



INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

BBVA Bancomer
2008



	3	PERFIL DEL GRUPO
	5	ALCANCE DEL INFORME
	6	ESTRUCTURA OPERATIVA
	7	CIFRAS ECONÓMICAS
	9	CARTA DEL PRESIDENTE
	11	PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVAS <ul style="list-style-type: none"> • Principios de responsabilidad y reputación corporativas • Comité de responsabilidad y reputación corporativas • Código de conducta • Gobierno corporativo
	19	PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS
TEMAS RELEVANTES	22	ORIENTACIÓN AL CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> • Calidad, satisfacción y atención al cliente • Unidad Especializada (UNE) • Accesibilidad a servicios financieros • Acciones de publicidad e imagen corporativa responsables
	26	INCLUSIÓN FINANCIERA <ul style="list-style-type: none"> • Programa de educación financiera • Plan de bancarización
	31	FINANZAS RESPONSABLES <ul style="list-style-type: none"> • Prevención del lavado de dinero y de la financiación de las actividades terroristas
	32	PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES <ul style="list-style-type: none"> • Tarjeta "De Paisano a Paisano" • Tarjeta de ahorro <i>Winner Card</i> • Tarjetas prepagadas
	34	GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS <ul style="list-style-type: none"> • Perfil de los empleados • Empleo y selección • Valoración, desarrollo profesional y compensación • Formación y gestión del conocimiento • Comunicación interna • Clima laboral • Beneficios sociales y otras iniciativas • Reconocimiento a empleados • Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos • Salud y seguridad laboral
	52	COMPRAS RESPONSABLES <ul style="list-style-type: none"> • Política y modelo corporativo de compras • Concursos y asignación de pedidos y servicios • Comisiones de compras • Alta, seguimiento y homologación de proveedores • Plan de sustentabilidad de proveedores
	55	GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO <ul style="list-style-type: none"> • Política medioambiental y Sistema de gestión ambiental • Impactos directos: Plan global de ecoeficiencia 2008-2012
	60	COMPROMISO CON LA SOCIEDAD <ul style="list-style-type: none"> • <i>Bancomer</i> en la educación • Voluntariado • Fomento cultural • Programas de desarrollo social
	69	CRITERIOS DEL INFORME <ul style="list-style-type: none"> • Perfil, alcance, relevancia, materialidad y cobertura de la memoria • Referencias básicas y estándares internacionales • Rigor y verificación
	70	AUDITORÍA
	72	INDICADORES GRI
	82	PREMIOS Y DISTINCIONES
	83	DATOS DE CONTACTO
	83	DATOS ADICIONALES (consultoría, diseño, impresión/producción)

PERFIL DEL GRUPO

GRUPO FINANCIERO BBVA BANCOMER ES UNA DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS MÁS IMPORTANTES DE MÉXICO EN LOS NEGOCIOS DE BANCA MÚLTIPLE, FONDOS DE PENSIÓN, FONDOS DE INVERSIÓN, SEGUROS Y ENVÍOS DE DINERO.

Su principal actividad la realiza a través de BBVA Bancomer, subsidiaria bancaria **líder en México en términos de activos, depósitos, cartera de crédito y número de sucursales**, cuyo modelo de negocios consiste en una distribución segmentada por tipo de cliente con una filosofía de control de riesgo y un objetivo de crecimiento y rentabilidad a largo plazo.

Con el ánimo de mejorar el futuro de las personas, ofrecemos a nuestra clientela una relación de beneficio mutuo, servicio proactivo, asesoramiento y soluciones integrales.

El Grupo es una empresa controladora filial de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), uno de los grupos financieros líderes en todo el mundo.

BBVA Bancomer es una entidad financiera con sede y operaciones en México, que pertenece al Grupo BBVA. Es una Institución fundada en 1932, que por su exitoso desempeño y actuación responsable se ha convertido en uno de los pilares de la vida económica y financiera de México. Desde el año 2000 pertenece al Grupo BBVA.

ir al índice

Estructura del Grupo



Nuestro desarrollo se funda en el cumplimiento de nuestra misión, que se resume en cuatro puntos básicos:

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

El cumplimiento de esta misión a lo largo de 77 años ha tenido una importancia creciente en el sector financiero mexicano. En el año 2008 nuestros activos representaron el 24% de los activos totales de la banca mexicana y el 6% del Producto Interno Bruto del país. Además, somos la entidad líder en número de clientes bancarios con más de 15.2 millones de cuentas y el mayor número de sucursales en todo el territorio nacional.

El Banco maneja el 31% de la cartera de crédito y el 27% de la captación total de la Banca mexicana, a través de 1843 sucursales y 5815 cajeros automáticos.

Asociaciones a las que pertenecemos:

- Asociación de Bancos de México (ABM)
- Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI)
- Asociación Mexicana de AFORES (AMAFORE)
- Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)
- Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles (AMIB)
- Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)
- Bolsa Mexicana de Valores (BMV)
- Cámara Nacional de la Industria de la Vivienda (CANADEVI)
- Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
- Fundación del Español Urgente (FUNDÉU)

Organismos reguladores (GOBIERNO) con los cuales colaboramos:

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

Centro BBVA Bancomer.





Alcance del Informe de Responsabilidad Corporativa

El Informe presenta únicamente la información concerniente a BBVA Bancomer correspondiente al ejercicio 2008, excluyendo a la totalidad del Grupo Financiero BBVA Bancomer S.A. de C.V.

La intención de BBVA Bancomer es dar a conocer su desempeño anual en materia económica, social y ambiental, con apego al estándar del Global Reporting Initiative (GRI) y como parte de la Comunicación sobre el Progreso de los Principios de El Pacto Mundial.

El contenido de este informe ha sido verificado por Deloitte.

Con la intención de conocer la opinión de los lectores del presente informe, ponemos a su disposición el correo electrónico:

respsocial@bancomer.com

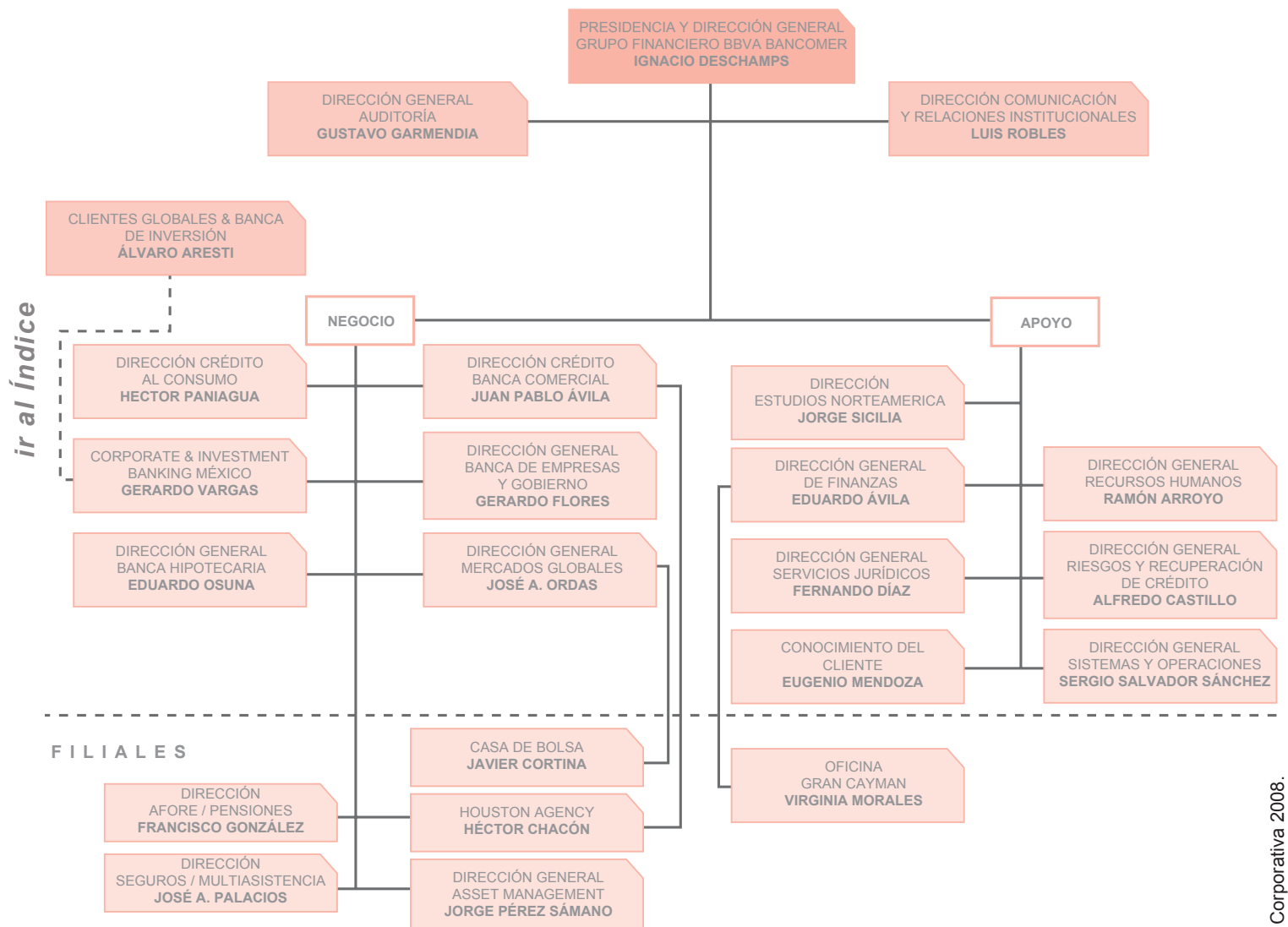
así como la encuesta en línea disponible en la dirección de Internet:

<http://www.bancomer.com.mx/encuesta/informederrc2008.html>

ir al índice

ESTRUCTURA OPERATIVA

GRUPO FINANCIERO BBVA BANCOMER S.A. DE C.V.



CIFRAS ECONÓMICAS

Indicadores generales de la Banca Mexicana

	Dic.07	Dic.08
Total Instituciones Banca Múltiple	40	43
Sucursales totales	9,458	10,354
Personal total empleado	146,587	157,014
Número de cuentas totales de captación	47,876,693	75,113,013
Activos totales de la Banca (mp)*	2,980,349	4,437,794
PIB corriente	11,206,070	12,110,555
Como porcentaje del PIB	26.60	36.64
Cartera total bruta de la Banca (mp)*	1,707,727	1,904,052
Como porcentaje del PIB	15.24	15.72
Captación total (mp)*	1,902,666	2,242,353

Fuente: Elaboración interna con información de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores

*mp: millones de pesos

Relevancia de BBVA Bancomer en la economía mexicana

	Dic.07	Dic.08
Activo Total Negocio Bancario Bancomer (mp)	1,056,616	1,164,411
Participación del Activo de Negocio Bancario en la Banca Mexicana	23.98	26.38
Manejo de recursos del público: Captación Tradicional como porcentaje del Activo total del Negocio Bancario	45.10	47.68

Fuente: Informe Trimestral de resultados del Grupo Financiero BBVA Bancomer, Balance General de Negocio Bancario. Para la participación la fuente es CNBV.

Fuente: Para la participación del activo: elaboración interna con información de la CNBV.

Indicadores

Millones de pesos		Valor económico añadido (EVA) detalle por grupo de interés.	
		2007	2008
Accionistas	Dividendos	15,879	18,691
Empleados	Gastos de personal	13,738	13,883
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	38,111	45,923
Proveedores	Otros gastos generales de administración ⁽²⁾	11,511	12,606
Sociedad	Impuestos sobre beneficios:	9,771	6,190
	Contribuciones a la comunidad: recursos destinados	89,010	97,293
Valor económico añadido (EVA)			
		Valor económico generado y distribuido	
		2007	2008
Millones de pesos			
Valor económico generado (VEG)		79,004	88,709
	Margen de intermediación	53,740	62,774
	Comisiones netas	22,005	21,615
	Actividad de seguros	n.a.	n.a.
	Otros ingresos ordinarios ⁽¹⁾	1,408	2,557
	Otras ganancias y pérdidas netas	1,851	1,763
Valor económico distribuido (VED)		51,027	51,542
	Accionistas: dividendos	15,879	18,691
	Resultado atribuido a la minoría	128	172
	Sueldos y salarios	11,511	12,606
	Sociedad: Impuestos	9,771	6,190
	Empleos: Gastos de personal	13,738	13,883
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)		27,977	37,168
	Provisiones y amortizaciones ⁽²⁾	14,556	26,004
	Reservas	13,421	11,164

(1) Incluye resultados netos por puesta en equivalencia + resultados de operaciones financieras + ventas netas de servicios no financieros + diferencias de cambio

(2) Incluye amortizaciones + saneamiento crediticio y otros saneamientos netos y dotación a provisiones netas

CARTA DEL PRESIDENTE

"NUESTRO ANHELO ES SERVIR CON RESPONSABILIDAD."

Ignacio Deschamps González

Estimados amigos:

El 2008 fue un año de importantes oportunidades para BBVA Bancomer. Oportunidad de innovar al plantearnos nuevas soluciones tanto a nivel del sector público como privado y oportunidad de servir en momentos difíciles, para que los productos y servicios que ofrecemos lleguen a la mayor parte de la población mediante una importante estrategia de bancarización, que busca incrementar nuestra infraestructura bancaria, sucursales, cajeros y terminales punto de venta en comercios.

La crisis económica mundial, producida en primera instancia por la crisis hipotecaria de los Estados Unidos de Norteamérica, nos ha dado la oportunidad de servir responsablemente y fortalecer nuestro liderazgo en el Sistema Financiero Mexicano.

En BBVA Bancomer queremos un México próspero, otorgamos créditos y servicios financieros a toda la población de manera responsable, sin dar marcha atrás a nuestros proyectos de inversión y consolidación financiera a la vez de continuar con nuestra directriz de apoyo educativo mediante el Programa de Becas de Integración **Por los que se quedan**, que sumó 10,600 familias beneficiadas para el período 2008.

Sin embargo, nuestro interés no se detiene ahí, producto de una legítima preocupación por el bienestar del mercado en el que nos desenvolvemos, hemos emprendido el Programa de Educación Financiera **Adelante con tu Futuro**, en donde desarrollamos e impartimos Talleres de Finanzas personales con la intención de que cada vez más mexicanos sean ahorradores consistentes y deudores responsables.

Estamos convencidos de que la bancarización es un proceso exitoso y necesario en todo el país, entre otros motivos, porque el ritmo de incorporación de muchas mexicanas y mexicanos al sistema bancario se ha acelerado





considerablemente de modo que se requieren esfuerzos mayores de educación financiera.

Asimismo, en materia de Responsabilidad Social y Reputación Corporativas, en 2008 creamos un área directiva encargada del tema así como un Comité de Responsabilidad Social en el que confluimos los principales directores del Grupo, y dimos comienzo a un interesante ejercicio de satisfacción de expectativas de nuestros grupos de interés. En este Comité hemos debatido las principales preocupaciones de cada grupo y hemos buscado soluciones integrales que contribuyan tanto al buen desempeño de la empresa como a la satisfacción de sus expectativas.

Cabe destacar que durante 2008 emprendimos programas de atención a clientes en los rubros de cobranza y cancelación de cuentas y pusimos en marcha un programa para el oportuno registro de facturación y pagos a los proveedores

Nuestro compromiso por el desarrollo sustentable nos ha llevado a implantar el Plan Global de Ecoeficiencia de BBVA, el cual tiene previsto reducir en 20% las emisiones globales de Gases de Efecto Invernadero, para lo cual en México estamos tomando acciones de suma

relevancia, una de ellas será la certificación LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*) de nuestra nueva sede corporativa.

Utilizar nuestro liderazgo para ser un buen ciudadano corporativo, brindar servicios de calidad, promover el desarrollo sustentable y ser ejemplo de transparencia, son nuestros objetivos principales. Nuestro anhelo es servir con responsabilidad.

El compromiso con México y su desarrollo es responsabilidad ineludible de cada uno de nosotros. En BBVA Bancomer no descansamos por dar lo mejor de nosotros día con día, por ello, lo invito a leer nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 contenido en el disco adjunto, con lo cual, por cierto, evitamos el consumo de 330,000 hojas de papel que se hubieran utilizado en 3000 ejemplares impresos del documento.

BBVA Bancomer... adelante

Ignacio Deschamps González
Presidente y Director General

PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE RC

«BBVA, TRABAJAMOS POR UN FUTURO MEJOR PARA LAS PERSONAS»



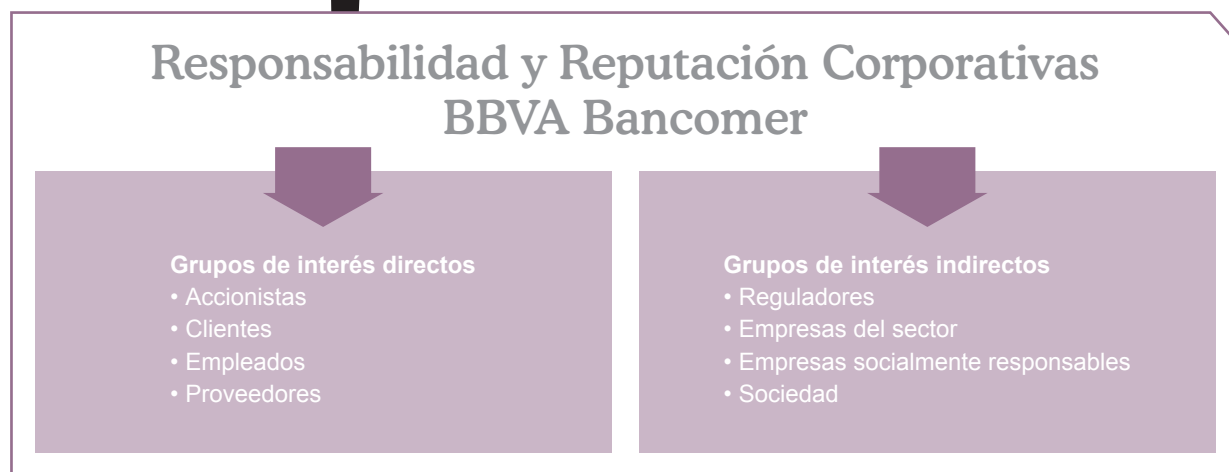
La política de Responsabilidad Corporativa (RC) del Grupo BBVA tiene como misión la definición de compromisos y el impulso de comportamientos que son expresión de la visión y los principios de BBVA, respondiendo de la mejor manera posible a las expectativas de los grupos de interés y reforzando la estrategia de negocio del Grupo.

