferta de servicios financieros, lo que incrementa la competencia entre oferentes y las posibilidades de elección para los clientes.

Para 2007, BBVA Bancomer cuenta con 1,782 sucursales a nivel nacional. El crecimiento de puntos de atención al cliente ha sido significativo en los últimos dos años. Por ejemplo, en 2003 había 1,653 y 5,004 cajeros automáticos; en 2006 se llevó a cabo la apertura de 41 sucursales, se instalaron 450 nuevos cajeros automáticos y se incrementó el inventario de terminales punto de venta a 112,174, las cuales están distribuidas en 68,173 negocios afiliados.





El mecanismo más importante de bancarización que proporciona el Grupo es el acceso a servicios a través de sucursales y la oferta de instrumentos de ahorro. BBVA Bancomer está posicionado a nivel nacional como el primer banco con presencia en la mayor parte de las plazas en cuanto a red de sucursales, así como en niveles de captación tradicional. De las sucursales, 25% se encuentran en estados del sur, sureste y sur-occidente, que son regiones con bajo nivel de bancarización.

La contribución en el ahorro se refleja en el crecimiento de la captación por banca comercial que entre 2005 y 2006 creció en 11%. El éxito de productos de ahorro como El Libretón le permitió continuar como líder en el mercado de ahorro. Al celebrarse en 2006 los diez años de El Libretón, se lanzó la promoción La Quincena del Ahorro, que contribuyó a captar 25 mil cuentas nuevas. En 2007 se captaron 149 mil cuentas nuevas a través de esta campaña.

Además de instrumentos de ahorro, el Banco también es líder en colocación de crédito al menudeo. En 2006, el principal motor del crédito otorgado por la banca comercial fue el financiamiento al consumo privado, el cual creció 40% con respecto al año anterior: más de 684 mil créditos nómina, más de 83 mil créditos de auto, y 123 mil créditos personales.

En 2006 el Banco se posicionó como líder en tarjeta de crédito y crédito de auto con una participación en el mercado de 35 y 38% respectivamente. Los productos de crédito se han caracterizado por su innovación, como el caso de la Tarjeta 40, descrita anteriormente.

La cobertura de BBVA Bancomer implica el manejo de una alta proporción de las transacciones del sistema financiero mexicano. El volumen de transacciones manejado por el Banco es en promedio de entre 120 a 150 millones de transacciones por mes. Esto representa una alta responsabilidad no sólo frente a los clientes, sino también con respecto a los usuarios y el resto de los componentes del sistema financiero. Una operación óptima requiere de un esfuerzo especial para darle mayor eficiencia en los canales de distribución, lo cual contribuye a que tanto los clientes como el resto del sistema financiero incurran en menores costos. La política de darle mayor eficiencia a los canales de distribución incluye varios aspectos de operación interna, de atención a los clientes, así como un mayor uso de medios electrónicos de pagos. Por ejemplo, en 2006 se redujeron las operaciones de ventanilla a 19% del volumen total de transacciones. Los cajeros automáticos efectuaron 35% de las operaciones llevadas a cabo mediante otros canales. Bancomer.com y Línea Bancomer crecieron 13 y 18%, respectivamente, en relación al año anterior. Por su parte, el Programa de Garantías Bancomer es un compromiso de certidumbre en estos procesos.

El servicio de nómina que ofrece el Banco es un ejemplo de la alta proporción de las transacciones del sistema financiero que maneja el Grupo. En 2006, el número de empleados en empresas que reciben su nómina por medio de BBVA Bancomer fue un total cercano a 4 millones de personas, y el número de empleados gubernamentales fue de un poco más de 2 millones de personas. El servicio de nómina permite reducir el uso de efectivo y cheques, lo cual tiene un impacto en el sistema de pagos del país. A su vez, representa una alta responsabilidad para mantener ágil y segura la recepción de salarios de millones de mexicanos.

La contribución del Grupo a la bancarización también se refleja en la presencia en localidades donde sólo otros dos bancos del sistema bancario mexicano han llegado, o bien localidades donde BBVA Bancomer es la única presencia bancaria. Como único oferente de servicios en muchas localidades, el banco es un engrane indispensable para el funcionamiento de la economía en esas localidades.

BBVA Bancomer

El Libretón

¡CÓRRELE PORQUE SE ACABAN! SÓLO POR 2 SEMANAS.

En esta Quincena del Ahorro llévate al instante un práctico juego de 5 refractarios Pyrex.

Abre tu cuenta o incrementa tu saldo en \$5,500 y comprueba que nadie premia más tu ahorro que El Libretón. También participa Winner Card.

75 adelante.

La estrategia de BBVA Bancomer orientada a la bancarización de México es congruente con la estrategia global de BBVA. La Fundación BBVA para las Microfinanzas ha convertido a BBVA en el primer grupo bancario privado internacional que entra de lleno en el sector de las microfinanzas, con inversiones directas a través de esta fundación.

CONTRIBUCIÓN AL ACCESO AL MERCADO HIPOTECARIO

Uno de los mercados donde BBVA Bancomer se ha convertido en líder y ha desarrollado innovación ha sido el del financiamiento hipotecario. Las fortalezas del Grupo en el mercado hipotecario le han generado al Banco una colocación líder de cartera en este sector, manteniendo la participación de mercado más alta de la banca mexicana. La expansión y la innovación que el Grupo ha llevado a cabo en el mercado de financiamiento hipotecario ha facilitado el acceso a este financiamiento, y por lo tanto a propiedad de vivienda, a mayores segmentos de población.

Dentro del alto crecimiento que ha tenido el financiamiento hipotecario en México, el Grupo ha logrado atender eficientemente a segmentos de ingresos menores a los tradicionalmente atendidos por la banca. El financiamiento a vivienda para estratos de población de ingreso medio y bajo (vivienda Media Baja, Tradicional y Económica) representa un porcentaje alto del número de contratos; en 2006 fue 68.8% de los créditos otorgados directamente a individuos, y 76.1% de los créditos otorgados a través de empresas desarrolladoras e inmobiliarias. En el primer semestre de 2007, de los más de 75 mil créditos otorgados para vivienda Tradicional y Económica, 24.8% fue otorgado en estados de la región sur del país, donde los niveles de bancarización y penetración de crédito son menores con respecto a otras regiones (los estados del sur en conjunto concentran sólo 4.34% del crédito total de la banca mexicana).



TIPO DE VIVIENDA (BAJO COSTO)	TOTAL		
	TRADICIONAL <180 MIL PESOS	ECONÓMICA <350 MIL PESOS	TRADICIONAL Y ECONÓMICA
Número de créditos al 31 de julio de 2007	19,696	55,635	75,331
Porcentaje generado en sucursales ubicadas en la región sur del país	22.5%	25.6%	24.8%

Hipotecaria Nacional BBVA Bancomer

Tú también puedes estar **¡De Estreno!**




PESOS TASA FIJA
SALARIOS MÍNIMOS
HIPÓTECA FÁCIL
PATRIMONIAL
CERO FINANCHE BANCOMER
RESPALDAZ
ALIAZ
APOYO INFONAVIT
COFINAVIT

Créditos Hipotecarios Bancomer son los mejores para obtener un crédito para cada necesidad.
Por eso, pregunta aquí y muy pronto estarás en tu nuevo hogar!

Créditos Hipotecarios Bancomer
La Especialidad de la Casa

Si lo prefieres llama al **01 800 122 6630**

75 años adelante.

Hipoteca Joven Bancomer BBVA Bancomer



Tengo mis amigos, mi música, mi mundo...
Y ahora, MI propia casa.

Te prestamos **28% más** que un crédito hipotecario tradicional.

Además, puedes **juntar tus ingresos** con un familiar o con tu pareja.

