

# Experiencia Responsable con el Cliente

La continua mejora de la experiencia de los clientes es uno de los objetivos permanentes de Grupo BBVA México. Para continuar siendo la institución financiera número uno en México, Grupo BBVA México enfatiza en la excelencia en el servicio, la efectiva atención de las necesidades de sus clientes y la generación de soluciones únicas e innovadoras de la mano con la transformación digital que caracteriza a la Institución.

# Experiencia Única

Durante 2019, Experiencia Única continuó con la misión de impulsar una visión centrada en el cliente de forma transversal a través de todos los pilares de Grupo BBVA México. La experiencia del cliente es el resultado directo del compromiso y comportamiento de los colaboradores. Este año el área se enfocó en fortalecer la experiencia de los colaboradores como parte del proceso de transformación de la Institución. Para esto, Grupo BBVA México busca dotar a sus colaboradores con la información, herramientas y formación para que puedan ofrecer un trato personalizado y adaptado a las necesidades de todos sus clientes en cada punto de contacto. El objetivo es contar con colaboradores empáticos a las necesidades de todos los clientes y con capacidad resolutive.

La evolución de los resultados ha sido impulsada por la apuesta de la Institución a la Experiencia del Cliente. Gracias a los múltiples programas que impulsa el área, Grupo BBVA México se ha consolidado por quinto año consecutivo en el primer lugar en el Índice de Recomendación Neta, métrica que se utiliza para evaluar la satisfacción de los clientes.

Grupo BBVA México se ha consolidado por **5º año consecutivo** en el **1º lugar** en el **Índice de Recomendación Neta de satisfacción al cliente.**

GRI 103-1, 103-2 y 103-3



## Calidad y Servicio al Cliente

Con el objetivo de diferenciarse de su competencia y ofrecer a sus clientes productos y servicios únicos, desde hace años, Grupo BBVA México se ha enfocado en ofrecer una experiencia única, que se distinga por su calidad y por un asesoramiento personalizado.

La metodología para medir la calidad y servicio al cliente permite conocer el grado de recomendación y, por ende, el grado de satisfacción de los clientes de Grupo BBVA México para los diferentes productos, canales y servicios. Este índice se basa en una encuesta que mide, en una escala del 0 al 10, si los clientes recomendarían su banco.

La información obtenida es esencial para mejorar los productos y servicios de la Institución y alinearlos con las necesidades y expectativas de los clientes.

La aplicación de esta herramienta ha permitido a Grupo BBVA México incrementar su confianza con los clientes al punto que lo reconozcan como una de las entidades bancarias más seguras y recomendables en el país.

### Índice de recomendación mercado abierto

Parte de la estrategia de Grupo BBVA México es realizar estudios de la percepción de la marca y así lograr una mejor atención, productos y servicios para sus clientes. El resultado de toda esta estrategia se ve reflejado en su posicionamiento en el índice de recomendación mercado abierto.

Grupo BBVA México mantiene la **primera posición en el Índice de recomendación mercado abierto** ubicándose 7 puntos arriba del segundo lugar.

Canal	Puntos por encima del competidor más cercano
Banca por teléfono	6
Banca en línea	2
Banca móvil	11
ATMs	10



## Índice de recomendación del cliente

Busca conocer la percepción de los clientes de Grupo BBVA México respecto al servicio que reciben. Dicha medición se realiza a través de encuestas telefónicas, electrónicas y orgánicas –encuestas inmersas en cada aplicación–.

Banca	Variación diciembre 2018 vs diciembre 2017	Variación diciembre 2019 vs diciembre 2018
Red Comercial	Subió 2 puntos	Subió 1 punto
Banca Patrimonial y Privada	Subió 5 puntos	Subió 2 puntos
Banca de Empresas y Gobierno	Subió 8 puntos	Subió 1 punto
Negocio hipotecario	Mantiene su calificación	Subió 2 puntos
<i>Consumer Finance</i>	Mantiene su calificación	Subió 2 puntos

## Índice interno de recomendación del cliente

Así como los clientes evalúan al Grupo BBVA México, la Institución evalúa a sus colaboradores. La evaluación consiste en encuestas perfiladas vía correo electrónico, que miden la percepción que tienen las Redes Comerciales respecto al servicio que reciben de sus proveedores internos para proporcionar el servicio al cliente.