Responsabilidad y Reputación Corporativas

En BBVA Bancomer asumimos compromisos claros para impulsar el desarrollo de las comunidades donde estamos presentes. Este compromiso es el de aportar el máximo valor posible y equilibrado a nuestros grupos de interés directos -accionistas, clientes, empleados y proveedores- y al conjunto de las comunidades en las que opera la compañía.

Tomando como principio corporativo la ética y la integridad, buscamos en la responsabilidad social una palanca de generación de valor para todos nuestros grupos de interés.

A nivel global, en BBVA se identifica a los grupos de interés directos e indirectos, tanto en la Política de Responsabilidad Corporativa como en el Principio de Responsabilidad Social. En BBVA Bancomer, debido a la dinámica nacional en responsabilidad social, hemos agregado como grupos de interés indirectos a empresas del sector financiero y empresas distinguidas como socialmente responsables, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico:



Los principios corporativos del Grupo BBVA concretan la visión de la compañía en la relación con cada uno de sus grupos de interés, sintetizando los valores básicos que guían su actuación y la forma de entender el papel de la empresa en la sociedad.



BBVA Bancomer fue distinguido con el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR)

Por octavo año consecutivo, BBVA Bancomer refuerza su compromiso de ser una Empresa Socialmente Responsable.

El 11 de marzo de 2008, BBVA Bancomer recibió por noveno año consecutivo el Distintivo ESR, que es entregado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (ALIARSE).

El Distintivo ESR, es el primero en su tipo en América Latina y para obtenerlo las empresas se someten a un proceso de autoevaluación en su estrategia y cultura de negocio, ante sus grupos de interés: empleados, clientes, inversionistas, proveedores, autoridades y sociedad en general, validado por un comité de especialistas de ALIARSE.

Estos principios constituyen la base de la cultura corporativa de BBVA y son los siguientes:

Estos principios conducen nuestro comportamiento hacia el doble objetivo de responder lo mejor posible a las expectativas de los grupos de interés y, al mismo tiempo, reforzar la estrategia de negocio de la compañía.

Los 7 principios corporativos de BBVA

- 1. Cliente**
El cliente como centro de nuestro negocio.
- 2. Creación de valor**
La creación de valor para nuestros accionistas como resultado de nuestra actividad.
- 3. Equipo**
El equipo como artífice de la generación de valor.
- 4. Estilo de gestión**
Un estilo de gestión como generador de entusiasmo.
- 5. Ética e integridad**
Un comportamiento ético e integridad personal y profesional como formas de entender y desarrollar nuestra actividad.
- 6. Innovación**
La innovación como palanca de progreso.
- 7. Responsabilidad social**
La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo.

La identidad y el posicionamiento de la marca corporativa de BBVA están definidos por la combinación de tres ejes básicos que resumen la visión del Grupo y que son los pilares sobre los que construye su estrategia de negocio, su marca y su reputación: los principios corporativos, la prioridad de la innovación y la idea de trabajar de personas para las personas. La marca Adelante sintetiza todos estos planteamientos y simboliza el espíritu de constante impulso que guía la actividad de la empresa en el día a día, determinando su horizonte a largo plazo.

Los principales compromisos que el Grupo pretende cumplir por medio de su política de responsabilidad corporativa son los siguientes:

- Desarrollar en todo momento nuestra actividad principal de forma excelente.

- Minimizar los impactos negativos derivados de nuestra actividad de negocio.
- Desarrollar «oportunidades sociales de negocio» que generen valor social y valor para BBVA.
- Invertir en las comunidades donde estamos presentes mediante el apoyo de iniciativas sociales, especialmente las relacionadas con la educación.

COMITÉ DE RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN CORPORATIVAS

“GESTIÓN ESTRATÉGICA Y TRANSVERSAL DE NUESTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL”

Al considerar la prioridad estratégica de la gestión socialmente responsable, en 2008 se creó un Comité de Responsabilidad Social y Reputación Corporativas (RRC), órgano integrado por los Directores Generales de BBVA Bancomer y encargado de impulsar la integración de los criterios, actuaciones y políticas de responsabilidad social y reputación corporativas en todas las áreas de negocio y de apoyo de BBVA Bancomer.

El Comité pretende que las diferentes áreas del Banco incorporen una visión de responsabilidad social en sus estrategias de trabajo para mejorar su relación con nuestros grupos de interés directos e indirectos.

Sus objetivos son:

- Impulsar la gestión de la responsabilidad social y reputación corporativas en las decisiones y actividades de BBVA Bancomer.
- Atender la opinión de los grupos de interés por medio de una plataforma de comunicación y valoración de los riesgos reputacionales así como de las oportunidades.
- Impulsar buenas prácticas de Responsabilidad Corporativas que mitiguen los riesgos y posibiliten aprovechar nuevas oportunidades mediante diversas propuestas de medidas a desarrollar.

El Comité, además de su sesión de instalación, llevó a cabo una sesión de trabajo durante 2008, en la cual se analizó la encuesta de reputación semestral (conocida como Rep Track) referente a clientes, no clientes y empleados, se debatieron líneas de trabajo, mando de reputación y se presentaron proyectos de mejora.

Como bien ha dicho nuestro Presidente y Director General al principio del presente informe, las primeras líneas de trabajo arrojadas por el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas para todo BBVA Bancomer, han sido los programas de atención a clientes en los rubros de cobranza y cancelación de cuentas y, en cuanto a los proveedores, la puesta en marcha de un programa para el oportuno registro de su facturación y pagos.

CÓDIGO DE CONDUCTA | *“El comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar nuestra actividad”*

BBVA Bancomer busca mantener los mejores estándares de integridad y honestidad e impulsa estrictos principios y normas de conducta responsable. Hemos establecido un Código de conducta para todos los empleados y directivos del grupo, que refuerza los principios de ética empresarial, conforme a las mejores prácticas internacionales. El compromiso ético del grupo es público y se aplica a todas las entidades que integran el Grupo Financiero BBVA Bancomer, se funda en cuatro valores esenciales:

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

Con base en estos valores, el Código se articula en torno a la integridad corporativa en tres ámbitos básicos:

Integridad Relacional: Concreta los compromi-

Los valores que sustentan el Código de conducta definen y caracteriza las pautas de actuación que rigen las relaciones de BBVA Bancomer con sus clientes, empleados, proveedores y sociedad en general.

Integridad en los Mercados: Establece criterios de actuación cuyo objetivo es preservar la integridad y transparencia de los mercados y la libre competencia.

Integridad Personal: Establece pautas de conducta orientadas a garantizar la objetividad profesional de empleados y directivos, y a fomentar un clima laboral respetuoso, transparente y comprometido con los objetivos empresariales de BBVA Bancomer, con el servicio al cliente y a la sociedad.

El Código plantea la función de Cumplimiento, desarrollada por una Dirección Corporativa de Cumplimiento y un conjunto de departamentos integrados en las distintas unidades de negocio del Grupo y establece una estructura de Comités de Gestión de la Integridad Corporativa. Estos dos elementos se convierten en factores clave de la Integridad Organizativa de BBVA Bancomer y orientan sus actividades al objetivo específico de asegurar el efectivo cumplimiento del Código.

Nuestro Código de conducta se traduce en un compromiso de fidelidad con nuestros clientes, ya que es un elemento más que ayuda a la protección de su patrimonio y de su privacidad.

Los mecanismos para denunciar incidentes que contravengan a la conducta ética se encuentran disponibles en la página web:

<http://www.bancomer.com.mx/ServicioCliente/index.html>

o mediante la línea telefónica:

01800-112-2610.

Durante 2008, se llevó a cabo una campaña en diversos medios impresos y electrónicos de la empresa para recordar los principios éticos del Código, con el fin de reforzar aquellas conductas que se observan con más frecuencia en la organización. Esta campaña se denominó **Y... ¿Tú estás en Código?**

Los canales de denuncia para violaciones al Código de conducta han recibido desde su establecimiento más de 2,259 reportes provenientes de todas las Unidades del Grupo (todos los países) y han contribuido a mejorar el clima organizacional y prevenir daños al patrimonio del Grupo.



GOBIERNO CORPORATIVO

2008 representó el comienzo de un nuevo ciclo en la Presidencia del Consejo de Administración de BBVA Bancomer ya que, desde septiembre de ese año, el Ing. Ignacio Deschamps González asumió la figura de Presidente en adición al cargo de Director General que venía desempeñando.

El Ing. Deschamps es el primer mexicano, desde que BBVA inició operaciones en México, que asume la responsabilidad de la Presidencia del Consejo de Administración junto con la Dirección General del Grupo de manera simultánea.



"Dirigir esta etapa es un reto": Ignacio Deschamps González, Presidente y Director General de Bancomer

En el mes de septiembre de 2008, el ingeniero Ignacio Deschamps González asumió la Presidencia del Consejo de Administración de BBVA Bancomer en adición al cargo de Director General. Distintos medios especializados en México publicaron diversas entrevistas para conocer

su opinión sobre temas que en el momento actual viven los sectores financieros dentro y fuera del país, su perspectiva de BBVA Bancomer y aspectos de su trayectoria profesional.

"La solidez de BBVA Bancomer permite afrontar la situación actual con mayor estabilidad y una visión de largo plazo. No debemos subestimar un entorno económico con señales de desaceleración, pero sí podemos mantener la dinámica de crecimiento. En eso estamos enfocados".

"Dirigir esta etapa es un reto, porque hoy son mayores las necesidades de nuestros usuarios y todos los días tenemos clientes nuevos".

"El banco tiene el compromiso de destinar el 0.7% de sus utilidades todos los años para actividades de apoyo social y esto le ha permitido a su Fundación desarrollar iniciativas muy importantes en alianza con otras entidades enfocadas al sector de la educación como tema prioritario".

SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

El Sistema de Gobierno Corporativo es el elemento eje de la integridad corporativa y una de las claves del funcionamiento ético y eficiente de la institución.

Su objetivo es lograr el mejor funcionamiento del consejo de administración, de las asambleas de accionistas, de los órganos intermedios, de los órganos de vigilancia y, en general, de todas las estructuras de mando en el banco.

Se busca en todo momento la integración y correspondencia entre los intereses propios y los objetivos de todos los grupos relacionados con la institución.

Incluye entre 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 brinda seguridad al patrimonio confiado a la institución porque se protege de

acuerdo con los más confiables y avanzados estándares, mecanismos y normas internacionales.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Está formado por 11 consejeros propietarios, de los cuales cinco 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 Grupo y asegura que los accionistas y el mercado en general, tengan acceso a la información pública que el Grupo genera. Por otra parte, establece los mecanismos de control interno, vigila el cumplimiento con las disposiciones legales a las que el Grupo está sujeto sea comprobable, y es quien evalúa el desempeño de los funcionarios en puestos directivos.

Mecanismos de reuniones y comunicación:

Este Consejo se reúne por lo menos cuatro veces al año, y dedica 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.

Funciones del Consejo de Administración:

- Administración y representación de la sociedad.
- Nombramiento y remoción de consejeros delegados, director general, funcionarios, agentes, empleados y auditores externos.
- Creación, diseño de estructura y asignación de jerarquías, facultades y atribuciones

de comités y comisiones.

- Convocatoria a las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias.

En referencia a la función de compensación y evaluación de directores generales y altos funcionarios del Grupo, 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 Grupo, 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 con el Grupo. Ahí se establecen los procedimientos a seguir en estos supuestos para evitar que se produzca una conducta contraria a los intereses de la institución. Estas reglas se orientan a lograr que la actuación de los Consejeros se ajuste a un exigente comportamiento ético de acuerdo con la normatividad 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 fueron creados diversos órganos auxiliares y de vigilancia, como instancias intermedias de vigilancia y seguimiento para garantizar que las decisiones acordadas 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 Grupo 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 y vencidos.

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.

Mecanismos de reuniones y comunicación:
Dentro de los primeros cuatro meses después

del cierre del ejercicio social, el Consejo de Administración convoca a la Asamblea General Ordinaria. La Asamblea General Extraordinaria puede reunirse en cualquier fecha, siempre y cuando se traten asuntos de especial importancia como el aumento o reducción de capital social, fusión con otra sociedad, escisiones o cualquier otro asunto que pudiera modificar sus estatutos.

En cuanto a la comunicación con los accionistas, los informes de cada órgano intermedio presentados al Consejo están a su disposición, 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 a través de la sección de Empresas Emisoras de la página de Internet de la Bolsa Mexicana de Valores

<http://www.bmv.com.mx>

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 Grupo; 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. 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 del sistema de prevención de fraudes consideran:

- Conocimiento de los compañeros de trabajo para la posible detección de cambios de hábitos.
- Conocimiento pleno de las políticas y procedimientos del Grupo.
- Cumplimiento estricto de los protocolos de apertura de cuentas, de integración de expedientes de clientes y operaciones en sucursal.
- Protección de la confidencialidad de la información de los clientes.
- Generación de negocios dentro de las prácticas bancarias y de mercado más sanas.

SISTEMA DE CONTROL INTERNO | Los esfuerzos institucionales en materia de control interno están en línea y dan cumplimiento a lo requerido por la Ley Sarbanes–Oxley, sobre todo con el objetivo de asegurar la confiabilidad de la información financiera. Se trata de un esfuerzo que ha permitido cumplir con las exigencias regulatorias y con los más altos estándares reconocidos para consolidar la cultura del control interno en el Grupo.

CONFLICTO DE INTERESES | Cuando surgen situaciones que por 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.

**PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN:
LA GESTIÓN DEL RIESGO**

Se dispone a nivel de todo el grupo BBVA de un sistema de gestión del riesgo global que hace posible compatibilizar las necesidades de los clientes, las expectativas de los accionistas y de los restantes Grupos de Interés, así como de los requerimientos de los reguladores.

BBVA Bancomer tiene una cartera de más de

diez mil 600 millones de pesos cuyo riesgo ha sido analizado con base en los Principios de Ecuador para prevenir impactos sociales y ambientales así como fraudes y financiación de actividades terroristas.

CUMPLIMIENTOS LEGALES | Durante el ejercicio 2008, no se registraron multas ni sanciones relevantes por incumplimiento de leyes o normativas de ninguna índole. No se han detectado demandas relacionadas con actitudes de discriminación o violación a los derechos humanos, por lo cual se ha dado cumplimiento a lo establecido en la legislación vigente.

ANTI-CORRUPCIÓN | BBVA Bancomer mantiene su principio de “No Tolerar” ninguna práctica de corrupción, ni conductas de índole fraudulenta. El banco realiza campañas de prevención de fraudes y fomenta la cultura de denuncia de situaciones de este tipo por distintos medios.

Acuerdos nacionales e internacionales suscritos por BBVA Bancomer

- Acuerdo Nacional en Favor de la Economía Familiar y el Empleo, presentado por el Presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa.
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (www.globalcompact.org).
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEPFI) (www.unepfi.org).
- Principios de Ecuador (www.equator-principles.com).
- Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas (www.unpri.org).

BBVA Bancomer reconoce públicamente su respeto a la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (www.un.org) y a la normativa laboral básica de la Organización Internacional del Trabajo (www.ilo.org).



PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

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.

Los grupos de interés de BBVA Bancomer son todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente a nuestra actividad y decisiones y que a su vez se ven afectadas por ellas.

Estamos interesados en ofrecer la mayor información y transparencia posibles para diferenciarnos, ganarnos su confianza y tratar así de influir de forma positiva en sus percepciones y en sus comportamientos.

El diálogo con los Grupos de Interés permite establecer objetivos y definir planes para la mejora continua, así como identificar con anticipación temas y asuntos que pueden convertirse en futuros riesgos y amenazas, gracias a lo cual se establecen planes de acción para poder mitigarlos.



Principales Grupos de Interés de BBVA Bancomer y compromisos del Grupo con cada uno de ellos.



Como una estrategia de trabajo, buscamos continuamente mejorar la relación con cada grupo de interés y evaluamos las áreas de oportunidad de mejora y sus expectativas para generar acciones que lleven a BBVA Bancomer a desarrollarse como una Empresa Socialmente Responsable.

ACCIONES EMPRENDIDAS EN 2008

Clientes:

La empresa realiza constantemente estudios de reputación (*Rep Track*) hacia clientes. Este modelo permite medir y gestionar la reputación de las organizaciones a través de los resultados de encuestas en los cuales se investigan las preocupaciones principales de este grupo de interés.

Los resultados de las consultas hechas mediante este sistema durante 2008, arrojaron las siguientes líneas de atención:

- Quejas elevadas respecto al procedimiento de cancelación de tarjeta de crédito.

En este punto la línea de acción a desarrollar durante 2009 será un cambio en las políticas de retención de clientes así como en la operación, para mejorar el proceso de cancelación y la coordinación con la Red de Sucursales para que cuando el cliente solicite la cancelación de su tarjeta, lo “acompañen” en la llamada a los centros telefónicos para guiarlos en el proceso de cancelación.

- Reclamos y Cobranza de tarjeta de crédito. Se buscará consolidar el uso de la línea telefónica directa UNE (Unidad Especializada) para la solución inmediata de solicitudes de plan de pagos.

Se instalarán procedimientos adicionales en las áreas de cobranza y recuperación de cartera minorista, incluyendo: grabación del 100% de llamadas, actualización de manuales, capacitación e inclusión en contratos con proveedores de telecobranza y agencias de recuperación, con penalización por incumplimiento.