Tu propia casa... una buena casa...
¡Te ayudamos! Pregunta aquí o llama: **01 800 122 6630**

Créditos Hipotecarios Bancomer
La Especialidad de la Casa

Hipotecaria Nacional Grupo Financiero BBVA Bancomer

bancomer.com hipotecarianacional.com.mx

75 años adelante.

Desde 2005, BBVA Bancomer e Hipotecaria Nacional se ubican como líderes en el sector hipotecario, considerando tanto bancos como Sofoles, en los programas públicos Apoyo-INFONAVIT y Cofinavit, ambos para vivienda de interés social.

La innovación ha sido un factor importante en el financiamiento hipotecario. Por ejemplo, BBVA Bancomer, junto con la filial de Grupo BBVA en Estados Unidos, lanzó la hipoteca para migrantes conocida como “Tu opción en México”. El producto tiene por objetivo que los migrantes logren formar un patrimonio en territorio nacional mediante la compra de una casa, y a su vez, ayuda a mejorar las condiciones de vida de sus familiares que permanecen en el país. El proceso de contratación está diseñado para que el cliente realice los trámites desde Estados Unidos sin necesidad de estar presente físicamente en México. El programa opera en oficinas localizadas en Estados Unidos con funcionarios que dan asesoría y funcionan como enlace entre el migrante y su familia. Esto representa un cambio importante en los mercados al reconocer la presencia mexicana en Estados Unidos y facilitar la inversión segura de los recursos de esta población en su país de origen. Por otra parte, en conjunto con el “Laredo National Bank” se diseñó la Hipoteca Binacional dirigida a ciudadanos estadounidenses o canadienses que se interesan por adquirir una propiedad en México. Con este producto se atiende al creciente mercado de jubilados y pensionados extranjeros que eligen a México como su país de retiro.

Esta actuación ha conducido a que este negocio sea reconocido con varios premios, como el Premio Nacional de Vivienda 2005, y reconocimientos por parte de Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT).

	2005	2006
CRÉDITO HIPOTECARIO OTORGADO DIRECTAMENTE A INDIVIDUOS		
Total de créditos para vivienda	50,121	62,570
Porcentaje de créditos para viviendas Media Baja, Tradicional y Económica	73.2%	68.8%
CRÉDITO HIPOTECARIO OTORGADO A TRAVÉS DE EMPRESAS DESARROLLADORAS E INMOBILIARIAS		
Total de créditos para vivienda	69,425	87,832
Porcentaje de créditos para viviendas Media Baja, Tradicional y Económica	79.1%	76.1%

FINANCIAMIENTO A LA EMPRESA PEQUEÑA Y MEDIANA

En México, 2.8 millones de empresas son microempresas, 138 mil son empresas pequeñas y 32 mil son empresas medianas. Las empresas pequeñas y medianas generan más de 43% del Producto Interno Bruto y 30% del empleo en el país. A pesar de ello, sólo 22% de las empresas pequeñas y 45% de las medianas cuentan con crédito bancario. Esto no es algo nuevo: históricamente, las micro y pequeñas empresas mexicanas han tenido un acceso limitado al financiamiento bancario, utilizando, no obstante, otros servicios de la banca, como el sistema de pagos.

BBVA Bancomer ha ofrecido soluciones de negocios para este tipo de empresas a través de su Programa PyMEs. Esto representa romper una barrera para el crecimiento empresarial en México, e involucra al Grupo en un compromiso por orientar su negocio hacia áreas que contribuyen al desarrollo del país.

El Programa PyMEs cuenta con una red especializada en la micro, pequeña y mediana empresa que cuenta con 300 ejecutivos distribuidos en las principales plazas del país. Se cuenta además con un programa de capacitación dirigido a la micro, pequeña y mediana empresa. Los principales productos son Tarjeta Negocios Bancomer, Crédito Equipamiento (crédito simple para adquisición de activos), Crédito Líquido (crédito para capital de trabajo sin garantías), y Crédito Simple (para la adquisición de activos fijos).

A fines de 2006 se otorgaron 14,224 créditos a empresas pequeñas y medianas. El crecimiento del número de créditos entre 2003 y 2006 fue de 155%, llegando a más de 39 mil empresas apoyadas en esos cuatro años. El monto de los créditos otorgados en esos años es mayor a 9 mil millones de pesos.

Es importante señalar que, aunado a este crecimiento, el otorgamiento de crédito a empresas medianas ha ido acompañado de un estricto control de riesgo, que se refleja en reducciones en el índice de cartera vencida de la cartera de este segmento.

En 2005 y 2006 la Secretaría de Economía le entregó a BBVA Bancomer reconocimientos por ser el banco que comprometió el mayor volumen de recursos financieros para la micro, pequeña y mediana empresa.



El próximo curso que tomará tu empresa será de crecimiento.

Inscríbete en el nuevo Portal de Capacitación y Desarrollo para las PyMEs.
¡Crece y sé más competitivo!

Cursos • Conferencias • Asesoría

<http://tecvirtual.com.mx/pymesbancomer>



PyME cómo te preparas y te diré cuánto crecerás.

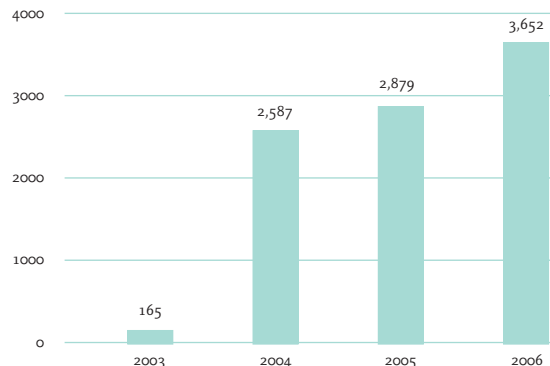
Inscríbete en el nuevo Portal de Capacitación y Desarrollo para las PyMEs.
¡Crece y sé más competitivo!

Cursos • Conferencias • Asesoría

<http://tecvirtual.com.mx/pymesbancomer>



Montos de Créditos empresas pequeñas y medianas (millones de pesos)



UNA OPCIÓN PARA EL FINANCIAMIENTO AGROPECUARIO

En México, el agropecuario ha sido uno de los sectores que tradicionalmente ha tenido un acceso más limitado al sistema financiero. La población rural concentra una parte importante de hogares no bancarizados, ya que aproximadamente 30% de los hogares rurales no tienen acceso directo a servicios bancarios.

Por otra parte, la actividad agropecuaria, fuera de los grandes productores, ha sufrido la carencia de productos de financiamiento bancarios adecuados, y ha dependido de fuentes de financiamiento caras e ineficientes. Todo esto repercute en la productividad del sector y en la calidad de vida de los agricultores mexicanos. Por ello, la población rural y el sector agropecuario son una de las áreas más sensibles para el sistema financiero mexicano. No obstante, los riesgos y costos asociados para atender a este sector inhiben a la mayor parte de los bancos a dedicarle recursos. Una excepción ha sido BBVA Bancomer, que ha incursionado en este sector ofreciendo diversas opciones de servicios financieros.

Durante los años noventa Bancomer fue la entidad líder en el financiamiento agropecuario de México. Pero en el año 2000, el Grupo decidió no participar por un tiempo en este mercado, sin dejar de atenderlo de forma básica. Después de más de cinco años de una estrategia pasiva en el crédito agro, el Grupo inició el nuevo Proyecto Agropecuario en julio de 2005, a través de la división de Banca de Empresas, con muy buena respuesta de este sector.

A dos años de iniciado el proyecto se incorporaron 350 nuevos clientes a la cartera agropecuaria y agroindustrial, lo que representa 4.41 mil millones de pesos; con ello se incrementó 50% la cartera total de este sector, de 8.68 mil millones a 13.1 mil millones de pesos, y el número de clientes creció a 715.

Aproximadamente 20% de la cartera (1.1 mil millones) ha sido canalizada en casi 7 mil productores agropecuarios pequeños y medianos. Los productores de menor escala son atendidos a través de 170 empresas dispersoras de crédito (principalmente parafinancieras y uniones de crédito) que son clientes del Banco, aunque hay algunos a quienes también se les atiende de forma directa.