Banca	Variación diciembre 2018 vs diciembre 2017	Variación diciembre 2019 vs diciembre 2018
Red Comercial	Subió 3 puntos	Mantiene su calificación
Banca Patrimonial y Privada	Bajó 5 puntos	Subió 8 puntos
Banca de Empresas y Gobierno	Mantiene su calificación	Subió 3 puntos
Negocio hipotecario	Subió 9 puntos	Mantiene su calificación
<i>Consumer Finance</i>	Subió 10 puntos	Mantiene su calificación

## Unidad Especializada de Atención a Clientes

Las reclamaciones y quejas que presentan los clientes hacia Grupo BBVA México son información valiosa para la mejora continua de la Institución. Éstas permiten encontrar las áreas de oportunidad para mejorar la experiencia del cliente. Grupo BBVA México tiene el compromiso de generar esfuerzos para mejorar año con año la gestión de quejas, reclamaciones e inconformidades de todos sus clientes.

Los clientes de Grupo BBVA México pueden presentar sus quejas y reclamaciones a través de:



Sucursales



Línea BBVA



Página web  
apartado de quejas  
y reclamaciones

La Unidad Especializada de Atención a Clientes (UNE) atiende los casos en que las respuestas sobre aclaraciones o reclamaciones no cubren las expectativas de los clientes. La UNE tiene como objetivo mejorar la calidad del servicio de Grupo BBVA México, cuidando el bienestar de los clientes de la Institución. El modelo de gestión y calidad de la UNE asegura que las reclamaciones presentadas sean atendidas de manera eficiente y lo antes posible, atacando de raíz el problema que el cliente presenta.

Una vez que un cliente levanta un reporte, recibe un dictamen por parte del área de aclaraciones de Grupo BBVA México. Si los clientes no se encuentran conformes con la resolución de la Institución, su inconformidad pasa a disposición de la UNE. Ésta atenderá la solicitud a través de sus siguientes canales:



**Correo electrónico:** [une.mx@bbva.com](mailto:une.mx@bbva.com)



**Call Center:** 55 1998 8039 y del interior de la República al 800 112 2610



**Página web:** <https://www.bbva.mx/personas/centro-de-ayuda/quejas-y-reclamos.html>



**Oficinas corporativas:** 2 en Ciudad de México y 1 en Guadalajara

Las oficinas corporativas tienen como objetivo principal la atención a los clientes en asesorías y reclamos, junto con la recepción de los casos escalados de la red y el apoyo en los desistimientos de audiencias de conciliación. En el año 2019 se atendieron 1,542 clientes en las oficinas corporativas de Polanco, 784 en Torre BBVA y 963 en Guadalajara.

Grupo BBVA México obtuvo el mejor resultado histórico con calificación de 9.1 para en el Índice de Desempeño de Atención a Usuarios (IDATU) y cerró el 3T de 2019 con el 1<sup>er</sup> lugar del G6.

### Resultados 2019

Reclamaciones presentadas ante la UNE	2019
Reclamaciones directas del cliente ante UNE	19,697
Reclamaciones ante la CONDUSEF	25,374
Total de reclamaciones presentadas	45,071
Resueltas a favor del cliente	24,935
Resueltas a favor del banco	19,939
Número promedio de días para resolver una reclamación	11