Empleados:

A finales de 2008 se realizó el primer estudio de reputación interna con el sistema (*Rep Track*) para empleados. Este estudio permitirá comenzar en 2009 con mejoras al comportamiento corporativo de la empresa con los empleados y los otros grupos de interés. La medición se hizo a través de un cuestionario dividido en: Orientación al cliente, Liderazgo y Gestión, Finanzas, Innovación, Lugar de trabajo, Ciudadanía, Ética, Identificación con la visión y estrategia de BBVA Bancomer y Actitud hacia BBVA Bancomer.

Proveedores:

Una de las metas planteadas en el Plan de Evolución de Compras es desarrollar una relación de alianza con los proveedores, al considerarlos como Socios estratégicos. En este punto se trabajan iniciativas como "Formalidad y cultura de pago a proveedores" con la iniciativa de "Pronto pago".



ORIENTACIÓN AL CLIENTE

“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”

Entidad líder en número de clientes bancarios con más de 15.2 millones de cuentas.

CALIDAD EN EL SERVICIO

“Bancomer Q” es el programa de calidad de la red minorista, banca patrimonial y línea Bancomer el cual tiene como objetivos:

- Elevar la calidad de servicio al cliente
- Lograr la preferencia y recomendación de los clientes
- Contar con el servicio al cliente como un claro diferencial frente a la competencia

Dentro del Programa “Bancomer Q” se establece una carrera de avance de sucursales, misma que reconoce los resultados, permanencia y mejora alcanzada en los indicadores considerados en el programa, este reconocimiento se otorga por medio de distintivos y nombramientos, a los que se les denomina Categorías:

- Categoría “Q” se otorga a aquellas sucursales cuyo trabajo es realizado con calidad y así lo demuestra la evaluación de sus indicadores y lo reconocen sus clientes.
- Categoría “Azul” es otorgada a las sucursales que siendo categoría “Q” han mantenido sus indicadores en niveles óptimos por tres meses.
- Categoría “Plata” se entrega a las sucursales que siendo categoría “Azul” por seis meses o más, se han esforzado por incrementar la calificación de sus indicadores.

- Categoría “Oro” la obtienen aquellas sucursales con resultados de excelencia en servicio, que mantuvieron su categoría Plata por seis meses.

En 2008 certificamos en “Bancomer Q” al 65% de sucursales de la red minorista y al 100% de la banca patrimonial y línea Bancomer en las diferentes categorías

Sucursales de la Red Minorista Certificadas

Q	Azul	Plata	Oro	Sucs Cert
423	398	211	53	1,058

Sucursales de Banca Patrimonial Certificadas

Q	Azul	Plata	Oro	Sucs Cert
8	23	19	1	52

Células de Línea Bancomer Certificadas

Q	Azul	Plata	Oro	Sucs Cert
8	23	19	1	52

CALIDAD, SATISFACCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Nuestro compromiso con el cliente es prestarle un servicio de calidad para acompañarlo en las principales etapas de su vida, al ofrecerle oportunamente la mejor solución. Se trata de una relación de beneficio mutuo.

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

Garantías Bancomer es un programa en el cual se establece un compromiso público de cumplimiento de servicios, con el fin de dar mayor certidumbre a los clientes en la ejecución de transacciones con el Banco.

- Es un compromiso público de cumplir una promesa de servicio específica.
- Es un plan de calidad que crece permanentemente, ya que incorporará nuevas garantías en el futuro.
- Es un compromiso de largo plazo con nuestros clientes.
- Es un plan que se enfoca en dar valores agregados.

- 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.

- Garantía de Aclaraciones
- Garantía de Aclaraciones para Disposiciones en Cajeros Automáticos
- Garantía de Aclaraciones para Saldos Retenidos por Cancelaciones o Devoluciones
- Garantía de Aclaración de clientes Preferentes y Patrimoniales
- Garantía contra fraudes de tarjeta de crédito
- Garantía contra fraudes en tarjetas de débito



Producto**Atendidas 2008**

	En tiempo	Fuera de Tiempo
Cheques	3,035	0
Tarjeta de Crédito	451,546	0
Tarjeta de Débito	67,491	0
Pago de Servicios	3,204	0
Domiciliaciones	2,811	0
Cartera Arrendamiento	34	0
Cartera Consumo	49	0
Cartera Tradicional	68	0
Transferencias Internacionales	9	0
Disposición ATM's	87,708	0
Saldos Retenidos	4,246	0
TOTAL	620,201	0
Promedio Mensual	51,683	

La información sobre estas garantías puede consultarse en http://www.bancomer.com/minisitios/conseg/Garantias_Bancomer/cuales.html

UNIDAD ESPECIALIZADA UNE El Grupo BBVA Bancomer ha impulsado la figura de la UNE Bancomer (Unidad Especializada), misma que hace las veces de Defensoría del Cliente y mantiene un enfoque estratégico en la mejora continua y fortalecimiento de la relación entre clientes y autoridades.

La UNE es una figura independiente y con capacidad de resolución propia. Vincula sus decisiones con las Unidades de Negocio, atiende las quejas y reclamaciones de los clientes. Contribuye a la mejora continua, al identificar el origen de los reclamos y colaborar en su solución.

La UNE ha construido un vínculo estrecho con la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), autoridad regulatoria en la relación entre Clientes e Instituciones Financieras, que se encarga de fomentar la Educación Financiera entre la población, de buscar una relación justa y equitativa entre los usuarios y las instituciones financieras así como de desarrollar productos y herramientas que apoyen, asesoren y orienten a los usuarios de servicios financieros.

La UNE Bancomer busca la equidad y transparencia en la atención a clientes que por alguna razón o controversia con la institución y por las características de su asunto, deben ser dictaminadas por una figura del Grupo que proporcione soluciones de manera imparcial, transparente y clara a la inconformidad presentada.

ACCESIBILIDAD A SERVICIOS FINANCIEROS (CANALES DE COMUNICACIÓN)

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

Los canales de comunicación entre los clientes y el Banco son:

- Sucursales
- Página Bancomer.com
- Línea Bancomer
- Estados de Cuenta

En estos medios se utiliza un lenguaje claro y comprensible para lograr la mayor transparencia posible y se pretende tener una comunicación permanente y fluida con los clientes para cubrir de mejor manera sus necesidades de información.

Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio		
	Reclamaciones presentadas ante el servicio de atención al cliente en México	
	2007	2008
Resueltas totalmente a favor del cliente	8,929	4,501
Resueltas a favor del Banco	2,533	1,090
	Número medio de días en resolver una reclamación	
Reclamaciones internas (SAC)	23,785	35,062
Defensor del Cliente	8.8	9.5
	Número de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria	
	18,545	18,940

ACCIONES DE PUBLICIDAD E IMAGEN CORPORATIVAS RESPONSABLES

BBVA Bancomer está involucrado en actividades con fines no comerciales y que son coordinadas por grupos de empresas o asociaciones a las que el Banco pertenece.

Participa activamente como integrante del Consejo de la Comunicación desde su fundación y ha patrocinado las campañas del Día de la Familia, así como los actos que organiza.

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.

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.

INCLUSIÓN FINANCIERA

"ADELANTE CON TU FUTURO"

"En BBVA Bancomer estamos convencidos de que es importante y necesario establecer un proceso de bancarización en México, el cual debe ir acompañado de un impulso paralelo en materia de educación financiera, para permitir a los usuarios de los servicios financieros, emplear dichos servicios para mejorar su toma de decisiones y su calidad de vida, utilizándolos de manera consciente y responsable."

La meta: llegar a 200,000 participantes en 2009 en nuestro Programa de Educación Financiera

PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Como parte clave de su responsabilidad sobre el desarrollo de México, BBVA Bancomer creó un Programa de educación financiera, se trata de una iniciativa única en su tipo, que permitirá mejorar la vida de cualquier persona incluyendo las que pertenecen a colectivos tradicionalmente excluidos del sector financiero.

Durante 2008, se implantó el Programa de educación financiera "Adelante con tu Futuro" en alianza con el MIDE (Museo Interactivo de Economía), programa que ahora se extiende por todo el país, a través de la utilización de innovadoras modalidades de entrega.

El MIDE tiene como tema central la economía y se orienta a promover la educación económica y

financiera en México. Como socio estratégico de BBVA Bancomer en este proyecto, el MIDE garantiza la calidad de los contenidos impartidos así como la solidez de la metodología empleada en el diseño del conjunto de instrucciones, y aprovecha los recursos tecnológicos de vanguardia para lograr una experiencia enriquecedora de aprendizaje interactivo.

Los talleres tienen importantes elementos diferenciadores: son prácticos y personalizados; están enfocados a temas específicos y con respuestas claras; dan soluciones. Además de difundir el conocimiento, crean conciencia sobre cómo administrar las finanzas propias y proporcionan a las personas la habilidad para utilizar las herramientas financieras a su favor.

Se pretende impartir el Programa al mayor número de personas posible, con el objetivo de alcanzar una cobertura mínima de 200,000 participantes en 2009, entre clientes y no clientes de BBVA Bancomer, que fortalecerán su cultura financiera.

Los Talleres de Finanzas Personales del Programa de Educación Financiera "Adelante con tu Futuro" consideran 6 líneas de acción:

1. Aulas de Educación financiera en la red de sucursales. Acondicionar aulas con el equipamiento necesario para la entrega de los Talleres de Finanzas Personales, en sucursales del D. F. y de 14 estados del país.



2. Aulas móviles para Educación financiera. Llevan nuestros Talleres de Finanzas Personales a las organizaciones que no disponen de infraestructura física ni tecnológica.



3. Equipamiento móvil para Educación financiera. Llevan la tecnología, los recursos educativos y los instructores para aprovechar espacios disponibles en los grandes corporativos e instituciones gubernamentales con el fin de ampliar la población participante en nuestros talleres.



4. Educación financiera virtual. Se trata de impartir los Talleres de Finanzas Personales mediante una plataforma de e-learning a través de Internet, lo cual permite llevar el seguimiento del participante desde el momento de su inscripción a los talleres hasta la evaluación de su aprendizaje con el apoyo de un tutor que le servirá como guía, al igual que se aprovecharán el foro y chat como herramientas interactivas para reforzar el proceso de enseñanza-aprendizaje.



adelant^e

CON TU FUTURO

EDUCACIÓN FINANCIERA

BBVA Bancomer

5. Educación financiera en convenio con instituciones educativas. Proporcionar capacitación a los profesores de las instituciones para que como facilitadores impartan los Talleres de Finanzas Personales como actividad extracurricular a los alumnos. Además existe la posibilidad de poner nuestros talleres a disposición de la comunidad de profesores y padres de familia para lograr una mayor cobertura.

6. Campañas de concientización. Llevar a cabo campañas de comunicación masiva, incluyendo cápsulas que contengan consejos de salud financiera y anuncios que permitan lograr un mayor conocimiento de temas financieros básicos en una población amplia así como motivar la participación del público en general en nuestros Talleres de Finanzas Personales.

Cada uno de los cuatro Talleres de Finanzas Personales, actualmente disponibles, tiene una hora de duración, y tratan los siguientes temas:

- Ahorro
- Ahorro para el Retiro
- Tarjeta de Crédito
- Salud Financiera

Al terminar los cuatro talleres, los participantes reciben un disco interactivo que incluye los videos, materiales interactivos y calculadoras con los cuales, en cualquier momento y lugar, pueden analizar su situación financiera personal.

A la fecha, y a un año de haber iniciado el proyecto, los Talleres de Finanzas Personales del Programa Educación Financiera "Adelante con tu futuro" de BBVA Bancomer han beneficiado al menos a 7,000 personas.





"Adelante con tu Futuro"

El Presidente y Director General, Ignacio Deschamps; el Vicepresidente del Consejo, Luis Robles Miaja el Director de Educación Financiera, Uriel Galicia y el Director General de Banca Comercial, Juan Pablo Ávila, dieron a conocer la expansión a nivel nacional del Programa de Educación Financiera "Adelante con tu Futuro"

"En BBVA Bancomer estamos convencidos de que el importante y necesario proceso de bancarización en México debe ir acompañado de un impulso paralelo en materia de educación financiera, para permitir a los clientes y usuarios de los productos y servicios financieros emplear dichos servicios y productos para mejorar su toma de decisiones y su calidad de vida, utilizándolos de manera informada y responsable", destacó Ignacio Deschamps González.

PLAN DE BANCARIZACIÓN

17% de crecimiento de cuentas de nómina
8% de crecimiento de cuentas Crédito

Con una población de 105 millones de habitantes, México tiene un alto potencial de bancarización.

Existen 17 millones de personas por bancarizar y en 20 años se podrán incorporar 16 millones más, por lo tanto el potencial de bancarización superará los 30 millones de personas.

Nuestra estrategia de penetración durante 2008 se centró en los segmentos de los empleados que reciben sus nóminas a través de la institución y en la colocación de crédito.

El crecimiento en nuestras cuentas de nómina anual es de 17% y estamos aumentando nuestras cuentas de Crédito en un 8% anual.

Hemos innovado el mercado con nuevos productos para incorporar a más mexicanos al sistema financiero.

Ejemplo de ello son:

Tarjeta Envíos de Dinero. Es una tarjeta que le permite a las familias que residen en México recibir directamente las remesas en sus cuentas sin necesidad de manejar efectivo.

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

BANCOMER TRANSFER SERVICES (BTS)

Para operaciones de México, BTS procesó 22,532,091 transacciones por un monto en dólares de \$9,301,292,000 USD.

Respecto al ejercicio 2007, esto representa un incremento del 5.4% en el volumen de transferencias y de un 6.9% en relación al monto económico manejado.



¿Cuánto da 4 y 3? ¡Lo que nuestros clientes quieren!

- Para viajar
- Para pagar deudas
- Para muebles
- Para arreglar el coche...

Este año, de nueva cuenta, se lanzó la campaña de Crédito Nómina.

Esta campaña está pensada como una manera de ayudar al cliente en la cuesta de enero; ya que mediante el crédito otorgado le permite obtener liquidez en esa temporada, al posponer sus pagos de capital e intereses hasta abril o mayo, dependiendo del mes en que tome el crédito.

El objetivo de la campaña fue colocar 122,000 créditos en 2 meses.

Con el Crédito Nómina Bancomer nuestros clientes tienen el dinero que necesitan ¡y un tiempo cómodo para pagarlo!

Si los clientes reciben su Nómina en Bancomer, pueden solicitar su Crédito Nómina 4 y 3 en su sucursal.



FINANZAS RESPONSABLES

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

BBVA Bancomer tiene la responsabilidad de contribuir junto 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.

El Banco cuenta con políticas y procedimientos específicos de todas las entidades del Grupo. Además tiene en sus Sistemas de Control

Interno criterios para que los productos y servicios del Banco no sean utilizados para actos delictivos.

El objetivo prioritario es la prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas, así como evitar que sus productos y servicios sean utilizados con finalidades delictivas.

Prevencción del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas	Prevencción del blanqueo de capitales, lavado de dinero y actividades terroristas	
	2007	2008
Participantes en actividades normativas en materia de prevención de blanqueo de capitales	17,024	18,520
Personas especialistas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas	43	50

ir al Índice



Programa de Calidad Bancomer *Esfuerzo continuo que nos distingue*

La Dirección de Prevención de Fraudes, a un año de estar efectuando sus actividades con apego a los parámetros establecidos por el "Programa de Reconocimientos Calidad Bancomer", muestra una tendencia global positiva en sus resultados al ubicarse 6.17 puntos por arriba de la meta inicial.

Este programa de reconocimientos busca reconocer al personal mediante la medición de resultados por desempeño, calidad y productividad. En el caso de la Dirección de Prevención de Fraudes, establece también que sus indicadores apoyen la gestión de los niveles de productividad, servicio y trabajo en equipo, así como el cumplimiento de metas y objetivos.

Gastón Huerta, Director de Prevención de Fraudes, felicitó a sus colaboradores, que por buenos resultados, merecieron ganar la moneda "Reconocimiento a la Calidad". A estos ganadores les expresó: "En el desempeño del área hacen una diferencia por su entusiasmo y disposición en el Programa de Calidad y que mejor prueba que estar hoy aquí. Tenemos el orgullo de felicitarlos por su actitud de equipo, entusiasmo y disposición".

PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES

ATENCIÓN A 1.5 MILLONES DE ENVÍOS DE REMESAS

TARJETA "DE PAISANO A PAISANO" Para impulsar y fomentar el desarrollo de la cultura financiera de los mexicanos que depositan dinero a sus familiares desde Estados Unidos, BBVA Bancomer, Visa y Televisa Radio presentaron la tarjeta "De Paisano a Paisano".

A través de este plástico, quienes reciben remesas en México podrán hacer uso de su dinero de forma más práctica, cómoda y segura en toda la red de cajeros automáticos del sistema Bancario y 300,000 comercios en el país.

De esta forma, BBVA Bancomer complementa su oferta de productos dirigidos a este segmento del mercado.

La tarjeta "De Paisano a Paisano" no tiene costo por apertura, envío, anualidad o manejo de cuenta y además no necesita mantener saldos mínimos.

Tres de cada diez envíos de remesas que llegan a México se pagan a través de BBVA Bancomer, con lo cual la institución financiera recibe 1.5 millones de envíos para ser cobrados en la ventanilla de la sucursal.

TARJETA DE AHORRO WINNER CARD La tarjeta está dirigida hacia el mercado infantil y busca fomentar la disciplina del ahorro en los niños de manera fácil y divertida. Además, permite brindar a este grupo la oportunidad de acercarse a los beneficios de la banca, como son la generación de rendimientos a partir del dinero ahorrado y un esquema de atractivos premios.

Los niños y jóvenes hijos de clientes de la institución bancaria que adquieran una *Winner Card*, no tienen que manejar un saldo mínimo y están libres de cualquier cobro de comisiones por anualidad, mensualidad o manejo de cuenta. Además de ahorrar, se pueden ganar premios en los sorteos especiales.



GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS

“MOSTRAMOS EL MÁXIMO RESPETO POR LOS EMPLEADOS, CUYAS IDEAS, COMPROMISO Y TRABAJO EN EQUIPO SON FUENTE DE GENERACIÓN DE VALOR”

Igualdad de oportunidades: 17,767 mujeres y 16,757 hombres forman parte de nuestra plantilla laboral

Lanzamiento en México del curso global para empleados sobre Derechos Humanos

PERFIL DE LOS EMPLEADOS

El factor humano es la clave en BBVA Bancomer. Las personas son nuestra verdadera ventaja competitiva y son quienes establecen relaciones a largo plazo con los clientes, los accionistas y la sociedad, allí donde tenemos presencia, con el fin de crear valor.

Es el equipo quien se encarga de materializar la visión corporativa. Por eso se concibe como una institución “de personas para personas” en donde, entre todos, se busca que la empresa sea valorada.

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, porque el equipo de colaboradores es el que ha llevado a la

institución a posicionarse como un banco líder en el sistema financiero mexicano y es el pilar que sirve para sostener a BBVA entre las entidades financieras más importantes del mundo.

EMPLEO Y SELECCIÓN

Dentro de la política y el código de actuación del Banco se busca garantizar:

- La igualdad de oportunidades y la atracción de personas con talento en los procesos de selección.
- La máxima independencia y confidencialidad, de modo que todos los candidatos reciban el mismo tratamiento y pasen los mismos procesos para incorporarse.
- La no discriminación por sexo, raza, parentesco familiar u otras razones distintas de los propios requisitos establecidos para el puesto.

La diversidad del equipo se ve como una ventaja comparativa por eso su plantilla de empleados se caracteriza por la diversidad tanto geográfica como de género, de contar con personas con habilidades que se complementan y que, en conjunto, hacen de la gente BBVA Bancomer un equipo de gran valor humano y profesional.

Porcentaje	Plantilla por edad			
	2007		2008	
<25	6,287	18%	6,462	19%
25-45	24,299	69%	23,413	68%
>45	4,614	13%	4,649	13%

Plantilla por sexo		
	2007	2008
Mujeres	17,906	17,767
Hombres	17,294	16,757

No discriminación, igualdad de oportunidades y conciliación de la vida personal y laboral

	2007		2008	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Comité Dirección y Directores Corporativos	59	2	59	1
Directivos	278	38	264	37
Mandos medios	1,911	761	1,990	828
Especialistas	2,823	2,435	2,872	2,502
Fuerza ventas	7,171	6,888	6,646	6,656
Puestos base	5,052	7,782	4,926	7,743

Altas de empleados	
2007	2008
9,970	12,552

	2007		2008	
Jubilaciones y prejubilaciones	130	1%	197	1%
Bajas incentivadas	1,712	17%	781	4%
Bajas voluntarias (dimisiones)	5,800	58%	6,483	37%
Otras	2,377	24%	10,070	57%

Dimisiones voluntarias de la plantilla (turn over ¹)	
2007	2008
4,028	5,178

¹ Turn over: [bajas voluntarias (excluidas prejubilaciones) / # de empleados al inicio del período] x 100

Empleo y selección		
	Distribución de empleados por estado	
	2007	2008
Agencias en el extranjero	29	30
Aguascalientes	387	346
Baja California Norte	1,220	1,178
Baja California	243	248
Campeche	187	186
Chiapas	464	464
Chihuahua	1,138	1,073
Coahuila	731	676
Colima	193	172
Durango	236	232
Estado de México	575	558
Guanajuato	1,171	1,183
Guerrero	446	444
Jalisco	2,886	2,883
México (D. F.)	14,062	13,828
Michoacán	1,094	1,090
Morelos	385	379
Nayarit	219	230
Nuevo León	1,901	1,821
Oaxaca	304	299
Pachuca	538	518
Puebla	1,131	1,066
Querétaro	454	451
Quintana Roo	370	375
San Luis Potosí	415	420
Sinaloa	621	623
Sonora	704	679
Tabasco	341	345
Tamaulipas	699	685
Tlaxcala	169	175
Veracruz	1,184	1,189
Yucatán	451	425
Zacatecas	252	253
Total	35,200	34,524

VALORACIÓN, DESARROLLO PROFESIONAL Y COMPENSACIÓN

La Dirección de Recursos Humanos de BBVA Bancomer, ha de estar siempre al lado de cada uno de los profesionales que forman parte del Grupo, apoyando su desarrollo profesional y personal.

Sistema de Administración del talento

Con el fin de conocer mejor a la gente que integra BBVA Bancomer y poder detectar oportuna y transparentemente a los colaboradores más talentosos, el Banco ha desarrollado el Sistema de Administración del talento.

Esta herramienta se encuentra compuesta por dos programas:

- El inventario de Recursos Humanos.
- El Modelo de Gestión por competencia, que compara dos elementos: los perfiles funcionales y los perfiles profesionales.

Además, se puede hacer un análisis de las competencias individuales y de grupo para alcanzar la realización plena del potencial de la institución.

Respecto 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 y detectar las capacidades humanas y profesionales de la gente:

- Valoración Básica Anual, realizada por el jefe inmediato.
- Valoración (90°n)* en la que, además del jefe inmediato, se incluye la opinión del propio

interesado (autoevaluación).

- Valoración (180°), que incluye la valoración de los colaboradores directos, además de la valoración del jefe inmediato.
- Entrevista de análisis de capacidades, que realiza el área de Recursos Humanos y cuya metodología garantiza la obtención de información fiable y objetiva.
- Valoración de conocimientos en la que el profesional valora su propio nivel de conocimiento en una materia.

* Explicar esta escala de evaluación 90°n (equivale a...)

La compensación que puede recibir cada empleado queda establecida en función del nivel de responsabilidad del puesto, del desarrollo profesional del trabajador y del cumplimiento de los objetivos, sin discriminaciones por razón de sexo, raza u otras causas.

En la retribución variable tienen un peso importante los indicadores de satisfacción del cliente y el comportamiento de acuerdo con los principios de la cultura corporativa y, el compromiso con la responsabilidad institucional.

Valoración, desarrollo profesional y compensación	
	2008 (%)
Comité de dirección y directores corporativos	27.29
Directivos	24.35
Jefes de equipo y técnicos	19.02
Administrativos, servicios generales y otros	14.55

Nota: compensación basada en la evaluación, respecto a la compensación total. Excluyendo planes de pensiones y prestaciones sociales.

FORMACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Inversión de 110 millones de pesos en capacitación de nuestro personal

El mayor interés de BBVA Bancomer es respaldar la formación de los empleados con el fin de potenciar su desarrollo al máximo, pues

su calidad profesional debe ser un claro reflejo del compromiso que existe hacia los clientes, los accionistas y la sociedad.

Durante el año 2008 se destinaron más de 110 millones de pesos a cursos de capacitación, representando más de 804,000 horas-curso, para más de 35,000 participantes.

Además, se otorgan becas tanto para quienes desean terminar su carrera como para quienes desean realizar un posgrado.

La Escuela de Management, creada por el Banco desde 2007, es un elemento clave para la formación y el desarrollo de talento. Imparte sus cursos a cerca de 3.000 directivos anualmente gracias a alianzas con importantes instituciones educativas del país y con empresas consultoras en programas de educación ejecutiva. Entre otros, se tienen suscritos convenios con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y con el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE). Adicionalmente, parte del equipo directivo se forma en el extranjero de

acuerdo al grado de especialización requerido.

Además 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.

Indicadores		
Formación y gestión del conocimiento		
	Horas Formación por canales	
	2007	2008
Formación presencial	812,677	804,430
Formación a distancia	237,206	135,407
Formación a través de <i>e-learning</i>	317,898	579,849
Alcance: Grupo BBVA	1,367,781	1,519,686
Porcentaje de empleados formados	99%	
	Formación	
	2007	2008
Inversión total en formación (miles de pesos)	149,000	127,000
Inversión en formación por empleado (pesos)	4,257	3,629
Horas de formación por empleado	39.0	44.0
Evaluación de la satisfacción de la formación	4	4
Empleados que han recibido formación	35,000	35,000

Nota: El número de empleados formados incluye a personal activo y bajas que se dieron durante 2008.

COMUNICACIÓN HACIA EL EMPLEADO

La comunicación permanente entre las personas que integran BBVA Bancomer es básica para el éxito y buen funcionamiento.

A través del desarrollo de un Marketing Integral Interno se promueven acciones eficaces para lograr una buena comunicación interna, vertical y horizontal, en todas las estructuras de la empresa.

La Dirección de Comunicación Interna se encarga de asegurar que las estrategias de comunicación hacia el personal sean adecuadas, efectivas y de alto impacto.

AVANCES | Durante 2008, Recursos Humanos estrenó un nuevo estilo de comunicación llamado: “Para ti dRRHH” con el fin de facilitar el conocimiento de sus distintas políticas, procesos e iniciativas y que sitúa al empleado en el centro de toda comunicación.

El nuevo modelo de comunicación está en línea

con los valores corporativos del Grupo BBVA: cercanía, transparencia, innovación y de personas para personas. Con el fin de simplificar el proceso de comunicación y facilitar su identificación, los distintos mensajes se enmarcan en tres líneas: Pasión por las personas, Modelos de Gestión y Procesos de RRHH.

Así, se lanza de manera novedosa, ágil y simplificada toda la información importante para el empleado dentro del Micrositio de RRHH, lo que permite tener en un solo lugar todas las políticas, beneficios, información y formatos.



Pasión por las Personas: Comunicación relativa a iniciativas del programa “Gente BBVA Bancomer” que renueva además su imagen gráfica. Dichas iniciativas están relacionadas con el plano más personal del empleado y su familia, por ejemplo, beneficios personales, deporte, salud y cultura.



Modelos de Gestión: Contiene toda la información correspondiente a las diferentes herramientas que apoyan al personal y a los líderes de nuestra organización como: Guías de Desarrollo Profesional, Modelo de Gestión por Competencias, Apúntate, entre otros.



Procesos de RRHH: Comprende dos temas:

- **Políticas de RRHH:** Encierra las diferentes políticas que regulan el Desarrollo Profesional, la Relación Institucional y la Normativa Laboral.
- **Procesos/Trámites:** Incluye las Solicitudes de los diferentes trámites que requiere realizar el personal con RRHH.

Existen distintas herramientas y canales de comunicación interna, como por ejemplo el Servicio de Atención al Empleado (SAE) que es un canal de comunicación múltiple (Intranet, Teléfono –IVR-, *Call Center* y Correo electrónico) que tiene el Departamento de recursos humanos y que pone a disposición de los empleados para atender sus dudas y reclamaciones.

Comunicación Interna	
	Consultas gestionadas por el SAE*
	2008
SERVICIOS	87,386
Llamadas al <i>Call Center</i>	
SIMULADOR PRÉSTAMOS	
Ingresos	497,261
Consultas	277,493
Simulaciones	575,793
ACCESOS A INTRANET	
Beneficios a tu alcance	1,609,290
Membresías BBVA Bancomer	922,196
Prestaciones Operadora	497,920
SAE	89,099
BUZÓN FUNCIONAL	
Buzón SAE	160
Buzón Prestaciones	1,333
Buzón Atención	2,194

* El Servicio de Atención al Empleado (SAE) es un canal de comunicación múltiple (intranet, teléfono, correo electrónico) que el departamento de recursos humanos pone a disposición de los empleados para atender sus dudas y reclamaciones.

Esta nueva estrategia de comunicación ha sido desarrollada por RRHH para dar respuesta a las demandas surgidas tanto en las encuestas de Clima como de Comunicación Interna.

CLIMA LABORAL

Para BBVA Bancomer, es importante el equilibrio entre la vida profesional y la vida personal de sus empleados. Por tal motivo, contamos con una planeación estratégica sólida en los programas de recursos humanos con el fin de mejorar la calidad de vida, dentro y fuera de la empresa.

La materialización de estos esfuerzos, definidos en la Cultura Corporativa, se expresan por medio de la Experiencia BBVA o el Proyecto Gente BBVA Bancomer.

Para medir el éxito de las iniciativas, es necesario tener indicadores que permitan detectar las áreas en donde éstas son débiles para intervenirlas, e identificar las áreas en donde las iniciativas han sido más relevantes para reproducir en toda la organización las estrategias que las han originado.

BBVA Bancomer realiza una encuesta por medio de la cual todos los profesionales del Grupo pueden opinar sobre las condiciones de trabajo y su vivencia profesional.

Encuesta de Clima

Unidad de negocio	2007		2008	
	Participación	%	Participación	%
Grupo Financiero BBVA Bancomer	11,240 *	100%	26,498 *	100%
Banco	9,287	82.60%	21,527	81.20%
AFORE y pensiones	657	5.80%	3,289	12.40%
Seguros y multiasistencia	533	4.70%	735	2.80%
Tecnología y explotación	489	4.40%	643	2.40%
Otras áreas	274	2.50%	304	1.20%
Empleados Participantes	11,240	100%	26,498	100%

*Nota – En el 2007 la aplicación de la encuesta era mediante una muestra representativa de la población del Grupo, mientras que en el 2008 la aplicación de la encuesta fue por medio de un censo general a la población (33,795 invitados)

BENEFICIOS SOCIALES Y OTRAS INICIATIVAS

BENEFICIOS PERSONALES El programa de beneficios personales está enfocado a las iniciativas que representan un beneficio tangible para el empleado, ya sea en productos y servicios que ofrece el grupo, así como ofertas externas que garanticen calidad y un beneficio para las familias de los colaboradores.

Los principales rubros negociados en 2008 fueron:

Escuelas	Muebles	Accesorios
Autos	Electrónica	Regalos
Viajes	Restaurantes	Inmuebles
Médicos	Moda	Varios

Total de empleados beneficiados en 2008 = 10,664

MEMBRESÍA BBVA BANCOMER Los empleados cuentan con un portafolio de Productos y servicios financieros que está integrado por 17 productos. Los productos del Grupo se ofrecen con beneficios diferenciados por ser miembros de BBVA Bancomer (ventaja competitiva).

Los principales grandes rubros son Ahorro, Inversión y Crédito.

Total de empleados usuarios en 2008 = 85% de la plantilla total

HOTELOPIA Los empleados cuentan con una herramienta corporativa llamada Hotelopia por medio de la cual pueden acceder a reservaciones de hoteles en todo el mundo a precios preferenciales.

IMPULSO A VACACIONES Se fortaleció el Programa de Vacaciones y se trabajó en tres ámbitos: Cultura Corporativa, Líderes y mejoras al Sistema de Vacaciones, con el objetivo de apoyar una cultura de disfrute de vacaciones, que el personal goce de los períodos a los que tiene derecho y los líderes apoyen a través de una adecuada administración de los beneficios del programa.

Con este impulso se pretende:

- Abatir el rezago de vacaciones acumuladas.
- Captura del 100% de los planes vacacionales.
- Realizar una mejor gestión de los períodos vacacionales en temporadas críticas.
- Disminución de reprogramaciones innecesarias.

- Responsabilizar a los líderes y al propio colaborador del aprovechamiento del programa.
- Lograr una mejor administración a través del uso de indicadores y refuerzo de las políticas institucionales.

FAMILIA BANCOMER El proyecto Familia Bancomer busca mejorar nuestro ambiente, tomando un estilo institucional que apueste por acciones para vivir mejor dentro y fuera del lugar de trabajo, alentando la integración y el bienestar familiar de los colaboradores.

Las iniciativas que se han desarrollado son:

- Carrera Bancomer.

Nuestra carrera es el evento corporativo de integración más grande del país.

Con el objetivo de estrechar el vínculo entre el Grupo y sus colaboradores, fomentar la práctica del deporte y realizar un evento de integración junto con sus familias, se ha desarrollado la Carrera Gente BBVA Bancomer por tres años consecutivos; cada año se ha incrementado de forma significativa la participación de los empleados y sus familias. Este año además se pudieron inscribir hijos de empleados menores de 12 años.

Así, en 2008 se elevó el número de ciudades participantes a diez, y se superaron las expectativas de inscripción gracias a una participación de 12,130 personas distribuidas de la siguiente manera:

Plaza	Inscritos	
	2007	2008
Chihuahua	617	770
Guadalajara	592	825
León	480	578
Mérida	434	550
México, D.F.	3,694	6,000
Monterrey	867	990
Morelia	463	578
Puebla	613	715
Tijuana	386	495
Veracruz	0	629
TOTAL	8,136	12,130



El 1^{er} lugar fue para la Gente BBVA Bancomer

El domingo 28 de septiembre, se llevó a cabo la Tercera Carrera Gente BBVA Bancomer 2008 con un recorrido de 5 km.

En punto de las 8:00 a.m. se dio el disparo de salida, iniciando con esto el reto de recorrer los 5 km. en el menor tiempo posible. Durante la carrera se mostró gran compañerismo entre los participantes quienes se apoyaban con palabras de aliento, motivándose para llegar hasta el final.

El momento más especial para cada participante fue la llegada a la meta, en donde fueron recibidos con aplausos y porras.

- Descubre BBVA Bancomer

Se creó este programa para los hijos de los empleados de 6 a 12 años de edad, con la finalidad de:

- Proporcionar una visión educativa y divertida de las actividades del Grupo.
- Fortalecer el sentido de pertenencia con el Grupo.
- Estrechar el vínculo entre el Grupo y los empleados y sus familias.
- Reforzar la responsabilidad social del Grupo.

Alcance:

Implementación en el D. F. y zona metropolitana (1era. Fase)
Orientado al segmento de Primaria (6 a 12 años)
Población objetivo (Operadora):

Edades	Participantes
6 a 8 años	1,138
9 a 12 años	1,547
Totales	2,685

- Emprendedores de verano

El programa emprendedores de verano está orientado a fortalecer el vínculo con las familias de nuestros colaboradores ofreciendo una experiencia laboral para sus hijos de 17 a 22 años en una de las empresas líder en su ramo y en donde trabajan sus padres.

Alcance a nivel nacional (8 ciudades del país)
4 semanas de duración (4 julio a 1 de agosto)

Resultados:

2006 Ciudad de México: 120 participantes.
2007 Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, León, Puebla, Tijuana y Mérida: 280 participantes.
2008 Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, León, Puebla, Tijuana y Mérida: 300 participantes.