El financiamiento a los sectores de productores más pequeños se está incrementando a través de los programas de apoyo gubernamentales. Para ello, los Fideicomi-

BBVA Bancomer

Aquí le damos el crédito que requiere su proyecto agrícola.

¡En Bancomer vamos adelante con el campo!

En Bancomer tenemos el crédito que se adecúa a las necesidades de su agronegocio.

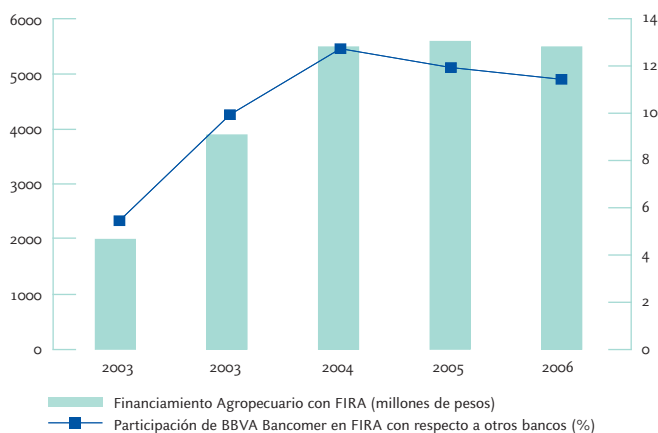
- Liquidez para su funcionamiento o compra de insumos
- Adquisición, ampliación o modernización de infraestructura
- Acceso, permanencia o expansión en mercados nacionales y mundiales
- Apoyo financiero a clientes, proveedores o socios
- Fortalecimiento de su ciclo productivo
- Prestamos con fondo de FIRA a tasas preferenciales
- Rápida respuesta a sus solicitudes de financiamiento
- Posibilidad de disposición vía electrónica

Contacte a su Ejecutivo o escribanos un e-mail: agronegocios@bancomer.com

FIRA adelante.

Los Institutos en Relación con la Agricultura (FIRA), el principal banco de fomento agropecuario de México, ha tenido una colaboración estrecha con BBVA Bancomer. El financiamiento agropecuario del Banco con participación de los FIRA ha crecido significativamente en los últimos años. También ha crecido la participación del Banco en FIRA con respecto al resto de la industria bancaria. Se tienen también otras alianzas comerciales con Almacenadoras y Aseguradoras para la canalización de estos recursos.

Para el Grupo BBVA Bancomer la atención y los servicios a este sector, además de ser un proyecto interesante de negocio, constituye un testimonio de la confianza en el futuro del país y en el desarrollo próspero del campo mexicano.



INVERSIÓN EN PROYECTOS DE ALTO IMPACTO

El Grupo BBVA Bancomer, a través de su división de Banca de Inversión, contribuye al desarrollo de México mediante el financiamiento de proyectos de infraestructura que buscan apoyar el bienestar y desarrollo de la población mexicana.

Estos proyectos, por su complejidad, requieren de una estructura de conocimiento única. A continuación se destacan algunos de los grandes proyectos de infraestructura en los que ha participado el Grupo y que presentan un destacado impacto social.

- Financiamiento para la construcción de la Terminal 2 del Aeropuerto Internacional “Benito Juárez” de la ciudad de México. Éste es el proyecto más ambicioso de todos aquellos que se llevan a cabo para integrar el Sistema Metropolitano de Aeropuertos. Con la construcción de la Terminal 2, se estima que la capacidad del Aeropuerto Internacional “Benito Juárez” pasará de 24 a 32 millones de pasajeros por año.
- Financiamiento para la construcción del Sistema Carretero del Oriente del Estado de México. Este proyecto vial conectará las autopistas que llegan al Distrito Federal desde Querétaro, Pachuca y Puebla, formando la parte nororiental del circuito exterior de la ciudad de México y prologándose hacia el sur hasta el límite con el estado de Morelos.

El Grupo participó en la estructuración y asesoría del financiamiento para la primera fase del proyecto, la cual abarca un tramo de 51.7 kilómetros. Con estas obras se tiene programado satisfacer una demanda de tráfico de 13 mil vehículos diarios

en promedio anual, beneficiando a los usuarios de los municipios del Estado de México de Coyotepec, Zumpango, Nextlalpan, Coacalco, Ecatepec y Atenco, e indirectamente a las delegaciones Azcapotzalco y Miguel Hidalgo del Distrito Federal.

Esta fase del Circuito Exterior Mexiquense atenderá de manera importante las crecientes necesidades viales de toda esta zona, pues se estima que en los próximos seis años se construirán en las inmediaciones más de 400 mil nuevas viviendas. La utilización de esta carretera urbana permitirá un ahorro sustancial en el tiempo de traslado.

- Asesoría financiera al consorcio formado por las empresas FCC Construcción S.A., Desarrollo y Construcciones Urbanas S.A. de C.V. e Impulsa Infraestructura S.A. de C.V.; en la licitación para la construcción, operación, mantenimiento y explotación del Libramiento Norponiente de Saltillo y la Autopista Saltillo-Monterrey, que se ubican entre los estados de Coahuila y Nuevo León. En 2006, este proyecto formó parte del programa carretero de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, cuyo objetivo principal es impulsar el desarrollo de la infraestructura carretera del país, con la participación del sector privado.
- BBVA Bancomer estructuró el refinanciamiento de siete plantas generadoras de energía para Iberdrola México, con lo que proporcionó apoyo a dicha empresa para lograr su consolidación como la principal inversionista privada en el sector eléctrico y a posicionarse como el mayor productor eléctrico en el país, sólo detrás de la Comisión Federal de Electricidad. Así, BBVA Bancomer apoya la generación de energía eléctrica en México.

En junio de 2007 BBVA Bancomer obtuvo un reconocimiento en la revista *Trade Finance* (Euromoney), por el financiamiento de 54 millones de dólares para la construcción de una plataforma sumergible para la exploración de zonas petroleras y de extracción de petróleo.

Todos estos son ejemplos de la forma en que el Grupo BBVA Bancomer contribuye de manera determinante al desarrollo de proyectos que den certeza y viabilidad al progreso del país.

Foto: Cuartoscuro



TERMINAL 2 DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO

ESTRATEGIA PARA UN MEJOR FUTURO DE LOS CIUDADANOS: PROMOCIÓN EDUCATIVA, SOCIAL Y CULTURAL A TRAVÉS DE FUNDACIÓN BBVA BANCOMER

Como ha quedado asentado a lo largo de todo este informe, el Grupo Financiero BBVA Bancomer mantiene una acción constante en respuesta a su compromiso de Responsabilidad Social. En la Fundación BBVA Bancomer se concentra la estrategia del Grupo en apoyo del desarrollo de su entorno, lo que los miembros del corporativo entienden como sus Grupos de Interés Indirecto: la comunidad.

La Fundación BBVA Bancomer es una asociación civil de carácter no lucrativo, que refleja la voluntad del Grupo Financiero BBVA Bancomer por proveer, procurar y canalizar recursos para apoyar programas de desarrollo y asistencia social, cultural y educativa. Se busca que estos programas ofrezcan oportunidades de avance sustentable para la población, y coadyuven a la construcción de una sociedad más equitativa y justa en beneficio de los mexicanos. Como principio fundamental, la actividad de la Fundación involucra a toda la comunidad BBVA Bancomer.

La Fundación cuenta con un Consejo Directivo integrado por 17 Consejeros. La estructura se compone de cuatro áreas: Programas de Desarrollo Social, Bancomer en la Educación, Voluntariado y Fomento Cultural.

Las actividades de la Fundación surgieron de la acción filantrópica y social del Grupo llevada a cabo desde años atrás. Sin embargo, actualmente se han fortalecido y rediseñado con una estrategia integral y de largo plazo, la cual involucra a toda la comunidad BBVA Bancomer, así como a los vínculos del Grupo BBVA global.