GRI 417-2, 417-3 y 418-1

Reclamaciones directas del cliente ante la UNE



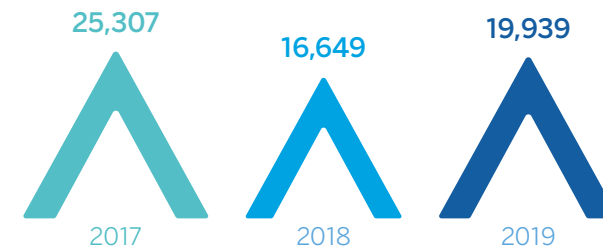
**+24%**  
(mmp y var anual)

Total de reclamaciones presentadas



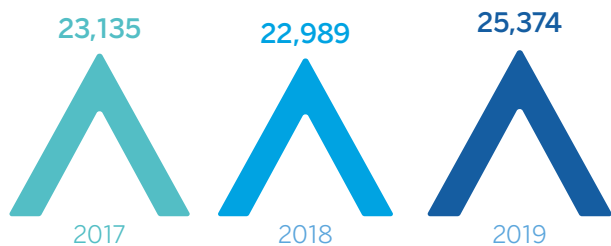
**+16%**  
(mmp y var anual)

Reclamaciones resueltas a favor de Grupo BBVA México



**+20%**  
(mmp y var anual)

Reclamaciones ante la CONDUSEF



**+10%**  
(mmp y var anual)

Reclamaciones resueltas a favor del cliente



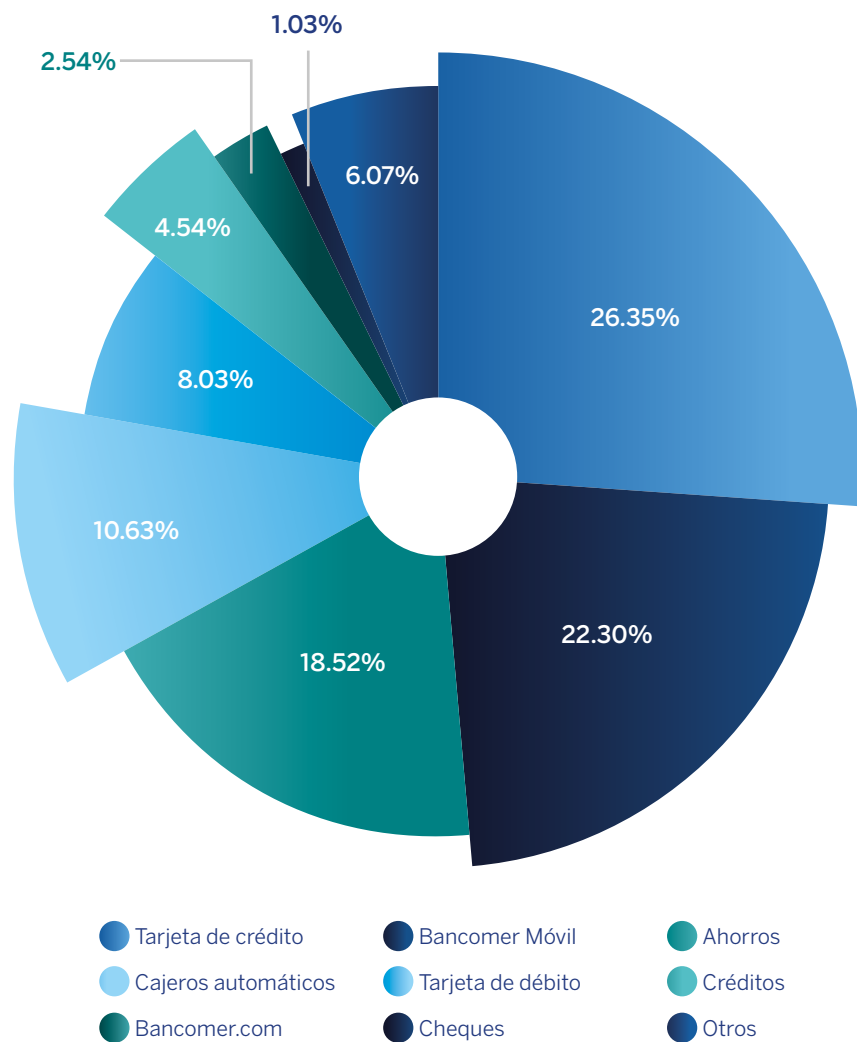
**+14%**  
(mmp y var anual)