- Otras actividades deportivas

Durante 2008 atendimos 40 Direcciones de Zona y 10 plazas adicionales para llegar a un total de 50.

En cuanto a participación total de empleados y familiares se contó con 4,491 usuarios.

Las actividades deportivas que se atendieron fueron 18, la plaza de mayor concentración fue el D. F..

Cuatro de estas actividades se desarrollaron en torneos internos (basquetbol, boliche, fútbol soccer, fútbol siete), las demás actividades con que contamos son: ajedrez, atletismo, béisbol, billar, frontón a mano, frontenis, fútbol rápido, gimnasio, natación, squash, softbol, tenis, tenis de mesa y voleibol. Las actividades de mayor demanda han sido: fútbol, basquetbol, natación y el gimnasio.

- Juegos Bancarios

La participación continua del Grupo en este programa ha sido destacada tanto por el número de participantes como por los resultados obtenidos, registrando la Operadora un contingente total de 528 deportistas en 15 disciplinas y obteniendo 216 medallas; 72 de oro, 86 de plata y 58 de bronce.

Hipotecaria Nacional participó con 34 deportistas, obteniendo 1 medalla de bronce
Afore Bancomer con 41 deportistas obtuvo 1 medalla de bronce
Seguros Bancomer con 8 deportistas obtuvo 1 medalla de bronce

Además, dentro de este concepto se llevaron a cabo 2 ceremonias, una se realizó el 27 de marzo y otra el 4 de octubre, con la participación de miembros del Comité Directivo.

- Liga de fútbol profesional verano 2008

Este programa se encuentra dirigido a niños y niñas de 8 a 13 años. Se llevó a cabo del 22 al 29 de junio con una participación total de 89 niños y niñas.



• Eventos Externos

Como cada año, se participó en 2 eventos externos organizados por diferentes proveedores del Distrito Federal, en los que se ocuparon importantes posiciones en cada uno:

Actividad	Evento/Proveedor	Número de participantes
Natación	Maratón Guadalupano * Un 1° y 5° en categoría (Cat.) E varonil, 2° Cat. C femenil, 6° Cat. C varonil y 6° Cat. G varonil en competencia de mil metros y 3° en Cat. C femenil y 5° Cat. E varonil en cuatro mil doscientos metros	32
Tenis	Torneo aniversario Tepepan * 1° en singles y 2° en dobles	27

• Actividades Culturales:

Talleres Culturales: Contamos con 14 talleres durante el año con un total de 857 participantes en el área metropolitana entre empleados y familiares (danza regional, danza jazz, baile de salón, flamenco, yoga, danzas árabes, pilates, zumba, manualidades, teatro, pintura, hawaiano, fotografía y guitarra).

Juegos bancarios: Derivado de los talleres culturales se seleccionan grupos representativos de la institución y en el 2008 participaron en ocho actividades culturales (canto, cuento, fotografía, instrumental, danza jazz, danza regional, pintura y poesía) con un total de 72 empleados que obtuvieron 4 medallas de oro, 3 de plata y 3 de bronce.

Hipotecaria Nacional participó con 8 artistas en una actividad (danza jazz).

Paseos culturales y recreativos: Otra de las actividades culturales es la realización de viajes tanto culturales como recreativos, este año se realizaron un viaje recreativo y uno cultural.

Conciertos, visitas guiadas y/o funciones: Las actividades culturales 2008 dieron comienzo con el concierto de piano romántico de Arnold

en el Laboratorio de Arte Alameda seguido de una gama de actividades especiales para todo el personal de Grupo Financiero BBVA Bancomer, tanto en el D. F. como en el interior de la República. Asistieron 7,700 usuarios a estas actividades.

Actividades culturales:

Mes	Evento	Usuarios
Febrero	Piano romántico de Arnold	600
Abril	Obra de teatro "Peter Pan" (Guadalajara)	1700
Mayo	La ciudad de los niños (Día del Niño)	1200
	Obra de teatro "Adorables Enemigas" (Día de la Madre)	600
Junio	Festival cultural en el Centro Bancomer	800
	Obra de teatro "Cómo tener feliz al marido" (Día del Padre)	600
Noviembre	Obra de teatro "12 Hombres en Pugna" (Monterrey)	800
	Orquesta Sinfónica Juvenil "Carlos Chávez" (Tijuana)	500
Diciembre	Concierto de la "Orquesta Liverpool Ensemble" interpretando música de los Beatles	900

ir al Índice



Como cada año, se apoyó al área de comedores generales y la comida que se brindó al personal que labora en el Centro Bancomer el día 4 de diciembre fue acompañada con el coro y el “Ensamble musical de Bellas Artes”, que interpretó melodías navideñas.

Mes	Actividad	Asistentes
Diciembre	Comida en Comedores Generales del Centro Bancomer acompañada por el “Ensamble de grupos artísticos de Bellas Artes”.	5,269



Mes	Actividad	Participantes
Julio	Campaña de reforestación “Sembrando conciencia”	150

Promociones: Las actividades culturales pretenden proporcionar actividades a los empleados para asistir a obras de teatro, conciertos, espectáculos y otros eventos con un descuento especial sobre el precio de taquilla y sin costo para la Institución. En este año se promovieron 78 actividades que beneficiaron a 35,972 empleados.

Impulso a la lectura en familia: Con el objetivo de promover actividades que estimulen el hábito de la lectura como medio de enriquecimiento intelectual y emocional, así como para estrechar vínculos por medio de la lectura entre los

colaboradores y sus hijos, se desarrollaron una serie de actividades:

- Convenio con editoriales enfocadas al segmento infantil y juvenil.
- Se ofreció un 20% de descuento sobre el precio de línea.
- La venta se efectuó en Centro Bancomer y en Montes Urales en febrero y abril.
- Presentación del libro El Tigre callado escribe poesía en el auditorio de Centro Bancomer.
- Obra de teatro y taller de lectura con la participación de los asistentes.
- Asistencia de 350 personas.



El sábado 5 de julio, más de 300 personas, entre empleados de BBVA Bancomer y sus familiares, se sumaron a la convocatoria "Planta un árbol y sé parte de la historia" que realizó el Presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa para participar en la Jornada Nacional de Reforestación, cuyo propósito fue plantar el mayor número de árboles, en un solo día, en la historia de México; meta lograda de acuerdo con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales del Gobierno de México, al plantarse 9.3 millones de árboles, superando la meta inicial de 5 millones.

Hacia diciembre de 2008, logramos contribuir a la formación ambiental de 36,922 personas. En total se han plantado 150,000 árboles de encino y 10,000 plantas de matorral y la Fundación BBVA Bancomer ha colaborado en la reforestación de más de una hectárea.

RECONOCIMIENTOS A EMPLEADOS

ANTIGÜEDAD Como un premio a la lealtad, trayectoria, esfuerzos y logros del personal del Grupo

Financiero BBVA Bancomer, cada año se entregan Reconocimientos de Antigüedad por cada quinquenio cumplido; así que, durante 2008 el universo objetivo era de 5,254 a nivel grupo, en los siguientes quinquenios:

Antigüedad en años	Grupo BBVA Bancomer
5	1,408
10	1,915
15	959
20	427
25	299
30	160
35	85
40	1

Los más Destacados

Cuando comenzó el proceso de entrega se registraron 445 bajas quedando un total de 4,895 empleados que obtuvieron algún reconocimiento; se realizaron 35 actos de entrega de reconocimientos en el D. F. y 49 en el interior de la República, y quedaron pendientes aproximadamente 562 empleados por lo que se concluye el año con el 88.51% de la entrega total.

LOS MÁS DESTACADOS

Programa que busca reconocer exclusivamente a aquellas personas que de manera sobresaliente han hecho realidad los principios de nuestra cultura corporativa.

Resultados:

Concepto	2004	2005	2006	2007
Personas reconocidas	458	1,000	631	953



ir al Índice

SITIO SENIOR Para continuar en comunicación con los jubilados de BBVA

Bancomer, hemos desarrollado un portal como herramienta a través de la cual se puede ahorrar tiempo y estar al día en diversos temas de interés, tales como; las últimas noticias de BBVA Bancomer, información sobre salud, conocer los requisitos para llevar a cabo diferentes trámites, aprovechar los beneficios de productos y servicios, así como conocer las últimas promociones al alcance del personal jubilado.

Los jubilados usuarios de este programa ascienden a 2,800 personas.

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN: REPRESENTACIÓN SINDICAL Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

BBVA Bancomer cuenta con el contrato colectivo de trabajo más completo del sistema financiero. Ofrece compensaciones y prestaciones muy por encima de las que la ley requiere. BBVA Bancomer no solamente es la excepción, sino que también en algunos rubros otorga condiciones más ventajosas que otras instituciones del sector.

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

mayores a los que requiere la ley.

Las Relaciones Colectivas en BBVA Bancomer Operadora y BBVA Bancomer Servicios se rigen al amparo de nuestros Contratos Colectivos de Trabajo celebrados con el Sindicato Nacional BBVA Bancomer de Empleados de los Servicios de la Banca y Crédito y Actividades Financieras Relacionadas (SNAEBB). Asimismo, se tienen suscritos los Reglamentos Interiores de Trabajo para las dos empresas con períodos mínimos de preaviso apegados a la Ley Federal del Trabajo.

La Representación Sindical manifiesta su compromiso de seguir acompañando al Grupo Financiero BBVA Bancomer en su crecimiento y competitividad frente a los retos que presenta el mercado bancario mexicano, garantizando las condiciones que permiten continuar sirviendo a sus afiliados presentes y futuros.

En cuanto al padrón sindical, el 41.8% de la población en BBVA Bancomer es representada por el SNAEBB y cada uno de los procesos donde la plantilla sindicalizada tiene alguna afectación son tratados en un ambiente de respeto y responsabilidad, a partir de las regulaciones que establece nuestra legislación laboral mexicana. Esto significa también que tanto nuestras negociaciones colectivas, como la atención de conflictos individuales se llevan a cabo en un marco de diálogo abierto y consenso, dando soporte a la paz laboral que caracteriza a nuestro Grupo.

Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos		
	Contrato de género	
Porcentaje	2007 (H y M)	2008 (H y M)
Fijos o indefinidos tiempo completo	45.3 / 42.5	44.0 / 42.9
Fijos o indefinidos tiempo parcial	2.1 / 3.5	2.0 / 3.8
Temporales	2.7 / 4.0	3.3 / 4.0

H= Hombres
M= Mujeres



	Expedientes disciplinarios	
	2007	2008
Sanciones	292	185
Despidos	320	109

	Asuntos contenciosos	
	2007	2008
Reclamaciones individuales	587	626
Total	587	626

SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

BBVA Bancomer otorga al total de sus empleados un servicio privado de atención a la salud.

La cobertura de servicios médicos incluye a los familiares directos, esposa o concubina, hijos, padre y madre, siempre y cuando éstos no cuenten con acceso a ningún tipo de servicio de salud.

El servicio médico cubre también a jubilados y sus familiares, además de pensionados por incapacidad permanente.

Esto implica liberar al sistema público de salud de más de 70,000 personas, contando a los empleados y sus familiares.

Además de cubrir los gastos correspondientes, el permiso de ausencia se otorga 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.

En cuanto a maternidad, además de cubrir la asistencia obstétrica y la canastilla (10% salario mínimo), se les gratifica con un mes de sueldo adicional.

Año	Tasa de ausentismo
	2008
Empleados	3,621
Días	61,546

• PROGRAMA DE APOYO AL FUMADOR

Con el fin de apoyar a los empleados que desean dejar de fumar, se ha creado un programa dividido en dos fases:

1. Fase de cesación. Incluye consejos médicos, apoyo psicomotivacional, orientación nutricional, apoyo fisioterapéutico y fortalecimiento espiritual.

2. Fase de seguimiento con sesiones de reafirmación y fortalecimiento y sesiones de apoyo grupal e individual.

En Intranet se cuenta con un cuestionario de tabaquismo que permite al empleado diagnosticar su estado en relación a su adicción a la nicotina.

Se actualiza la Normativa de Brigadas de Emergencia



- En edificios y sucursales del Grupo, se debe contar con Brigadas de Emergencia.

Para implantar las medidas preventivas necesarias, así como para responder con oportunidad y eficiencia ante un evento que ponga en riesgo al personal o las instalaciones, la Dirección de Seguridad Institucional ha actualizado la normativa correspondiente a Brigadas de Emergencia en la que se estipula que en las sucursales, edificios y en general en toda instalación de BBVA Bancomer, se deberán establecer y capacitar las Brigadas de Emergencia.

Conforme al puesto de mayor jerarquía, es responsabilidad de directores, subdirectores, gerentes y responsables de área o inmueble de BBVA Bancomer con personal a su cargo, designar a los brigadistas de acuerdo con las características propias del inmueble, sucursal, instalación, área o módulo en el que se ubiquen. Para auxiliarlos en la integración de Brigadas, el personal de Seguridad o Protección Civil les brinda su apoyo y asesoría.



COMPRAS RESPONSABLES

"EL BANCO CONSIDERA A SUS PROVEEDORES ALIADOS DE NEGOCIOS CON LOS QUE SE BUSCA SIEMPRE OBTENER BENEFICIOS MUTUOS."

POLÍTICA Y MODELO CORPORATIVO DE COMPRAS

BBVA Bancomer cuenta con un proceso de selección y alta de proveedores en el que se verifican, además de los requisitos legales y solvencia financiera, el que cuenten con principios de ética acordes con los establecidos en el Código de conducta del Banco.

Los principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA rigen la toma de decisiones del aprovisionamiento por el Grupo y la relación del mismo con sus proveedores, tanto externos como internos. Estos principios incluyen el respeto a la legalidad y el compromiso de BBVA con la integridad, la objetividad, la transparencia, la confidencialidad y la responsabilidad corporativas.

CONCURSOS Y ASIGNACIÓN DE PEDIDOS Y SERVICIOS

BBVA Bancomer concursa todos y cada uno de los requerimientos ante los proveedores. Se utiliza en más de un 85% de las negociaciones el portal de Internet *Adquira*, (portal 100% auditable).

Este portal facilita las relaciones comerciales

entre empresas por medio del comercio electrónico y se fomenta la transparencia del proceso de adquisiciones.

ALTA, SEGUIMIENTO Y HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

En BBVA Bancomer, el proceso del alta de proveedores contempla:

Requisitos de documentación por parte de las empresas para validar su constitución legal, solvencia moral y financiera.

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.

A los proveedores recurrentes y críticos se les considera socios de negocios con los que se busca continuidad en la relación comercial.

Con el fin de garantizar servicios de alta calidad y sin riesgos se sigue un proceso anual de evaluación y homologación de los proveedores recurrentes y cuyos bienes y servicios resultan críticos para el Banco. 29.72% de los proveedores del Banco están incorporados a este proceso de homologación.

Desde 2007, y con el fin de extender la política

de Responsabilidad Social hacia este grupo de interés, además de la revisión del estatus legal, financiero y operativo, el proceso de evaluación contempla la revisión de cuestiones de responsabilidad social en las que se incluyen: Derechos humanos,

- Derechos y prácticas laborales (como empleo de menores),
- El mercado y la transparencia,
- Cuidado e integración con el medio ambiente,
- Relación de beneficio mutuo entre el proveedor y la comunidad donde opera.

COMISIONES DE COMPRAS

Existe 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.

Las propuestas de adjudicación son sometidas en todos los casos para su autorización por las áreas involucradas, tanto en México como en España.

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



Indicadores			
		Principales proveedores por estado o zona	
México (miles de pesos)		2007	2008
	Número	672	688
	Total	32,258,774	47,107,358,867
Sistema de homologación de proveedores			
		Homologación de proveedores	
México		2007	2008
	Número de proveedores homologados	132	138
	Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación (%)	26.04%	29.72
	Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación	4	2
Herramientas de gestión y aprovisionamiento			
		Compras on-line	
		2008	
	Número de negociaciones electrónicas	2,124	2,893



GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

EN BBVA TRABAJAMOS PARA MINIMIZAR LOS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES DIRECTOS DE NUESTRA ACTIVIDAD.

Impulsamos la lucha contra el cambio climático mediante una política medioambiental y un sistema de gestión e impacto ambientales directos en certificaciones, ecoeficiencia en el uso de recursos y un proyecto para una nueva sede y sostenibilidad.

Reducción de 2,325 toneladas de emisiones de CO2 en 2008

2 edificios certificados en la norma ambiental ISO:14001

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL Y SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

BBVA entiende el medio ambiente como una palanca para la innovación en productos y servicios, así como una clara oportunidad de negocio.

Desde el 2003 se cuenta con una política medioambiental que involucra a todas sus entidades y actividades.

Los objetivos generales de esta política son:

- Cumplimiento de la normativa vigente.
- Adhesión de los principales acuerdos internacionales en pro del desarrollo del medio ambiente sostenible.
- Mejora continua en el uso eficiente de los recursos naturales y la energía.
- Inclusión de criterios ambientales en el análisis de riesgos en operaciones financieras.
- Desarrollo de productos y servicios financieros en materia ambiental.
- Influencia positiva en el comportamiento ambiental de los grupos de interés.

El desarrollo de la citada política se lleva a cabo a través de un Sistema de gestión ambiental de carácter integral y global que considera los diferentes impactos ambientales del grupo tanto directos como indirectos.

IMPACTOS DIRECTOS: PLAN GLOBAL DE ECOEFICIENCIA 2008-2012

El Grupo BBVA se ha planteado el reto de reducir su impacto directo a través de la ecoeficiencia, para lo cual se ha marcado objetivos concretos en el tiempo.

El Plan Global de Ecoeficiencia tiene como objetivo crear conciencia en la humanidad sobre la responsabilidad que tenemos con el planeta.

Debido a esto hay que trabajar para minimizar los impactos medioambientales directos de nuestra actividad e impulsar la lucha contra el cambio climático.