Los orígenes institucionales de la Fundación se remontan a 1984, cuando se formó el Voluntariado Bancomer, despegando en el Banco una política institucional de servicio a la comunidad. En 1991, ya estando el Banco nuevamente bajo propiedad privada, se creó la Fundación Cultural Bancomer, con el objeto de promover y difundir el arte y la cultura del país. Con la Fundación Cultural el compromiso de servicio a la comunidad se hizo irrecusable.

En 1996 se dio un paso adelante en el apoyo a la comunidad y nació Bancomer en la Educación, para enfocar la acción social a la contribución en la solución de los problemas educativos del país.

En el año 2000 se constituyó Fundación BBVA Bancomer para integrar a los tres programas y generar sinergias que fortalecieran sus acciones y multiplicaran sus resultados.

Actualmente la Fundación cuenta con un equipo profesional y capaz que, con un firme compromiso social, da vida a los proyectos de la Institución a favor de la comunidad. Algunos de sus principales proyectos son: los Programas de Desarrollo Social, Bancomer en la Educación, Voluntariado Bancomer y Fomento Cultural. En el 2006 el presupuesto de la Fundación ascendió a casi 71 millones de pesos. A continuación se describen las principales actividades de la fundación.

PROGRAMAS DE DESARROLLO SOCIAL: PROGRAMA BECAS DE INTEGRACIÓN “POR LOS QUE SE QUEDAN”

La migración de mexicanos, principalmente hacia los Estados Unidos y Canadá, es uno de los fenómenos más relevantes de las últimas décadas para aquellas dos nacio-



BBVA Bancomer

Miles de mexicanos cruzan la frontera dejando aquí a sus familias.

Bancomer, a través de **Fundación BBVA Bancomer**, interesado en apoyar la educación en México, ha desarrollado el Programa de Becas de Integración "Por los que se quedan".

Porque pensamos que el camino para alcanzar un mejor futuro es la educación.

Cumplir 75 años es muy bueno, pero celebrarlo apoyando la educación en México, es mucho mejor.

Programa Becas de Integración
Por los que se quedan
Fundación BBVA Bancomer

75 años adelante.

nes y para nuestro país. Actualmente residen en Estados Unidos alrededor de 10 millones de personas nacidas en México. Se estima que del flujo migratorio, cada año permanece medio millón de mexicanos en aquel país.

La migración ha permitido ampliar las oportunidades económicas y laborales de muchos mexicanos, y ha contribuido a generar fuentes de ingreso adicionales para las comunidades de origen de los migrantes. No obstante, también es un fenómeno que drena al país de trabajadores valiosos y afecta la estabilidad de las comunidades, familias y dependientes de los migrantes. La Fundación busca contribuir a un mejor futuro de estas comunidades procurando uno de los aspectos más importantes: la educación de los jóvenes.

El Programa de Becas de Integración "Por los que se quedan", es un proyecto estratégico de la Fundación y de alto impacto social, que tiene como objetivo general proveer, procurar, invertir recursos y acompañar al estudiante de secundaria de las comunidades de origen de los migrantes, para favorecer su permanencia en la escuela y elevar la calidad de su educación. El programa trabaja bajo los principios de Equidad, Transparencia y Corresponsabilidad.

El programa es resultado de un proceso de investigación y diseño entre Fundación BBVA Bancomer, BBVA Bancomer y la consultoría de Vivian Blair y Asociados llevado a cabo desde diciembre de 2005. El programa inició su fase piloto en el mes de junio de 2006, y se decidió vincular el tema de la educación formal con municipios de origen de los migrantes. Dicha decisión se encuentra fundamentada en las características de las comunidades y en las consecuencias que la migración trae consigo, identificando así un nicho de oportunidad para que Fundación BBVA Bancomer logre un impacto positivo y cualitativo en la mejora de las condiciones de vida en dichas comunidades. Asimismo, la decisión de trabajar con las comunidades de origen de migrantes radica en la importancia que este sector ha significado para el Banco en lo que se refiere a la transferencia de remesas.

El programa consiste en otorgar una beca económica mensual que permita a los alumnos seleccionados y a sus familias contar con recursos económicos complementarios que garanticen la permanencia y continuidad de sus estudios de educación secundaria, orientándola a la excelencia y a la corresponsabilidad de los participantes en el programa. Además del apoyo económico se promueve la participación de diversos actores para acompañar y orientar al becario para que concluya con éxito y excelencia su educación secundaria.

Actualmente el programa se encuentra en una etapa de análisis y sistematización de los aprendizajes obtenidos durante el piloto desarrollado en el ciclo escolar 2006-2007 y las experiencias derivadas del otorgamiento de becas en el año uno, ciclo escolar 2007-2008.

Los objetivos de este programa son:

- Apoyar a los becarios y becarias en los gastos fundamentales para su educación secundaria.
- Garantizar una beca económica y de acompañamiento que asegure continuidad en los estudios y que brinde a los becarios y becarias y a sus familias mayores probabilidades de éxito en el ámbito educativo y personal.
- Implementar el programa en comunidades que cuentan con medianos y altos índices de migración, que sean históricamente expulsoras o de reciente incursión en el tema de expulsión de migrantes.
- Apoyar a familias de migrantes de bajos recursos.

Programa Becas de Integración



Los criterios para la selección de los municipios que participan en el programa son:

- Que cuenten con altos y medianos índices de migración.
- Población entre 15 mil y 100 mil habitantes.
- Presencia de sucursales BBVA Bancomer en la cabecera municipal.
- Que tengan al menos dos escuelas secundarias ya sean generales, técnicas o escuelas telesecundarias (sólo en casos excepcionales) dentro de la cabecera municipal.

El programa involucra a diferentes actores que son fundamentales para garantizar su éxito: Fundación BBVA Bancomer, Becario, los Padrinos y Madrinas, Escuelas, Familias y los Comités Comunitarios Locales.

Los Padrinos y Madrinas son ejecutivos de las sucursales BBVA Bancomer en los municipios seleccionados, que participan en el programa de becas de manera voluntaria. Ellos orientan a los becarios en su desempeño académico, dan seguimiento al desempeño y brindan motivación escolar a los becarios y becarias que les sean asignados.

El Comité Comunitario Local es un grupo de personas que se reúne periódicamente para darle seguimiento y aportar ideas que enriquezcan al Programa. También organiza y realiza eventos en conjunto con Fundación BBVA Bancomer para los becarios. El Comité está formado por directores de escuelas secundarias, el director de la sucursal Bancomer del municipio, padres de familias (de preferencia de algún becario o becaria), líderes de la sociedad civil y promotores comunitarios.

A los becarios se les exige tener un promedio mínimo de 8.5 y preferentemente ser hijos de migrantes. Los requisitos para mantener la beca son: acreditar todas sus materias, mantener o elevar el promedio mínimo de 8.5, y permanecer inscrito en alguna secundaria vinculada al programa. También tiene que reportar calificaciones, asistencia y gastos con padrinos y madrinas de manera bimestral y participar en actividades complementarias.

El uso de la beca podrá ser destinado, principalmente, para gastos relacionados con la educación o con la escuela. Otro porcentaje de la beca económica puede destinarse a gastos secundarios en cuatro rubros secundarios generales (se les recomienda que no gasten más de \$300 pesos al mes en los rubros secundarios).

Rubro Principal: Educación, Escuela.

Rubros Secundarios: Salud, Apoyo al hogar, Ahorro, Actividades recreativas.

El becario(a) tiene como responsabilidad visitar a su padrino o madrina cada bimestre y llevarle dos copias de sus calificaciones y asistencias con el sello de la escuela, la boleta de calificaciones y el reporte de asistencias. También debe entregar bimestralmente su reporte de gastos, participar en las actividades complementarias a lo largo del ciclo escolar, cursar todos los grados de secundaria sin reprobar, mantener un buen comportamiento y cumplir con el reglamento interno de su escuela.