Número promedio de días para resolver una aclaración



**+37%**  
(mmp y var anual)

Desglose de reclamaciones por servicio y por producto 2019



### Acciones 2019

- Para mejorar el servicio con el cliente, se sostuvieron mesas de trabajo para la revisión de casos ante el Índice de Desempeño de Atención a Usuarios (Indicador que mide la CONDUSEF, mejor conocido como IDATU) y se llevaron a cabo comités semanales para la revisión de casos atípicos, garantizando el seguimiento de respuesta a las reclamaciones del cliente.
- Con el *First Contact Resolution* (creado en 2018) se ha reducido el número de aclaraciones que migran de una a otra instancia, logrando de esta manera que los clientes sean atendidos de satisfactoriamente desde su primer acercamiento con Grupo BBVA México.
- Se estableció una comunicación proactiva y mediadora, informando a los clientes la resolución de su reclamo y el sustento del mismo, proporcionando solución a nuevas peticiones.

En 2019, el Índice de Recomendación de la UNE incrementó de -6.1 a 42.6, es decir se tuvo una mejora de 48.7 puntos.

### Objetivos 2020

- Reducción del volumen de reclamos identificando causa raíz.
- Aumentar la calificación del Índice de Recomendación Neta.

# Transformación Digital

Grupo BBVA México continúa transformando el sector financiero hacia la digitalización. Año con año, el área de transformación digital se plantea nuevos retos para posicionar a Grupo BBVA México como el mejor banco digital del país.

Grupo BBVA México es reconocido nuevamente por la revista especializada *World Finance* en sus premios "*World Finance Banking Awards*" en las categorías de "**Mejor Banco Digital en México 2019**" y "**Mejor Aplicación de Banca Móvil 2019**".

Para descubrir todas las oportunidades digitales que tiene Grupo BBVA México ingrese a la siguiente página: <https://www.bbva.mx/personas/apps.html>.





## Apps de BBVA



### BBVA México

Es la nueva banca móvil de Grupo BBVA México con la cual los clientes podrán realizar sus operaciones bancarias desde donde estén, consultar sus movimientos, apagar y encender sus tarjetas y disfrutar de más beneficios.



### BBVA Plan

Es una App que ofrece una forma de ahorro cotidiano, ya que, al recibir recomendaciones de ahorro permite a los usuarios alcanzar sus metas de ahorro establecidas de manera fácil y personalizada.



### Apartados

Es la mejor opción para organizarse y hacer los pagos de manera eficiente. El cliente decide cuándo y cuánto dinero necesita apartar para gastos recurrentes como la renta, colegiatura o la luz a través de "sobres electrónicos". Si en algún momento el cliente desea retirarlo, podrá reintegrar el apartado a su saldo disponible de manera inmediata para cubrir el pago que tenga en puerta con sólo pulsar el botón "Disponer".



### BBVA Wallet

Es una nueva manera para administrar las tarjetas, conocer promociones exclusivas y hacer compras seguras por Internet. A través de la App el cliente puede:

- Manejar sus tarjetas digitales para hacer compras seguras por Internet, con códigos de seguridad únicos por operación.
- Recibir alertas y notificaciones siempre que haga una compra.
- Establecer un límite diario de gastos en sus tarjetas de débito o crédito.
- Apagar temporalmente sus tarjetas para mantenerlas seguras y encenderlas de nuevo en segundos.
- Bloquear sus tarjetas por robo o extravío, fácilmente, sin llamar a Línea BBVA.