El plan cuenta con cinco bloques de líneas de actuación que refuerzan la gestión medioambiental del Grupo BBVA que son: recursos naturales, compras sostenibles, partes interesadas, emisiones y eficiencia energética.



Se estructura a través de varias líneas de actuación:

- Segregación y reciclado de residuos sólidos urbanos y residuos peligrosos
- Segregación y reciclado de residuos informáticos
- Reducción del consumo eléctrico por empleado
- Reducción del consumo de agua por empleado
- Reducción del consumo de papel por empleado
- Política de compras sostenible
- Ampliar las certificaciones ISO 14001
- Implantar certificaciones LEED en nueva sede de México
- Implantación de política de vehículos verdes
- Uso de videoconferencias y reducción de viajes
- Compensación de emisiones de CO₂ y reforestación

- Programas de Formación, Difusión y Sensibilización

Con todo ello, se busca dar respuestas a uno de los grandes desafíos a los que se enfrenta la Humanidad y que tiene que ver con el medio ambiente, como el cambio climático y la eficiencia energética.

En México, las principales iniciativas que ya se están realizando son: campaña de reciclado de papel, eliminación de papeleras individuales, contenedores de pilas y celulares, contenedores en estacionamientos de plásticos (PET), latas y periódico, cambio de papel bond por papel ecológico, ventas de productos del inventario del almacén, revisión de flujos de acciones en el reciclado de equipos, inhibición de estados de cuenta, impresión duplex de EDC Cheques.



Cambio climático global: un tema que nos toca a todos

El 5 de junio, en el auditorio de Centro Bancomer, se llevó a cabo la conferencia: "Cambio climático global, Reflexiones en el Día Mundial del Medio Ambiente", impartida por el Maestro en Ciencias y Director del Climate Institute para México y América Latina, Luis Roberto Acosta; organizada por Fundación BBVA Bancomer y el Centro de Información y Comunicación Ambiental de Norteamérica (CICEANA), con el fin de informar acerca de la situación actual del medio ambiente y crear conciencia acerca de problemas de trascendencia mundial como el cambio climático y el calentamiento global.

De acuerdo con los expertos, la influencia humana en el calentamiento global es hoy más fuerte que nunca, por lo que es el momento de tomar conciencia y llevar a cabo las acciones necesarias para detener el cambio climático. Es importante que cada uno de nosotros asuma su responsabilidad, se informe y contribuya al objetivo de reducir las emisiones de gases "efecto invernadero" a casi cero.

CERTIFICACIONES ISO: 14001 de edificios

En un esfuerzo por cuidar y proteger el medio ambiente y en sintonía con los planes globales del grupo en la materia, en BBVA Bancomer contamos con 2 edificios certificados en la norma ambiental ISO14001

	2008
Número de edificios certificados	2
Número de empleados en los edificios certificados	970

Agua		
	Consumo de agua* (m ³)	
	2007	2008
Total anual agua consumida	926,543	928,188
Agua consumida por empleado anualmente	26.3	26.9
Consumo de energía*		
Consumo de Energía (GJ)	2007	2008
Total electricidad consumida (GJ)	201,540	202,416
Total gas natural consumido (GJ)	4,678	4,761
Total diesel consumido (GJ)	5.7	5.9

*Comentarios: Datos del 100% de los empleados de edificios y oficinas sucursales del Grupo BBVA en el país. Incremento 2007-2008 por aumento de personal en edificios, crecimiento en la red en 20 oficinas nuevas, 415 nuevos sitios para cajeros automáticos.

Lucha contra el cambio climático		
	Emisiones atmosféricas (t)	
	2007	2008
Total CO2 emitido	118,000	115,675
Total CO2 por empleado	3.35	3.35
Emisiones directas CO2	2,483.4	2,386
Emisiones indirectas CO2	115,511.8	113,288

El cálculo de estos datos de CO2 se basa en la metodología GHG Protocol, del WBCSD y del WRI

Incluye el CO2 emitido por consumo de diesel, gas natural y viajes con vehículos propiedad del grupo

Incluye el CO2 emitido por consumo de electricidad, viajes en vehículos no propiedad del Grupo

Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, ninguna instalación de los edificios del Grupo BBVA emite CFCs.

KILÓMETROS DE VIAJES EN AVIÓN:

Cantidad de kilómetros realizados en viajes de avión por empleados del Grupo BBVA, separados por tramos.

	2008	2007
Tramos menores a 452 km (km)	15,170,472	17,024,432
Tramos entre 452 y 1600 km (km)	19,420,328	21,793,657
Tramos mayores a 1600 km (km)	18,886,936	23,608,670

KILÓMETROS DE VIAJES EN COCHE:

Cantidad de kilómetros recorridos por coches de empleados del Grupo BBVA, bien sea por coches asignados a directivos, personal de seguridad o empleados.

	2008	2007
Kilómetros coches de directivos	934,599	857,875
Kilómetros coches de servicios	4,130,389	4,768,399
Kilómetros coches de empleados	7,345,308	8,242,967

Indicadores

Impacto ambiental directo: ecoeficiencia		
	Papel (t)	
	2007	2008
Total papel consumido	1,817	1959
Total papel consumido por empleado	0.0516	0.0567
Papel ecológico consumido (%)	0	713,092
	Residuos gestionados (kg) ²	
	2007	2008
Papel	72,670	324,720
Aparatos eléctricos y electrónicos	22,279	20,650

Se entiende por residuos gestionados aquellos que son tanto reutilizados como reciclados, revalorizados o eliminados (vertedero o incineración sin valorización energética).

Videoconferencias		
	2007	2008
Videoconferencias	1,283	1,502
Salas equipadas con videoconferencias	34	37



COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

EN BBVA BANCOMER VEMOS EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD COMO UN ELEMENTO VITAL PARA EL DESARROLLO DE NUESTRAS OPERACIONES, EJERCEMOS NUESTRA CIUDADANÍA CORPORATIVA DE UNA FORMA RESPETUOSA Y RESPONSABLE, HACIENDO TODO LO POSIBLE POR CONTRIBUIR A LA RESOLUCIÓN DE LOS PROBLEMAS SOCIALES.

Los programas de contribución a la comunidad que hemos emprendido son:

Grupo BBVA destina el 1% del beneficio del banco a Compromiso con la sociedad

BBVA Bancomer incrementó a 5,000 beneficiados más en el programa de becas Por los que se quedan

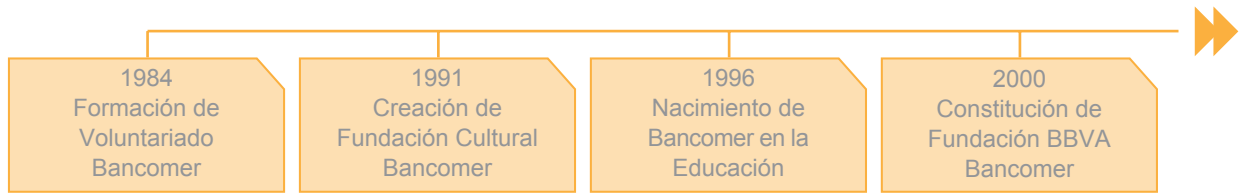
Contribución a la comunidad:

a) Por los que se quedan	10,600 becas en 78 municipios de 10 estados
b) Sistema de Información sobre migración y desarrollo (Becas)	394
c) Olimpiada del conocimiento infantil (Becas)	2,582
d) Becas para preparatoria Itesm - Bancomer	115
e) Becas para preparatoria en línea Prep@Net	1,000
f) Becas de Excelencia Bancomer para licenciatura	61
g) Becas para bachillerato tecnológico Fundemex-Conalep	320
h) Becas para educación ambiental con Pronatura	7,000
i) Becas para educación ambiental con Ciceana	4,386
j) Becas para educación ambiental con Peasma	1,000
k) Voluntariado	24 Centros Educativos en el país donde se capacitó a 3,160 personas
l) Fomento a las artes	Apoyo a 38 proyectos
m) Apoyo en caso de desastres naturales	Reequipamiento de 600 escuelas y entrega de 6,720 despensas
n) Programa educativo de prevención escolar	Material del programa de prevención de adicciones para 3.2 millones de niños

La Fundación BBVA Bancomer, rectora de la estrategia del Grupo Financiero BBVA Bancomer para contribuir con el entorno, es una asociación civil sin fines de lucro encargada de proveer, procurar y canalizar recursos para apoyar programas de desarrollo y asistencia social, cultural y educativa. Está compuesta por

un Consejo Directivo integrado por 11 Consejeros así como de una estructura operativa subdividida en cuatro áreas estratégicas: Programas de Desarrollo Social, Bancomer en la Educación, Voluntariado y Fomento Cultural.

EVOLUCIÓN DE LA FUNDACIÓN BBVA BANCOMER



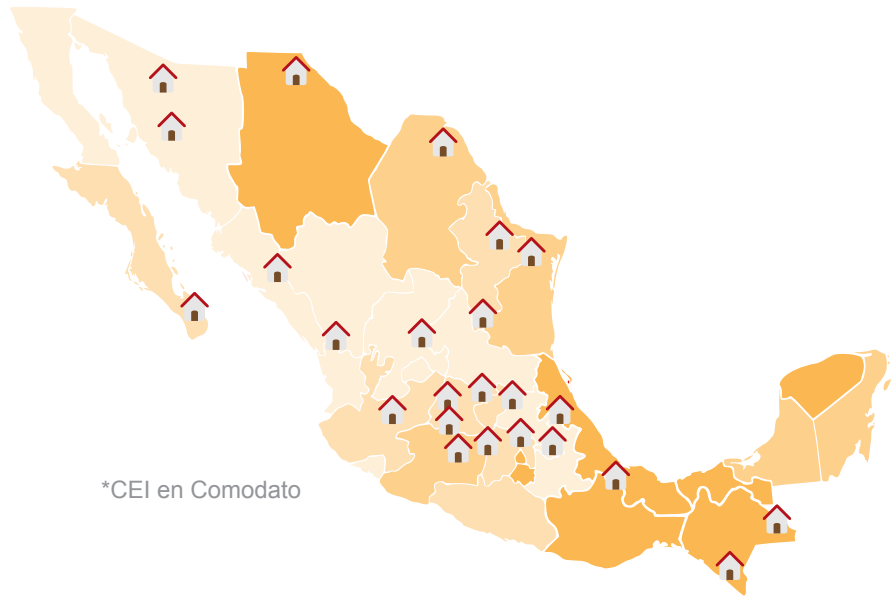
VOLUNTARIADO BANCOMER

Basados en el principio rector de que todas nuestras actividades de contribución con la comunidad gocen de la participación de los colaboradores del Grupo, se constituyó el programa de Voluntariado Bancomer como nuestro primer programa con fines filantrópicos.

El Voluntariado Bancomer opera con 24 Centros Educativos Integrales en distintos estados de la República en los cuales se fomenta el aprendizaje de oficios que tengan aplicación en el terreno productivo para personas de escasos recursos y se brinda educación primaria, secundaria y preparatoria. En los Centros se apoya anualmente a 3160 adultos y 580 niños.

Centros Educativos Integrales

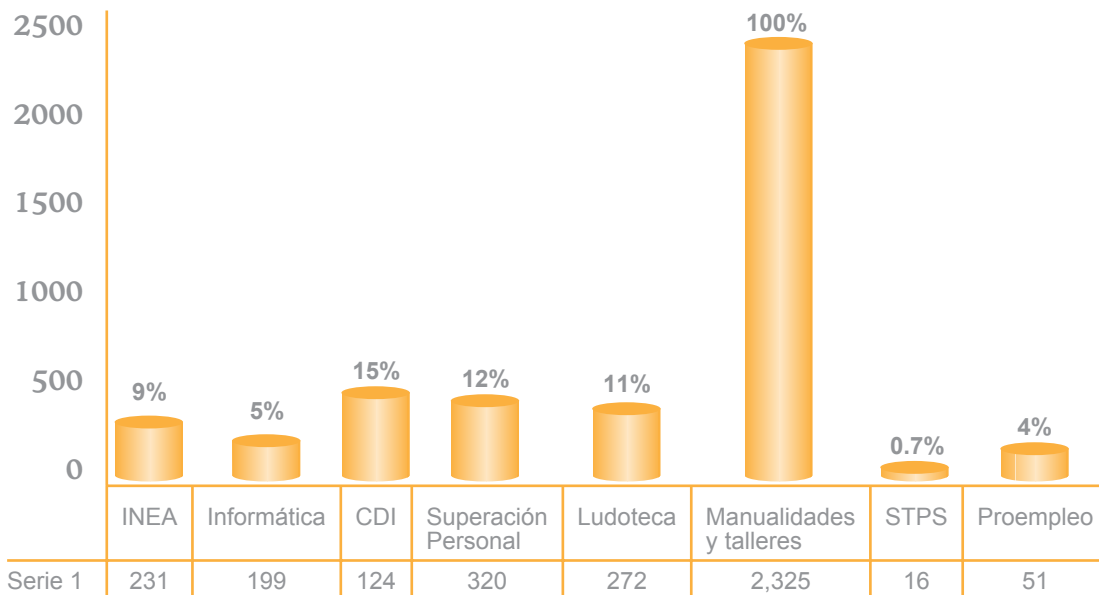
- Aguascalientes
- Ciudad Juárez
- Ciudad Obregón
- Cuernavaca
- Culiacán
- Estado de México*
- Guadalajara
- Hermosillo
- Irapuato
- La Paz
- León
- Mazatlán*
- Distrito Federal
- Monterrey*
- Morelia
- Pachuca
- Querétaro*
- San Luis Potosí
- Tampico
- Tapachula*
- Torreón*
- Tuxpan
- Tuxtla Gutiérrez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



Inscripción 2008-2009

Personas inscritas por actividad

INEA	231	Manualidades y talleres	1,998
Informática	199	Prog. Secretaría del Trabajo	16
Informática con CDI*	124	• "Formación de instructores" Proempleo	51
Superación Personal	320	• Inicie su empresa	16
Ludoteca	272	• Curso de Oficios	35



* Comité para la Democratización de la Informática.

FOMENTO CULTURAL

Este año, el área de Fomento Cultural puso un mayor énfasis en la promoción de proyectos formativos e impulsó con mayor intensidad proyectos artísticos y culturales dirigidos a temas de prioridad para nuestro Grupo tales como la migración y el cuidado del medio ambiente.

SUEÑOS EN TRÁNSITO | A través de Canal 22 se presentó una serie de 13 programas para televisión bajo el título: Sueños en Tránsito, sobre el tema de remesas, con la participación del Ing. Ignacio Deschamps, Presidente y Director

General de BBVA Bancomer, Luis Ernesto Derbez, Ex Secretario de Relaciones Exteriores y actual rector de la Universidad de las Américas de Puebla, y Jorge Bustamante, representante actual de México ante la ONU en temas migratorios, entre otros especialistas.



LIBRO RAÍCES | Elegido para ser la publicación del año, el libro Raíces reitera nuestro interés por México,

tanto por su contenido como por su vinculación con el ideario de compromiso social de la institución, a través del programa “Por los que se quedan”.

Trata sobre dos signos distintivos con los que el siglo XXI inicia: una gran movilidad demográfica y la globalización ante la que debemos replantear nuestra manera de ver las identidades nacionales, los vínculos entre la tradición y el cambio.

OTROS APOYOS

En colaboración con otras instituciones, este año fueron apoyados 38 proyectos de todas las disciplinas artísticas y se lanzaron 2 ambiciosos programas culturales:

- Concurso Nacional Universitario, “Hazlo en cortometraje”, con el tema: “Cómo ser un factor de cambio en pro del medio ambiente en nuestro país”. Recibió 180 trabajos de 86 instituciones educativas provenientes de 24 estados de la República Mexicana.

Recursos otorgados para el concurso de cortometraje \$605,931.41

- Programa Bancomer - MACG, arte actual. Se constituye como una propuesta integral de apoyo para la formación, producción y exhibición de obra de artistas noveles.

A través del Fondo de Apoyo a las Artes, Fomento Cultural otorga apoyos económicos en todas las disciplinas artísticas: artes escénicas, artes visuales, arte en medios y publicaciones.

En 2008 el Fondo de Apoyo a las Artes destinó \$4'975,000.00 pesos para apoyo de diversos proyectos.

BANCOMER EN LA EDUCACIÓN

Bancomer en la Educación, es un programa de gran relevancia ya que su principal objetivo es impulsar la formación de niños y jóvenes mexicanos que, al tener mejores niveles educativos, potenciarán con mayor celeridad el

desarrollo de nuestro país.

Bancomer en la Educación es un área estratégica de la Fundación BBVA Bancomer que ha desarrollado importantes proyectos y ha apoyado programas como los siguientes:

Olimpiada del Conocimiento Infantil. Se trata de un concurso de conocimientos para alumnos de 6° grado de primaria de todas las escuelas del país. El concurso es organizado por la Secretaría de Educación Pública y los premios consisten en planes de becas administrados por Fundación BBVA Bancomer. Cada año se beca a 1,000 ganadores mediante la entrega de 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.

Cabe mencionar que con la intención de involucrar al personal en los programas de apoyo comunitario, el seguimiento de cada becario lo realiza un “padrino” o “madrina”, el director o directora de la sucursal BBVA Bancomer en la que es asignada la cuenta para el depósito de la beca. Estos “padrinos” y “madrinas” dan motivación y seguimiento al desempeño académico del becario. El becario tiene el compromiso de mantener un promedio mínimo anual que va de 8.5 a 9.0 y observar buena conducta, dependiendo del tipo de escuela. De esta forma colaboramos para que pueda continuar sin interrupción sus estudios. A lo largo del programa se han apoyado a **siete** generaciones (**2000 a 2008**), que abarcan **5,000** becas. El compromiso concluye en 2012, término de las últimas becas de preparatoria que se otorgarán en 2009.



Nuestro Director General dio la bienvenida a los ganadores, provenientes de todo el país.

BBVA Bancomer entregó becas a los 1,000 niños ganadores de la Olimpiada del Conocimiento Infantil

1,000 niños de oro

El 21 de julio de 2008, ante el Presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa, nuestro Director General, Ignacio Deschamps González refrendó el compromiso que tiene el Grupo Financiero BBVA Bancomer con la educación y apoyó el programa "Alianza para la Calidad Educativa" del Gobierno Federal.