Para renovar la beca al término de cada ciclo escolar el becario(a) deberá asistir a la sucursal Bancomer con su padrino o madrina, presentar original y copia de la boleta final del último grado cursado y la constancia de reinscripción al siguiente ciclo escolar.

La cobertura del programa en el ciclo escolar 2007-2008 permitió tener presencia en 70 municipios de los estados de México, Nayarit, Guanajuato, Puebla, Jalisco, San Luis Potosí, Michoacán, Veracruz, Morelos y Zacatecas.

El programa ha identificado posibles multiplicadores en las comunidades que permiten la consolidación del programa, principalmente con Promotores Comunitarios,

el Comité Comunitario Local, y los Padrinos y Madrinas. También se han establecido mecanismos de seguimiento, evaluación y monitoreo del programa.

El programa prevé y fomenta el involucramiento de BBVA Bancomer a través de instancias de participación tales como el Comité Corporativo, Padrinos Corporativos, Padrinos en las comunidades, Proyecto de Padrinos a Distancia. El Voluntariado promueve y desarrolla este programa de becas para fomentar una verdadera corresponsabilidad de los directivos corporativos, directores de sucursal y ejecutivos del banco con las comunidades y sus grupos involucrados. Esto constituye un ejercicio de ciudadanía desde un espacio ciudadano de puesta en práctica de los valores del grupo financiero.

El impacto que tendrá este programa en el futuro de los becarios es incuestionable. Sin embargo, su verdadero alcance es amplio, ya que en cada becario lleva un efecto multiplicador a sus comunidades. Con ello se contribuye a la construcción de un mejor futuro.

BECAS DE INTEGRACIÓN

Es una beca económica y de acompañamiento. Esta beca contribuye a que de manera integral se impulse el desarrollo del becario hacia el éxito en el ámbito educativo y personal. La Beca de Integración consta de mil pesos mensuales durante los diez meses del ciclo escolar (septiembre-junio), con

- Posibilidad de extenderse durante los tres años de educación secundaria.
- Acompañamiento de Padrinos y Madrinas (Ejecutivos de sucursal BBVA Bancomer).
- Por medio de una tarjeta bancaria los becarios podrán hacer el retiro de la beca en los cajeros automáticos de Bancomer.

ALCANCES A 2008 Y COBERTURA

Programa Piloto, ciclo escolar 2006-2007

Becas de Integración "Por los que se quedan" otorgadas: 600

Empleados Bancomer involucrados como Padrinos y Madrinas: 36

Sucursales Bancomer participantes: 8

Municipios seleccionados: 6

Estados de la República Mexicana seleccionados: 3

Alcances del programa, ciclo escolar 2007-2008

Becas de Integración "Por los que se quedan" a entregarse: 5 mil

Empleados Bancomer involucrados como Padrinos y Madrinas: 342

Sucursales Bancomer participantes: 77

Municipios seleccionados: 70

Estados de la República Mexicana seleccionados: 10



BANCOMER EN LA EDUCACIÓN

En 1996 fue creado “Bancomer en la Educación”, como un programa de alta repercusión social para impulsar la formación de niños y jóvenes mexicanos, futuro capital humano en el país. Este programa ayudó a que la sociedad identificara a la Institución como el “Banco de la Educación”, por su aportación desinteresada en favor de la educación de la niñez.

Bancomer en la Educación ha contado con varios proyectos y canales. Los principales han sido la realización de concursos temáticos y la entrega de álbumes de alto contenido educativo, Becas de la Olimpiada del Conocimiento Infantil (OCI), Becas Prep@Net, Becas Bancomer-ITESM, Becas Bancomer-Fundemex-Conalep, Becas Tec Milenio-Fundación Bancomer, Programa Educativo de Prevención Escolar, Programa de Educación Ambiental con PRONATURA y CICEANA, Apoyo a las Ciencias-Mad Science, Proyecto Contingente de Apoyo en Desastres Naturales, y la participación en la Ruta Quetzal BBVA.

La actividad principal del programa entre 1997 y 2000 fue la realización de concursos de dibujo, composición y proyectos, y la entrega gratuita de álbumes de contenido educativo para alumnos y maestros de primaria, sobre temas de interés nacional, en los que hubo más de 500 mil participantes, con más de 400 alumnos y maestros ganadores y premios para cerca de 3 mil escuelas beneficiando a alrededor de 2 millones de estudiantes y profesores. A partir de estas experiencias las acciones y los programas de orientación educativa y pedagógica se han multiplicado tanto en número como en calidad.

Número de becas y monto otorgadas por la Fundación Bancomer

NIVEL	BECAS OTORGADAS	MONTO EN MILLONES DE PESOS
Licenciatura ITESM	150	55
Preparatoria ITESM	300	12
Prepanet ITESM	750	5.5
Preparatoria Tec Milenio	130	5.5
Bachillerato Conalep	160	2
Secundaria y Preparatoria OCI	2,750	84.3
De Primaria a Maestría según Concurso	50 (47 alumnos y 3 profesores)	6
Total	4,290	170.5

OLIMPIADA DEL CONOCIMIENTO INFANTIL

Esta olimpiada es un concurso de conocimientos para alumnos de 6° grado de primaria de todas las escuelas en el país. El concurso lo organiza y lleva a cabo la Secretaría de Educación Pública (SEP) anualmente desde 1960, a nivel nacional. Los premios consisten en planes de becas administrados por Fundación BBVA Bancomer.

Existen premios para cada entidad federativa, por volumen de alumnos y tipo de escuela (urbana, rural, indígena, Conafe y particular). Los ganadores reciben reconocimientos diversos de las autoridades educativas y gobiernos estatales, y la SEP los premia con un viaje a la ciudad de México, que incluye visitas educativas y de esparcimiento, así como una recepción por el presidente de la República. Los principales funcionarios de BBVA Bancomer los reciben en el Centro Bancomer para entregarles sus becas.

El Plan de Becas para los 550 ganadores de cada año consiste en mil pesos mensuales, durante diez meses por cada curso escolar, hasta por tres años de secundaria. Para los diez mejores becarios de secundaria de cada generación hay una ampliación de la beca por 1,200 pesos hasta por tres años de bachillerato o equivalente.

Para efectos de seguimiento a cada becario se le nombra un “Padrino” o “Madrina”, el cual es el director de la sucursal BBVA Bancomer en la que tendrá asignada su cuenta para el depósito de la beca. Padrinos y Madrinan dan motivación y seguimiento al desempeño académico del becario. El becario tiene el compromiso de mantener un promedio mínimo anual de 8.5 a 9.0, si provienen de escuelas rurales e indígenas o urbanas y particulares, respectivamente, continuar sin interrupción los estudios y mantener buena conducta.

La duración del programa ha sido de cinco generaciones (2002 a 2006), que abarcan 2,750 becas. El compromiso concluye en 2012, término de las últimas becas de preparatoria que se otorgarán en 2009.

De 2002 a 2006 se ha becado a cinco generaciones de ganadores de la Olimpiada, con 2,823 becas para secundaria, que incluyen 73 becas adicionales aportadas por Con-



sejeros Regionales de BBVA Bancomer, y 20 becas para preparatoria. La inversión a 2007 ha sido de 81.3 millones de pesos. En 2007 se renovará el convenio con la SEP para crecer de 550 a mil becas anuales.

PROGRAMA PREP@NET

Prep@Net consiste en una dotación de becas conjuntas con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) para preparatoria en línea para jóvenes y adultos de escasos recursos y con restricciones para estudiar en un sistema tradicional. La asesoría y tutoría la lleva a cabo el ITESM. Entre 2006 y 2007 se otorgaron 746 becas, y se planea llegar a mil becas a enero del 2008.