"Para el Grupo Financiero BBVA Bancomer es motivo de gran satisfacción compartir el gran esfuerzo educativo del Presidente Felipe Calderón". Ignacio Deschamps González

Los 1,000 niños y jóvenes que por su desempeño académico ganaron el certamen Olimpiada del Conocimiento Infantil, organizada por la Secretaría de Educación Pública (SEP), fueron recibidos por el primer mandatario del país y asistieron al acto organizado por BBVA Bancomer, en el cual se realizó la entrega de sus respectivas becas.

Programa Prep@net. Consiste en una dotación de 1,000 becas que BBVA Bancomer otorga de manera conjunta con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) para cursar la preparatoria en línea a 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 254 durante 2008 para alcanzar la cifra de 1,000 becas.

Beca Bancomer-ITESM. En 2008 se mantuvieron 176 becas a estudiantes de alto rendimiento. 115 de preparatoria y 61 para estudiantes de licenciatura, las becas consisten en el apoyo económico para cubrir el 33% y el 67% de colegiaturas respectivamente. En un periodo de cinco años se han otorgado 300 becas para preparatoria y 150 para licenciatura.

Becas Fundación Bancomer-FUNDEMEX. Con base en el acuerdo establecido con la Fundación del Empresariado en México, A.C. (Fundemex) de otorgar becas de excelencia

para alumnos del bachillerato técnico-profesional del Colegio Nacional de Educación Profesional (Conalep), en 2008 se otorgaron 160 becas a nivel nacional.

Cabe mencionar que, al término del bachillerato, los becarios podrán ser candidatos a trabajar en empresas de BBVA Bancomer.

Programa Educativo de Prevención Escolar. Programa dirigido a la prevención de adicciones entre alumnos de preescolar, primaria y secundaria diseñado por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) de España y la Secretaría de Educación Pública (SEP) de México. En 2007 se llevó a cabo este programa en un gran número de escuelas públicas de educación básica del D. F. y dio apoyo en diversas formas a 1.5 millones de niños y en 2008 se puso en práctica en el Estado de México, donde benefició al 100% de las escuelas públicas de educación básica que reciben a 3.5 millones de estudiantes.

Programa de Educación Ambiental. Con base en el interés por la conservación y el compromiso ecológico de BBVA Bancomer,

desde 2002 se tiene un convenio entre Pronatura A.C., el Gobierno del Distrito Federal y la Universidad Nacional Autónoma de México, para apoyar el reacondicionamiento y operación de un centro de investigación ecológica y de educación ambiental, instalado en el “Parque Ecológico de la Ciudad de México Ajusco Medio” .

Como resultado de las acciones establecidas en dicho convenio han visitado el centro de educación ambiental más de 38,922 alumnos, y se otorgaron 7,000 becas anuales para visitas de educación ambiental a igual número de 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, y fueron plantados a lo largo del programa 6,000 árboles.

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. En 2007 se otorgaron 4,000 becas para talleres de educación ambiental y en 2008, 4,386 para alcanzar un total a lo largo del programa de 9,922 becas otorgadas.

(PEASMA) Programa de Educación Ambiental de San Miguel Allende. Desde 2007 BBVA apoya este programa, similar a los de CICEANA Y PRONATURA, que se desarrolla en el Estado de Guanajuato, y que ha beneficiado a más de 2,000 niños. En 2008 fueron becados 1,000 con el apoyo de la Fundación BBVA Bancomer.

MAD – SCIENCE Promoción de interés en las ciencias. Producto del convenio entre BBVA Bancomer y la franquicia canadiense de “edu-entretenimiento” Mad Science, se han organizado desde 2003 diversas ferias de la Ciencia en instituciones educativas y se han llevado a cabo otras actividades como obras de teatro, talleres en exposiciones, stands en museos. Actualmente BBVA Bancomer patrocina Ferias de ciencias en escuelas públicas de diversos estados del país, en coordinación con las autoridades correspondientes.

Desastres Naturales. Se instaló el centro de acopio con el apoyo de 99 voluntarios para recibir víveres para los damnificados de Tabasco y Chiapas.

Se elaboraron 229 recibos deducibles de impuestos por donativos abonados para la cuenta de desastres naturales.

En 2008, en Tabasco fueron equipadas 600 escuelas y en el nuevo Juan de Grijalva, Chiapas se construirán 3 escuelas.





BBVA entrega 700,000 dólares a Cáritas para damnificados del terremoto en Perú

BBVA y Cáritas firmaron un convenio de colaboración mediante el cual la entidad financiera hizo entrega de 392,557.80 dólares recaudados entre sus clientes y empleados en la cuenta aperturada en agosto de 2008 como consecuencia del terremoto que sufrió Perú y que se denominó "Afectados Terremoto Perú". En total, BBVA ha aportado a esta causa 700,000 dólares, ya que a la suma recaudada en las oficinas hay que añadir los 300,000 dólares que la institución había entregado previamente a Cáritas. Esta organización gestionará los fondos recaudados para que apoyen los programas de atención a la emergencia educativa.

El proyecto de atención educativa presentado por Cáritas tiene como objetivo reconstruir la infraestructura inmobiliaria educativa que quedó gravemente dañada tras el terremoto. Además, se hará especial hincapié en la recuperación pedagógica y psicológica que permita reducir los efectos del terremoto en la vida de las comunidades. Asimismo, se desarrollarán capacidades, enfoques e instrumentos de mejora de la calidad educativa. En general se trata de promover el restablecimiento de la comunidad educativa y apoyar la gestión de la educación básica.

PROGRAMAS DE DESARROLLO SOCIAL

El fenómeno migratorio es una situación mundial de sumo cuidado que en México se refleja a través del tránsito de alrededor de 10 millones de mexicanos hacia los países vecinos de Norteamérica, Estados Unidos y Canadá.

Para ayudar a la población que emigra a Estados Unidos y Canadá y muchas veces deja en desamparo a sus familiares, BBVA Bancomer creó el **Programa de Becas de Integración Por los que se Quedan**, bajo los principios de Equidad, transparencia y corresponsabilidad.

Por los que se Quedan. Es un proyecto estratégico y de alto impacto social, que tiene como objetivo general invertir recursos para acompañar el desarrollo académico o escolar del estudiante de secundaria de las comunidades de origen de los migrantes, favorecer su permanencia en la escuela así como contribuir a elevar la calidad de su educación. El esquema previsto para garantizar el éxito de este programa consiste en:

1.- Otorgar una beca económica mensual de mil pesos por parte de la Fundación BBVA Bancomer.

2.- Participación de "padrinos" y "madrinas" (ejecutivos de las sucursales) que acompañan y orientan al becario para que concluya con éxito y a nivel de excelencia su educación secundaria.

3.- Integración y participación de un Comité comunitario local por medio de un grupo de personas que se reúne periódicamente para darle seguimiento y para aportar ideas que enriquezcan el Programa.

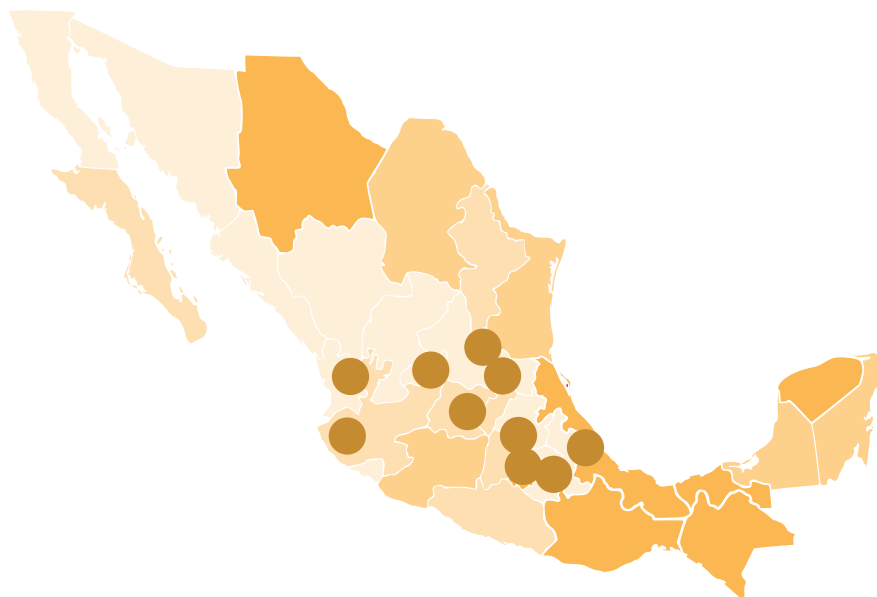
También organiza y realiza actividades a cada caso con Fundación BBVA Bancomer para los becarios. El Comité está formado por directores de escuelas secundarias, el director de la sucursal Bancomer del municipio, padres de familias (de preferencia de algún becario o becaria), líderes de la sociedad civil y promotores comunitarios.

Por medio de una tarjeta bancaria, los becarios hacen el retiro de la beca en los cajeros

automáticos de BBVA Bancomer, permitiendo con esto, en muchos casos, su primer acercamiento con el sistema financiero.

La cobertura del programa en el ciclo escolar 2007-2008 permitió tener presencia en 70 municipios de los estados:

- Estado de México
- Nayarit
- Guanajuato
- Puebla
- Jalisco
- San Luis Potosí
- Michoacán
- Veracruz
- Morelos
- Zacatecas



ir al Índice

Alcances a 2008 y cobertura

Becas de Integración "Por los que se quedan" otorgadas	5,600
Empleados Bancomer involucrados como "padrinos" y "madrinas"	390
Sucursales Bancomer participantes	77
Municipios seleccionados	70
Estados de la República Mexicana seleccionados	10

Generaciones Bancomer

	2006-2009	2007-2010	2008-2011
Becas de Integración "Por los que se quedan"	600	5,600	10,600
Sucursales Bancomer	8	77	86
Empleados Bancomer participando como "padrinos" y "madrinas"	41	351	390
Municipios	6	70	78
Estados	3	10	10



Ignacio Deschamps González
Director General BBVA Bancomer

El Programa Becas de Integración "Por los que se quedan" crece y para el siguiente ciclo escolar ya serán 10,600 jóvenes beneficiados

PROVENIENTES DE DIEZ ESTADOS DEL PAÍS, SE REUNIERON EN CENTRO BANCOMER LOS PROMOTORES COMUNITARIOS.

Con vistas al crecimiento del programa, que pasará de 5,600 a 10,600 becas para el siguiente ciclo escolar, los 74 promotores comunitarios se reunieron con el equipo responsable del Programa, Proyectos de Desarrollo Social, área perteneciente a Fundación BBVA Bancomer, del 4 al 8 de mayo, a fin de celebrar su primera reunión nacional y tomar un curso de actualización.

Durante su participación, nuestro Director General dio la bienvenida a los promotores, a quienes expresó la importancia que este Programa tiene para la Institución, y destacó el propósito de BBVA Bancomer de apoyar en las comunidades de origen de los migrantes, a los jóvenes que tienen interés por continuar su educación y que sufren carencias económicas por la condición de migrantes de sus padres.



CRITERIOS DEL INFORME

PERFIL, ALCANCE, RELEVANCIA, MATERIALIDAD Y COBERTURA DE LA MEMORIA

Este es el segundo Informe Anual de Responsabilidad Corporativa que presenta BBVA Bancomer. En él se incluye información relativa al año 2008, y en algunos casos, con datos referentes al 2007 y se indica el alcance de los mismos. En la mayoría de los casos, solamente se habla de BBVA Bancomer y no de los datos pertenecientes a todo el Grupo Financiero en México.

En relación con el informe del año anterior (2007), se han introducido varios cambios significativos:

- Aunque en el informe anterior se habían tomado criterios metodológicos acordes al Global Reporting Initiative (GRI), en este documento se ha hecho especial énfasis en seguir los indicadores y se ha presentado el índice del GRI en su totalidad.
- Se ha hecho una verificación externa y se ha enviado el GRI para someterlo a la verificación del mismo para consultar recomendaciones.
- Se ha incluido el criterio de la atención que se presta a los Grupos de Interés.
- Se indican las omisiones de los indicadores del GRI que no representan materialidad.

Como un reto para 2009, se llevará a un proceso específico de consulta a los Grupos de Interés para conocer su valoración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 de BBVA y sus expectativas para el año siguiente.

REFERENCIAS BÁSICAS Y ESTÁNDARES INTERNACIONALES

Se han respetado los principios y requisitos de Global Reporting Initiative. El informe ha atendido los criterios generales y específicos para el sector financiero.

Igualmente, BBVA Bancomer ha pretendido demostrar su compromiso con los Objetivos del Milenio de la ONU e incluye el Informe de Progreso 2008, en cumplimiento con los principios de El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, siguiendo la guía de GRI y Global Compact "Making the connections".

RIGOR Y VERIFICACIÓN

BBVA cuenta con áreas de sistematización y gestión de información para proporcionar una sólida fuente de contenidos. Estas áreas son revisadas, verificadas y auditadas (interna y externamente). El departamento de RRC cuenta con un sistema de gestión de información a través de una aplicación informática vía Internet, que facilita el reporte y la compilación de los datos.

AUDITORÍA DELOITTE

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DE LA MEMORIA SOBRE DESARROLLO SOSTENIBLE 2008 DE BBVA BANCOMER, S.A., INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO BANCOMER (BBVA BANCOMER)

RESPONSABILIDADES DE LA DIRECCIÓN DE BBVA BANCOMER Y DE DELOITTE:

- La preparación de la MDS 2008, así como el contenido de la misma, es responsabilidad del Departamento de Responsabilidad y Reputación de BBVA Bancomer, el cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de BBVA Bancomer de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por Código Ético de la Internacional Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre la MDS 2008 de BBVA Bancomer.

México, D.F., 31 de marzo de 2009

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.
Deloitte.
C.P.C. Jorge Tapia del Barrio

ALCANCE DE NUESTRO TRABAJO

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos de la Memoria sobre Desarrollo Sostenible (MDS):

- La adaptación de los contenidos de la MDS a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3), así como los indicadores propuestos en dicha guía.
- La información proporcionada sobre los progresos en las líneas de actuación en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2008.

ESTÁNDARES Y PROCESOS DE VERIFICACIÓN

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la *International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (ISAE 3000) emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la Internacional Federation of Accounts (IFAC).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas al Departamento, así como a diversas Unidades de BBVA Bancomer que han participado en la elaboración de la MDS, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de BBVA Bancomer para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en la MDS 2008.

- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Contraste de que el contenido de la MDS no contradice ninguna información relevante suministrada por BBVA Bancomer en su Informe Anual y en su Informe de Gobierno Corporativo.
- Análisis de la adaptación de los contenidos de la MDS a los recomendados en la Guía G3 de GRI.
- Revisión de los progresos alcanzados en 2008 en relación con las líneas de actuación en Responsabilidad Corporativa.
- Comprobación de que los indicadores centrales incluidos en la MDS se corresponden con los recomendados por dicho estándar y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en la MDS 2008 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de BBVA Bancomer.

CONCLUSIONES

En la tabla de indicadores GRI se detallan los indicadores revisados, el alcance de la revisión y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos recomendados por GRI. Como consecuencia de nuestra revisión:

- no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto que nos haga creer que la MDS 2008 de BBVA Bancomer no ha sido preparada de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).
- no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto que nos haga creer que la información relativa a los indicadores revisados de BBVA Bancomer contiene errores significativos.

- no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada sobre los progresos en las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2008 contenga errores significativos.

RECOMENDACIONES

Adicionalmente, hemos presentado al Departamento de Responsabilidad y Reputación de BBVA Bancomer nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de la Responsabilidad Corporativa. Las recomendaciones más relevantes se refieren a:

- Seguir mejorando el sistema de reporte de los datos de Responsabilidad Corporativa, ampliando el alcance a información actualmente no disponible en BBVA Bancomer.
- Extender de forma progresiva el cumplimiento de los compromisos sociales y medioambientales a nivel general en las instalaciones de BBVA Bancomer.

INDICADORES GRI

Perfil

1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

PÁGINAS

1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.

9-10

1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.

16-18, 26, 55-59

2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

PÁGINAS

2.1 Nombre de la organización.

3

2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.

3

2.3 Estructura operativa de la organización.

6

2.4 Localización de la sede principal de la organización.

3

2.5 Número de países en los que opera la organización.

3

2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.

3

2.7 Mercados servidos.

3

2.8 Dimensiones de la organización informante.

3,4,7,8

2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.

9,15

2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.

82

3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA

PÁGINAS

Perfil de la memoria

3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.

69

3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiera).

69

3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).

69

3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o u contenido.

83

Alcance y cobertura de la memoria

3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.

69

3.6 Cobertura de la memoria.

69

3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.

69

3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparación entre periodos y/o entre organizaciones.

N/A El Informe reporta únicamente datos de BBVA Bancomer.

3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.

69

3.10 Descripción del efecto que pueda tener el volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.

69

3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.

69

Índice del contenido del GRI

3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.

72-81

Verificación

3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación

69-71

externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.

69-71

4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés

PÁGINAS

Gobierno

4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	15-18
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	15
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	16
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	16-18
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	15-18
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	18
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	16-18
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	11-14
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	16-18
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	15-18

Compromisos con iniciativas externas

4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	18
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	15-18
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	4

Participación de los grupos de interés

4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	19-21
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	19-21
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	19-21
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria	19-21

ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES

DIMENSIÓN ECONÓMICA		PÁGINAS	
Información sobre el enfoque de gestión			
Desempeño económico			
EC1: Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	7,8		
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	55-59		
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	41-42, 46-48		
EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	NA		BBVA No recibe ningún tipo de ayuda financiera de gobierno
EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	NA		
Presencia en el mercado			
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	52-54		
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	34-36		
Impacto económico indirecto			
EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	60,64-66		
EC9. Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	ND		
DIMENSIÓN AMBIENTAL		PÁGINAS	ALCANCE DE VERIFICACIÓN
Información sobre el enfoque de gestión			
Materiales			
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	59		
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	59		
Energía			
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	57		
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	57-59		
EN5. Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	ND		
EN6. Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	NA		
EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	ND		

Agua

EN8. Captación total de agua por fuentes.