BECA BANCOMER-ITESM

En 2001 se firmó el convenio entre BBVA Bancomer y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) para un programa de becas conjuntas para estudios de preparatoria y licenciatura. El programa consiste en apoyo a cinco generaciones, que comprenden de 2001 a 2010. Las becas se otorgan a estudiantes de alto rendimiento académico y amplias necesidades económicas. El monto de las becas para preparatoria es por el equivalente a 33% de las colegiaturas y en el caso de profesional de 67%; el monto restante lo otorga el ITESM.

En un periodo de cinco años se han otorgado 300 becas para preparatoria y 150 para profesional.

En 2007 se firmó nuevo convenio con el ITESM para otorgar 130 becas de bachillerato en la Universidad Tec Milenio, ligadas con el ITESM, para becarios de la Olimpiada del Conocimiento Infantil.

BECAS FUNDACIÓN BANCOMER-FUNDEMEX

Las becas Bancomer-Fundemex son un acuerdo con la Fundación del Empresariado en México, A.C. (Fundemex) para otorgar 160 becas para bachillerato tecnológico a

estudiantes de excelencia de bachillerato técnico-profesional del Colegio Nacional de Educación Profesional (Conalep) en 28 estados del país. Al término del bachillerato los becarios podrán ser candidatos a trabajar en empresas de BBVA Bancomer.

PROGRAMA EDUCATIVO DE PREVENCIÓN ESCOLAR

El programa Educativo de Prevención Escolar inició en 2003 con el fin de prevenir adicciones, y está dirigido a niños de escuelas públicas de educación básica. El programa se desarrolló con expertos de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) de España y la Secretaría de Educación Pública (SEP) de México. En 2006-2007 se inició una prueba piloto en 100 escuelas de preescolar y parcialmente en 4,800 primarias y secundarias del D.F. En el ciclo 2007-2008 se llevará a 100% de las escuelas públicas de educación básica del D.F., beneficiando a cerca de 1.4 millones de niños.

El programa incluyó el diseño e impresión de material para maestros, alumnos y padres de familia, así como la capacitación de instructores, compartiendo gastos con la SEP. Se llevará a cabo el Programa a otras entidades del país.

PROGRAMA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL

Para BBVA Bancomer un área fundamental de los programas educativos es la educación ambiental. En 2002 se celebró un convenio con Pronatura, A.C., el Gobierno del Distrito Federal y la Universidad Nacional Autónoma de México para apoyar el reacondicionamiento y operación de un centro de investigación ecológica y de educación ambiental. El centro está instalado en el "Parque Ecológico de la Ciudad de México Ajusco Medio", que forma parte del bosque del Ajusco, al sur de la ciudad de México. El parque es uno de los "pulmones" de esta ciudad e importante "filtro" de mantos acuíferos de esta capital.

Pronatura, A. C. administra, resguarda y opera el parque, recibiendo recursos de la Fundación BBVA Bancomer, de acuerdo a proyectos anuales para aulas, talleres, laboratorios, senderos didácticos, viveros y mariposario; y becas de educación ambiental para alumnos de educación básica de escuelas públicas. El objetivo principal es apoyar la preparación y conciencia ecológica de niños y adolescentes, así como el cuidado de una zona natural protegida, valiosa para el D.F. y el estudio científico.

Como resultado, se han registrado las visitas al centro de educación ambiental de más de 17 mil alumnos, además de que se han otorgado 7 mil becas anuales para cursos de educación ambiental para alumnos de escuelas públicas. Por otra parte, se han reforestado 200 hectáreas de terreno, con un beneficio anual estimado en mantos acuíferos de 5 millones de metros cúbicos de agua.

PROGRAMA DE DESARROLLO SUSTENTABLE CON CICEANA

Desde 2004, BBVA Bancomer apoya al Centro de Información y Comunicación Ambiental de Norteamérica (CICEANA), dedicado a ofrecer orientación y preparación a niños, jóvenes y adultos para el desarrollo ecológico sustentable. Las actividades se realizan en los Viveros de Coyoacán, del D.F., en donde desarrollan diversos talleres, dinámicas pedagógicas y de difusión de conocimientos ambientales. En 2006 se otorgaron 1,200 becas para talleres de educación ambiental, y en 2007 se otorgan 4 mil.

APOYO A LAS CIENCIAS-MAD SCIENCE

BBVA Bancomer realizó, en 2003, un convenio con Mad Science, franquicia canadiense dedicada al “edu-entretenimiento”. Las actividades derivadas de este convenio consisten en talleres, obras y shows, realizados por jóvenes científicos y egresados universitarios, para motivar el interés de niños y adolescentes en las ciencias y la tecnología, de manera divertida. Los eventos se realizan en museos, teatros e instituciones educativas de diferentes ciudades del país, igualmente se realizaron “Ferias de Ciencias” en escuelas primarias y secundarias públicas del D.F., con contenido aprobado por la SEP.

PROGRAMA DE APOYO EN DESASTRES NATURALES

Es un programa eventual que consiste en el otorgamiento de apoyos educativos para la población afectada por calamidades naturales (huracanes, ciclones, tornados, terremotos, inundaciones). Algunas de las acciones realizadas han sido “Becas de sostenimiento” por un año escolar, para evitar la deserción escolar de alumnos de educación básica. También se han dado apoyos para la adquisición de mobiliario y equipo para escuelas afectadas. En 2002, en Yucatán, después del huracán Isidoro, se otorgaron mil becas y donaron 200 computadoras. En 2003 se otorgaron 500 becas y 100 computadoras en Nayarit, después del huracán Kena. También se proporciona ayuda humanitaria básica con un plan coordinado con la Cruz Roja Mexicana para proporcionar despensas con alimentos y recolección de víveres y otros artículos de primera necesidad a través de centros de acopio, asimismo, se captan donativos para las etapas de reconstrucción.

Con estos programas, el Grupo está consciente de que incitando a los individuos más jóvenes de la comunidad a ampliar su experiencia de conocimiento, contribuirá a la constitución de una comunidad más libre y equitativa.

VOLUNTARIADO BANCOMER

El Voluntariado Bancomer es un espacio de participación que involucra a un entorno ampliado de la gente del Grupo, además de ser componente importante para implementar la estrategia de acción social de la Fundación. El Voluntariado Bancomer fomenta el aprendizaje de oficios que tengan aplicación en el terreno productivo para personas de escasos recursos.

Tiene como objetivo colaborar en actividades de desarrollo y asistencia social que redunden en beneficio de dichas comunidades.

A partir de 1992 el Voluntariado inició su expansión geográfica con 24 Centros Educativos Integrales en distintos estados de la República.

Entre las actividades de los Centros se encuentran la alfabetización de adultos, educación primaria, secundaria y preparatoria, talleres de oficios y manualidades. En los Centros se apoya anualmente a más de 3,400 adultos y a 580 niños a través de ludotecas.

Otros proyectos relevantes son el convenio de colaboración con CDI (Comité para la Democratización de la Información)-Microsoft, así como Pro-Empleo. El Proyecto Microsoft-CDI es un convenio entre Bancomer, Microsoft y CDI para la instalación de Escuelas de Informática y Ciudadanía (EIC), con el fin de impartir clases de computación a niños y adultos en los Centros del Voluntariado. Por su parte, el Programa Bancomer Pro-Empleo tiene por objeto dar capacitación para la creación de Microempresas.

De este modo, el Voluntariado es un canal efectivo e indispensable entre el Grupo y su política de acción comunitaria.



BBVA Fundación Bancomer

Bazar Navideño 2007

Con tu ayuda...

El sueño de Lupita y Lilia se ha hecho realidad, terminaron su curso de corte y confección y ya montaron su taller.

Con tus compras será posible seguir ayudando a los 24 Centros del Voluntariado BBVA Bancomer ubicados en el país, los que apoyan a personas de escasos recursos para que adquieran habilidades que les permitan tener una mejor calidad de vida.

Asiste al Bazar Navideño en compañía de tus familiares y amigos, compra todos tus regalos de temporada a un precio muy atractivo y con diferentes opciones de pago.

Centro Bancomer
Del 30 de noviembre al 9 de diciembre.
Lunes a viernes de 14:00 a 20:00 hrs.
Sábados y domingos de 10:00 a 19:00 hrs.

FOMENTO CULTURAL

México es un país de una amplia riqueza cultural. Por ello, una de las áreas relevantes de participación de BBVA Bancomer en su entorno es la promoción de la cultura y las artes. Fomento Cultural busca darle a un público general el contacto directo con selecciones cuidadosas de manifestaciones artísticas, contribuyendo así a despertar el interés de nuevos públicos.

Los orígenes de Fomento Cultural están en 1990, cuando se creó la Fundación Cultural Bancomer, y desde entonces hasta la fecha ha llevado a cabo un gran número de acciones a favor de la promoción de la cultura y las artes, en beneficio directo de la comunidad.

Fomento Cultural creó el Salón de Arte Bancomer en 1995 para promover y difundir las artes visuales en México. Desde su inicio, el Salón de Arte recorría distintas sedes culturales al interior del país, incluido el Museo de Arte Moderno. Un aspecto importante es que ha buscado ser espacio de divulgación y encuentro entre artistas de amplia trayectoria y artistas emergentes, así como estar abierto a los nuevos medios de expresión artística.

Desde 1998 el área de Fomento Cultural, a través del programa Fondo de Apoyo a las Artes, se ha consolidado como una plataforma de promoción otorgando apoyos económicos en todas las disciplinas artísticas: artes escénicas, artes visuales, arte en medios y publicaciones. Además, anualmente es responsable de generar, coordinar y cuidar la edición del libro institucional que publica el Grupo BBVA Bancomer. Con cada título se refrenda el compromiso de difundir y conservar los valores del legado cultural de México y el mundo. Entre ellos destacan: *El Repertorio de Artistas en México* (tomos I, II, III) de Guillermo Tovar y de Teresa, *Viendo Visiones* de Carlos Fuentes, *La Presencia del Pasado* de Enrique Krauze e *Imágenes de la Tradición Viva* de Carlos Monsiváis, entre otros.

Como custodio de las Colecciones de Bancomer y Fundación BBVA Bancomer, Fomento Cultural cuenta con un Sistema de Información que le permite llevar el control,



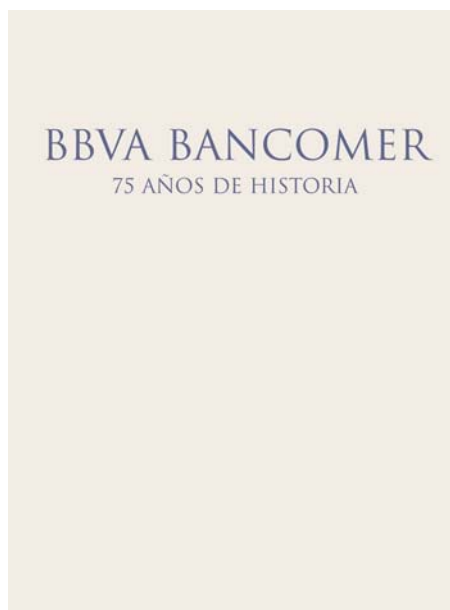
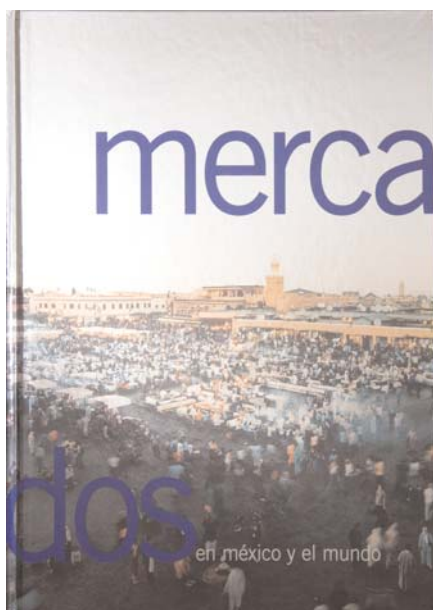
© Angélica Abigail

Beca de Arte

Fundación BBVA Bancomer – British Council
Beca para estudio de posgrado en el Reino Unido con duración máxima de un año, financiada por la Fundación BBVA Bancomer y el British Council

 **BRITISH COUNCIL**

 **BBVA Fundación Bancomer**



cuidado y manejo adecuados de este patrimonio artístico. El sistema cuenta con datos sobre la trayectoria de los autores, fichas técnicas de la obra y ubicación, entre otros.

La actividad de Fomento Cultural es sin duda una rúbrica en la imagen del Grupo. No obstante, la Fundación desarrolla una labor única al incitar de forma innovadora a nuevos públicos a la apreciación de la cultura y las artes.

FOMENTO CULTURAL

Programa Fondo de Apoyo a las Artes

De enero de 2006 a noviembre de 2007 se apoyaron 60 proyectos en todas las disciplinas artísticas. Entre ellos destaca el lanzamiento del Primer Premio a Comunidades Transnacionales. Este premio está dirigido a las comunidades digitales que utilizan de modo creativo e innovador las herramientas tecnológicas y conceptuales disponibles en red para desarrollar proyectos artísticos, culturales y sociales que amplíen los canales de comunicación e interacción comunitarios, dando lugar a espacios en los que se comparten prácticas e historias.

Proyectos editoriales

2006 *Mercados de México y el Mundo*.

2007 *Bancomer, 75 años de historia*, de Gustavo del Ángel Mobarak.

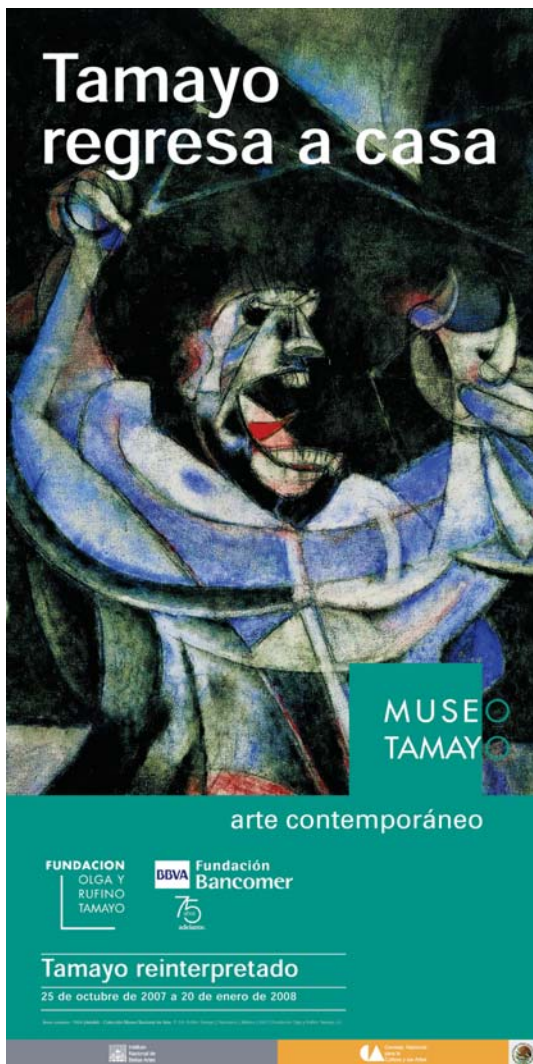
Exposición “Cuatro Siglos de Pintura Europea en la Colección BBVA” siglos XV al XVIII

La muestra inició las celebraciones en México por el 150 aniversario de BBVA y el 75 aniversario de BBVA Bancomer, presentándose en el Museo del Palacio de Bellas Artes de la ciudad de México, del



Cuatro Siglos de Pintura Europea en la Colección BBVA Siglos XV al XVIII





22 de marzo al 13 de mayo de 2007, con una asistencia de más de 90 mil personas.