57

EN9. Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.

NM

BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos cuyo suministro de agua se realiza por la red urbana, sin explotación de fuentes naturales por cuenta propia.

EN10. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.

ND

Biodiversidad

EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.

NM

Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.

EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a la áreas protegidas

NM

Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.

Emisiones, vertidos y residuos

EN13. Hábitats protegidos o restaurados.

NM

BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos, y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad

EN14. Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.

NM

BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos, y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad

EN15. Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones

NM

BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos, y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad

EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.

57-58

EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.

57-58

EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.

55-59

EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.

NM

En los edificios de Bancomer no se usan CFS (sustancias que contienen cloro-fluorcarbono) que dañan el medio ambiente.

EN 20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.

NM

BBVA Bancomer pertenece al sector de servicios y las emisiones de SO Y NO no son relevantes pues derivan únicamente de los viajes de los empleados.

EN 21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.

NM

Debido a que Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos, los vertidos se hacen a través de la red urbana.

EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.

59

EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.

NM

BBVA Bancomer tiene sus sedes en terrenos urbanos por tanto la captación de agua y su vertido se hacen a través de la red urbana.

EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	NA	
EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	NA	
Productos y servicios		
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	55-56	
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	NM	BBVA Bancomer se limita a la comercialización de sus productos sin la responsabilidad directa sobre la gestión de los envases de los mismos ya que estos son residuos no peligrosos.
Cumplimiento normativo		
EN28. Coste de la multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	18	
Transporte		
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	58	
Aspecto general		
EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	ND	
DIMENSIÓN SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO	PÁGINAS	
Información sobre el enfoque de dirección		
Empleo		
LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	34-36	
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	34-36	
LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	ND	
Relaciones Empresa/Trabajadores		
LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	49-50	
LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	49-50	
Salud y Seguridad en el trabajo		
LA6 Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	ND	
LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	50	

LA8. Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	50-51	
LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	49-50	
Formación y Educación		
LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	38	
LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	36-38	
LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	36	
Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	34-35	
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	34-35	
DIMENSIÓN SOCIAL: DERECHOS HUMANOS	PÁGINAS	
Información sobre el enfoque de dirección		
Prácticas de inversión y aprovisionamientos		
HR1: Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	18	
HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	52-54	
HR3 Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	13-14	
No discriminación		
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	14	
Libertad de Asociación y convenios colectivos		
HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	49-51	
Abolición de la explotación infantil		
HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	NM	Sin embargo al tener firmados acuerdos internacionales, la empresa ha tomado medidas para eliminar y rechazar este tipo de actividades, páginas 14, 18, 69

Prevención del trabajo forzoso y obligatorio		
HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	NM	Sin embargo al tener firmados acuerdos internacionales, la empresa ha tomado medidas para eliminar y rechazar este tipo de actividades, páginas 14, 18, 69
Prácticas de Seguridad		
HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	14,31	
Derechos de los indígenas		
HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	14,17-18,69	
DIMENSIÓN SOCIAL: SOCIEDAD	PÁGINAS	
Información sobre el enfoque de gestión		
Comunidad		
SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	60	
Corrupción		
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	18	
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización.	31	
SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción	18,31	
Política Pública		
SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	9,10,18	
SO6 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	NA	
Comportamiento de competencia desleal		
SO7 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	ND	
Cumplimiento normativo		
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	18	
DIMENSIÓN SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	PÁGINAS	
Información sobre el enfoque de gestión		
Salud y Seguridad del Cliente		
PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que	22-25	

se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos	22-25	
PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	NA	
Etiquetado de productos y servicios		
PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	18,22-25,31	
PR4 Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes .	23,25	
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	19-25	
Comunicaciones de marketing		
PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	4,18,25	
PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	ND	
Privacidad del cliente		
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes .	ND	
Cumplimiento normativo		
PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	18	
IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	PÁGINAS	
Información sobre el enfoque de gestión		
FS1: Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	11-14,18	
FS2: Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	13-14,16-18	
FS3: Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	9,10, 11-14,18	
FS4: Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio.	11-14	
FS5: Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente	20-22, 25-52, 54,57,60	

Cartera de Producto		
FS6: Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector	3-4,7-8	
FS7: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	ND	
FS8: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	ND	
Auditoría		
FS9: Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	ND	
Gestión activa de la propiedad		
FS10: Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	ND	
FS11: Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	ND	
FS12: Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.	ND	
DIMENSIÓN SOCIAL: SOCIEDAD	PÁGINAS	
Información sobre el enfoque de gestión		
Comunidad		
FS13: Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos	26-30	
FS14: Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros	26-30	
DIMENSIÓN SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	PÁGINAS	
Información sobre el enfoque de gestión		
Salud y Seguridad del Cliente		
FS15: Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	22-25	
Comunicaciones de marketing		
FS16: Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario	26-33	

REFERENCIAS:

NA.- No aplica a la empresa.

ND.- Información no disponible.

NM.- Indicador no material a la empresa, por tanto no impacta o no es relevante.

PREMIOS Y DISTINCIONES 2008

“**Distintivo ESR**”.- Por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (ALIARSE), derivado del informe que presentó la Fundación BBVA Bancomer. (Octavo año consecutivo).

“**Great Place to Work**”.- otorgado por el Great Place to Work Institute

“**BBVA Bancomer. El Banco del Año**”.- Por la revista Latin Finance

(Segundo año consecutivo).

“**Galardón PYME 2008**”.- Por la Secretaría de Economía (Por segunda vez en 4 años).

“**Fundación BBVA Bancomer. Premio Juchimán de Plata**”.- Por el Gobierno de Tabasco Reconocimiento a actividades filantrópicas y de apoyo tras las inundaciones de Tabasco en 2007.

CERTIFICACIONES

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

Comedores generales y privados **Distintivo H** por segundo año consecutivo



Fundación BBVA Bancomer recibe un importante reconocimiento en Tabasco

➔ Por sus actividades FILANTRÓPICAS y de apoyo tras las inundaciones de 2007, ya que gracias a los donativos de la población, del Gobierno y de nuestro Grupo, fue posible:

- Re-equipar 600 escuelas
- Beneficiar a más de 300,000 estudiantes
- Recaudar un saldo total de 55 millones 734,612 pesos
- Atender la emergencia con 23,000 despensas

➔ Por la TRANSPARENCIA y RENDICIÓN DE CUENTAS en el manejo de los donativos y recursos tanto en la fase de emergencia como en la etapa de reconstrucción

En presencia del Presidente del Municipio de Centro en el Estado de Tabasco, Evaristo Hernández Cruz, Fundación BBVA Bancomer recibió el Premio Juchimán de Plata, honor concedido anualmente en dicho estado por méritos a nivel estatal, nacional e internacional.

Este Reconocimiento también es para ti... ¡ FELICIDADES !

adelante.

DATOS DE CONTACTO

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

ÁREA DE RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

Av. Universidad #1200
Col. Xoco, México, D. F. 03330
Tel.: +52 55 56 21 50 71

www.bancomer.com

respsocial@bbva.bancomer.com

DATOS ADICIONALES

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

ir al Índice

	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2008		OBJETIVOS 2009
POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	<ul style="list-style-type: none"> Avanzar en la integración de la política de RC en la estrategia general y en las áreas de negocio y apoyo del Grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración del Plan Estratégico de "Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) México 2009". 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar el Plan Estratégico de RRC México 2010.
		<ul style="list-style-type: none"> Obtención del Distintivo Empresa Socialmente Responsable por 9º año consecutivo (Centro Mexicano para la Filantropía). Extensión a Filiales. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Obtención del Distintivo Empresa Socialmente Responsable (Centro Mexicano para la Filantropía). Extensión a Filiales Administradora de Fondos para el Retiro Bancomer, S.A. de C.V. y Seguros BBVA Bancomer, S.A. de C.V.
		N/A	Nueva Línea	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de la página de RRC en Intranet.
		<ul style="list-style-type: none"> Participación en el Foro de Reputación México. Realización del 1er. Comité de RRC Octubre. 	😊 😊	<ul style="list-style-type: none"> Generar programas de sinergia con las empresas del Foro (enfoque en educación y temas ambientales). Seguimiento a Comités Trimestrales de RRC.
PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS	<ul style="list-style-type: none"> Adhesión a compromisos internacionales. Desarrollo de informe RRC. 	<ul style="list-style-type: none"> Generación y seguimiento a proyectos que apoyan líneas de trabajo de RRC. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Generación y seguimiento a proyectos que apoyan líneas de trabajo de RRC. Avanzar en la difusión de los Objetivos de Desarrollo del Milenio: "2015, un mundo mejor para Joana" y desarrollar iniciativas que contribuyan a su consecución.
		<ul style="list-style-type: none"> Elaboración del 1er. Informe de RRC México. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Realización del informe RRC 2009 (Certificación GRI y Deloitte).
		<ul style="list-style-type: none"> Medición de prioridades y percepciones entre empleados (anual), clientes y no clientes (semestral) con el Reprtrak. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Continuar midiendo la percepción de empleados (anual), y la de clientes y opinión pública seguirá siendo continua (Reprtrack).
ORIENTACIÓN AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar los canales de comunicación con empleados. Mejorar los canales de comunicación con clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes. 	N/A	Nueva Línea
		<ul style="list-style-type: none"> Mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes. 	N/A	Nueva Línea
INCLUSIÓN FINANCIERA	<ul style="list-style-type: none"> Educación Financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> Definición del proyecto e iniciativas de Educación Financiera. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Definición del plan de expansión en la entrega de contenidos de Educación Financiera.
		<ul style="list-style-type: none"> Producción de cuatro contenidos en conjunto con el Museo Interactivo de Economía (MIDE): Ahorro, Ahorro para el Retiro, Tarjeta de Crédito y Salud Crediticia. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Producción de los contenidos de Crédito Hipotecario y Seguros.
		<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de la primer Aula Educación Financiera en el Museo Interactivo de Economía. Más de 25,000 estudiantes han tomado los talleres, visto los videos y jugado con las calculadoras. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Operación de diversos convenios con las principales instituciones de educación superior para la entrega de contenidos de Educación Financiera a la comunidad estudiantil como parte de la curricula paralela.
		<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de la primer Aula Móvil de Educación Financiera para llevar los talleres de Finanzas Personales a los empleados de las empresas clientes de Bancomer. 	😊	
		<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento del primer Taller de Ahorro a través de la TV IP BBVA Bancomer para los empleados del Grupo. 	😊	
		<ul style="list-style-type: none"> Apertura de las primeras 4 Aulas de Educación Financiera en la red de sucursales en la zona metropolitana de la ciudad de México. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Habilitación y arranque de 8 aulas adicionales de Educación Financiera en la red de sucursales en las principales ciudades del país.
		<ul style="list-style-type: none"> Habilitación de 7 Aulas de Educación Financiera en la red de sucursales en las principales ciudades del país. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Habilitación y arranque de 8 Aulas Móviles y 8 equipos móviles para la entrega de los talleres de Finanzas Personales a los empleados de las empresas cliente del Grupo.
		<ul style="list-style-type: none"> Plan de Bancarización en América Latina 2008-2010. Duplicación de la cartera de créditos, 4 mil millones (MM) de nuevos clientes en México y 3 mil millones (MM) en América del Sur. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de tres Talleres de Educación Financiera a través de la TV IP BBVA Bancomer para los empleados del Grupo.
		N/A	Nueva Línea	<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de los Talleres de Finanzas Personales a través de la red para el público en general.
		<ul style="list-style-type: none"> Facilitar la inclusión financiera a colectivos desfavorecidos o con necesidades especiales. 	<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de Campaña de concientización a través de cápsulas con TIPS de Educación Financiera en medios masivos. Lanzamiento de grupos especiales de talleres de Finanzas Personales para empleados con problemas de sobre endeudamiento. 	😊 😊
FINANZAS RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none"> Avanzar en la aplicación de los Principios de Ecuador. 	N/A	Nueva Línea	<ul style="list-style-type: none"> Definición e implementación del nuevo modelo de gestión para mejorar el cumplimiento de los Principios de Ecuador.



	LÍNEAS DE TRABAJO	PROGRESOS 2008		OBJETIVOS 2009
FINANZAS RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none"> Avanzar en la consideración de factores ambientales en el riesgo crediticio. 	N/A	Nueva Línea	<ul style="list-style-type: none"> Definición e implementación del nuevo modelo de gestión con el área de Riesgos, construcción del mapa de riesgo medioambiental de la cartera Ecorating.
OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar productos y servicios con criterios ambientales. 	N/A	Nueva Línea	<ul style="list-style-type: none"> Promover la oferta de productos verdes. Estado de cuenta cheques y ahorro en formato duplex. Inhibición de estado de cuenta.
GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la encuesta de clima del Grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> Aplicar la nueva encuesta de clima del Grupo y de GPTW. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Aplicar encuesta de clima del Grupo y de GPTW.
	<ul style="list-style-type: none"> Impulsar iniciativas para la conciliación de la vida familiar y laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de nuevas iniciativas del Plan Estilo de Vida. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad Personal y Familiar. Programas prácticos para fomentar la seguridad individual y familiar. Creación de talleres de lectura y Biblioteca virtual (empleados). Impulso a la lectura personal y en familia.
	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> Se otorgaron 40 becas para directivos a nivel maestría en el ITESM. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Proyecto desafío personal. Programas para fomentar el estudio bajo el sistema abierto (de aquél que quiso estudiar pero no se pudo llevar a cabo). Taller "BBVA Bancomer somos todos". Dirigido a líderes para fomentar la diversidad y promover la administración incluyente. Foro de mujeres emprendedoras. Sesiones entre mujeres de alto potencial previamente seleccionadas, sobre temas de desarrollo profesional y personal. Definir un plan de formación global en materia de RC.
COMPRAS RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none"> Difundir el Pacto Mundial entre los proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> Se enviaron cartas a 140 proveedores. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Inclusión de criterios de RC en todos los cuestionarios de homologación del Grupo. Difundir el Pacto Mundial a todos los proveedores del Grupo.
	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar proyectos RRC con proveedores. 	N/A	Nueva Línea	<ul style="list-style-type: none"> Proyecto Pronto Pago como parte de la iniciativa de "Formalidad y cultura de pago".
GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO	<ul style="list-style-type: none"> Ampliar las certificaciones ISO 14001 en edificios. 	<ul style="list-style-type: none"> Se certificaron 2 edificios, uno en Distrito Federal (Montes Urales) y otro en Guadalajara (Vallarta). 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Ampliar las certificaciones ISO 14001 en edificios (a nivel nacional).
	<ul style="list-style-type: none"> Reducir los impactos ambientales directos de BBVA Bancomer. 	<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento del Plan Global de Ecoeficiencia 2008 - 2012. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad medioambiental (empleados). Iniciativas para mejorar el uso de los recursos naturales (papel y energía).
		<ul style="list-style-type: none"> Definición de compromisos del Plan Global de Ecoeficiencia 2008 - 2012. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Seguimiento a compromisos Plan de Ecoeficiencia. Establecer compromisos de compensación de Emisiones CO2 con base a la construcción de nuevas sedes.
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Acción Social. 	<ul style="list-style-type: none"> Olimpiada del conocimiento infantil. Crecimiento en becas de 550 a 1000 becarios. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Olimpiada del conocimiento infantil. Consolidar el programa a 1000 niños.
		<ul style="list-style-type: none"> Programa Becas de Integración "Por los que se quedan". Crecimiento de 5,600 a 10,600 becas y de 70 a 79 municipios (presencia en 10 Estados). 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Programa Becas de Integración "Por los que se quedan". Crecimiento del programa a 15,000 becas.
		<ul style="list-style-type: none"> Programa Educativo de Prevención Escolar (PEPE). 3.2 millones de niños en escuelas públicas. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Programa Educativo de Prevención Escolar (PEPE). Crecimiento del programa en el Estado de México a 4.5 millones de niños.
	<ul style="list-style-type: none"> Educación ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento de 11,000 a 13,000 niños becados (incluyendo Nuevo Programa de Educación Ambiental de San Miguel de Allende (PEASMA), Pronatura y CICEANA). 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento del programa a 15,000 becas (incluyendo nuevo Programa de Educación Ambiental de San Miguel de Allende (PEASMA), Pronatura y CICEANA).
		<ul style="list-style-type: none"> Programa becas de educación Media superior / Superior de 1,000 becarios. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Programa becas de educación Media superior / Superior. Seguimiento y continuidad a los 1,000 becarios.
	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso con la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Jornada de Reforestación. Se sembraron 1,700 árboles en el año. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Campaña de reforestación con un compromiso de sembrar 3,000 árboles anuales.
		<ul style="list-style-type: none"> Programa de apoyo a desastres naturales. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Programa de apoyo a desastres naturales. Continuar con el programa.
<ul style="list-style-type: none"> Programa de apoyo a las artes (Educación Artística). Fomento Cultural tema: Educación ambiental, concurso "Hazlo en Corto-metrage", con el tema: "Cómo ser un factor de cambio en pro del medio ambiente en nuestro país". 		😊	<ul style="list-style-type: none"> Fomento Cultural: se realizará nuevamente el concurso "Hazlo en Corto-metrage". 	
VOLUNTARIADO CORPORATIVO	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar programas de voluntariado corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de los 24 centros del voluntariado, apoyo a 3,160 adultos y 580 niños. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Puesta en marcha de la estrategia definida para los centros del voluntariado.
		<ul style="list-style-type: none"> Plantear estrategia de profesionalización de los mismos. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Continuar fomentando el aprendizaje de oficios y seguimiento a los programas de educación (Primaria, Secundaria y Preparatoria).
		<ul style="list-style-type: none"> Aprobación del programa de voluntarios. 	😊	<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento del programa de voluntarios.