Concurso Nacional de Fotografía Cuartoscuro-Fundación BBVA Bancomer, bajo el tema “La migración”

Se contó con la participación de 320 trabajos, provenientes de 24 estados de la República Mexicana. Los ganadores del certamen, así como las 50 fotografías finalistas, fueron seleccionadas por un reconocido jurado para conformar una muestra que se exhibirá en distintas sedes, como la Fototeca de Zacatecas y la Casa de Cultura de Morelia.

Beca de Arte Fundación BBVA Bancomer-British Council

En 2007 se envió al cuarto becario y se lanzó la quinta convocatoria para cursar estudios de posgrado, con duración máxima de un año, en el Reino Unido. Áreas prioritarias: Educación y las Artes, Curaduría de Arte Contemporáneo, Administración de las Artes y Periodismo cultural.

Tamayo Reinterpretado

(25 de octubre de 2007 al 20 de enero de 2008)

En colaboración con la Fundación Olga y Rufino Tamayo, la Fundación presentará en el Museo Tamayo de Arte Contemporáneo esta muestra integrada por cerca de 100 pinturas creadas por el artista a lo largo de más de 70 años de trabajo ininterrumpido. Las obras provienen de colecciones privadas y de instituciones de todo el mundo, incluyendo lienzos que no han sido expuestos en décadas.

Arte Latinoamericano en la Colección BBVA

(20 de septiembre a 9 de diciembre de 2007)

Conscientes de la importancia que significa promover el intercambio cultural entre países, se trasladaron 12 obras de arte, pertenecientes a la colección de BBVA Bancomer, para ser expuestas en el Palacio del Marqués de Salamanca en Madrid, España. Entre ellas se encuentran tres piezas de los artistas Gerardo Murillo Dr. Atl, David Alfaro Siqueiros y Diego Rivera, consideradas monumento artístico de la nación.

Actividades culturales para empleados

Mediante este programa se invita a los empleados para que asistan de forma gratuita con sus familiares a funciones de teatro, conciertos y visitas guiadas a museos.

Dentro de estas mismas actividades, en noviembre Fomento Cultural realiza el montaje de ofrendas de muertos, integradas por piezas provenientes de las colecciones del Museo Dolores Olmedo en 2006, y del Museo de Arte Popular en 2007, además de lanzar una convocatoria nacional para un concurso anual de calaveras.

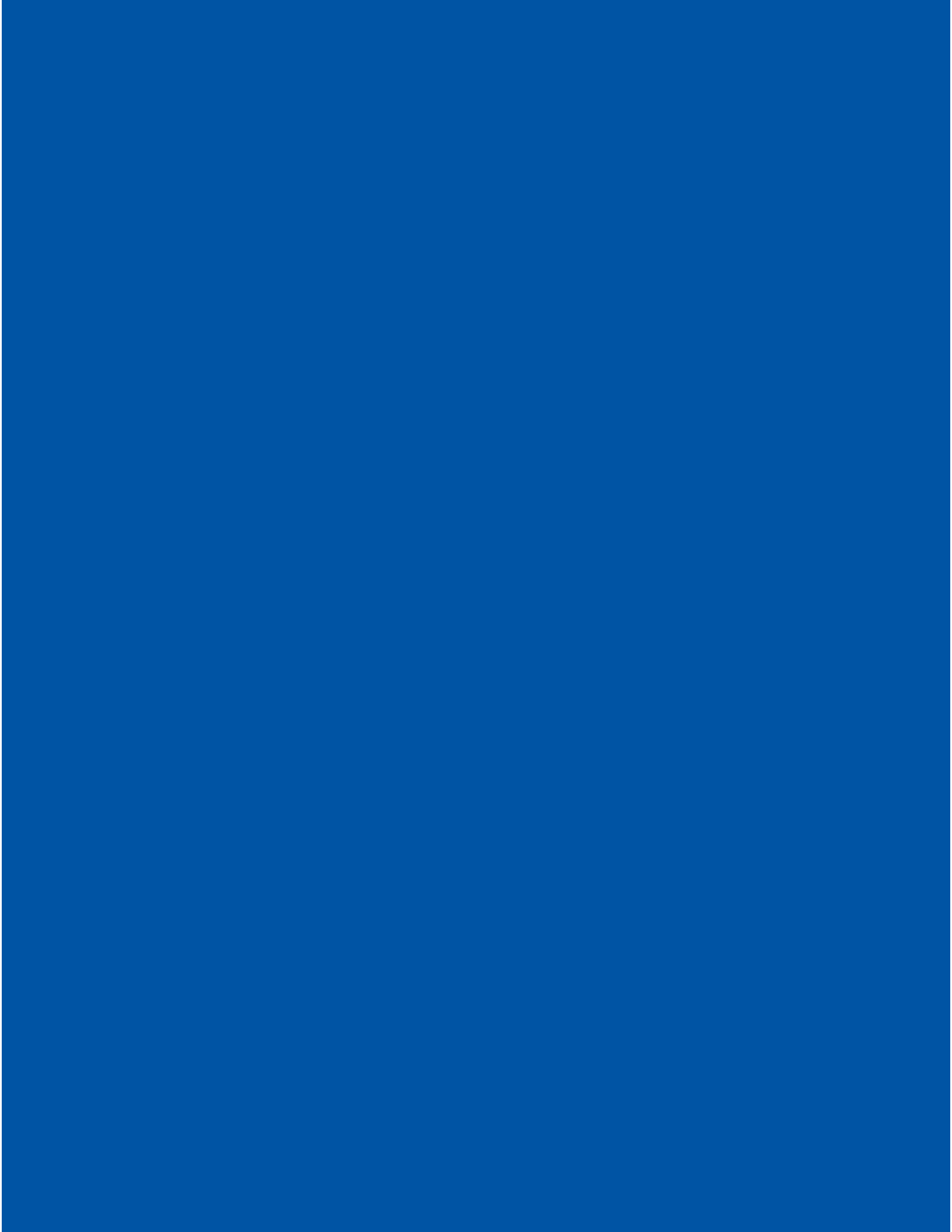
COMENTARIOS FINALES

El Grupo Financiero BBVA Bancomer entiende su Responsabilidad Social Corporativa como uno de los fundamentos de su actividad. A lo largo de su historia, ha sido un compromiso prioritario al que ha respondido con profunda convicción, hasta convertirla en uno de los ejes de su Cultura Corporativa.

En este informe se han presentado, de forma breve y esquemática, los principales conceptos, decisiones y acciones que testimonian la manera en que el Grupo ha respondido y responde a su compromiso social.

Dentro del Grupo hay una conciencia de que queda trabajo por hacer y de que el futuro presentará nuevos retos. Como toda entidad viva, BBVA Bancomer se transforma día con día en la búsqueda de sus objetivos. Es una labor de superación constante, que comprende a todos sus miembros y se expresa en su presencia y acción cotidiana en la realidad mexicana.

Un esfuerzo animado por la conciencia de su responsabilidad social y por la confianza en un futuro mejor.



COORDINACIÓN PROYECTO EDITORIAL

Área de Fomento Cultural
Fundación BBVA Bancomer
www.fundacionbbvabancomer.org.mx
<http://www.fundacionbbvabancomer.org.mx>

ASESORES EXTERNOS

Dr. Gustavo A. Del Ángel Mobarak
Dra. Renata Herrerías Franco

Para cualquier tipo de opinión, duda o sugerencia sobre la información de este informe, se ruega contactar con:

Área de Responsabilidad y Reputación Corporativas
Ave. Universidad #1200 Col. Xoco, México, D.F. 03330
Tel.:+ 52 55 56 21 00 81
www.bancomer.com
<http://www.bancomer.com>