### BBVA Send

Con esta App, los clientes de Grupo BBVA México pueden pedir, recibir y enviar dinero a sus contactos de celular sin necesidad de números de cuenta ni de tarjeta, con total seguridad en sus envíos, disposición de su efectivo sin necesidad de usar tarjeta, cancelar el envío en caso de equivocación, entre muchos beneficios más.



### BBVA S.O.S.

Exclusiva para clientes de Seguros BBVA México, permite reportar siniestros y solicitar asistencia en tiempo real las 24 horas del día. Permite a los clientes contratar un seguro de coche en tan sólo minutos.



### Hipoteca Digital

Aplicación disponible a través de la página oficial de Grupo BBVA México y en la cual el cliente puede cotizar, calcular su capacidad de crédito y obtener un certificado de crédito para ejercer su hipoteca.

Grupo BBVA México obtuvo el puesto No. 10 en la encuesta "Best Place to Code".

## Inteligencia Artificial



Grupo BBVA México consolida su compromiso con la innovación, al convertirse nuevamente en el primer banco en México en integrar soluciones de inteligencia artificial al servicio de los clientes. La Institución cuenta con un asistente virtual el cual asesora a los clientes acerca de productos y servicios, de forma inmediata desde WhatsApp (Tel: +52 55 5226 2663) o Facebook Messenger, las 24 horas, todos los días.

Existe total seguridad en el manejo de la información; desde WhatsApp, en Ver Contacto, se puede revisar el certificado de seguridad como una palomita verde. Grupo BBVA México NUNCA solicita información personal o bancaria por este medio.

Para más información visite: [https://www.bbva.mx/personas/servicios-digitales/asistente-virtual.html?utm\\_pais=mexico](https://www.bbva.mx/personas/servicios-digitales/asistente-virtual.html?utm_pais=mexico).

En la edición 2019 de *"The Innovators"* de la revista *Global Finance*, el asistente virtual de Grupo BBVA México recibió una mención honorífica.

En este 2019, la Institución ha integrado a "Alexa" de Amazon en el servicio de asistente virtual. Para hacer uso del asistente virtual con "Alexa", es necesario activar el "skill" en la categoría de Negocios y Finanzas y seleccionar BBVA. Los usuarios podrán obtener información para la contratación de productos, localizar sucursales y cajeros automáticos, obtener el tipo de cambio y localizar comercios que cuenten con promociones.

### BBVA *Open Summit*

El *Open Summit* es un evento *Fintech* para reunir a innovadores e inversionistas dedicados a revolucionar el futuro del sector financiero. En 2019 la tercera edición de *Open Summit* tuvo lugar en México y reunió a destacados empresarios e innovadores de toda América Latina. Para Grupo BBVA, la colaboración con el ecosistema *Fintech* se ha convertido en uno de los pilares fundamentales de su estrategia de transformación, tanto para poner a disposición del Grupo BBVA y de sus clientes nuevos productos y servicios, como para contribuir al desarrollo del ecosistema *Fintech* en su conjunto. El lema elegido para *Open Summit 2019* fue "Dinero, Tecnología y Vida".

## Redes sociales

Las redes de Grupo BBVA México son un canal de comunicación importante para la Institución y sus grupos de interés. Este año se consolidaron como el canal Coach de finanzas de los usuarios con 375 mil interacciones (109% más que en 2018). Las buenas prácticas en las diferentes redes sociales de la Institución muestran la innovación y creatividad de Grupo BBVA México en comparación con el sector. A lo largo del año, se establecieron tópicos y dinámicas que permitieron a la Institución tener un real time con 88 proactividades en el año.

En 2019, las redes sociales de Grupo BBVA México se consolidaron como el canal Coach de finanzas de los usuarios con 375 mil interacciones, cantidad 109% superior al resultado del año anterior.

Durante 2019, Grupo BBVA México puso especial atención en transformar la experiencia de sus usuarios en las redes sociales, la Institución logró llegar al 97% de nivel de servicio, 97 de cada 100 usuarios fueron atendidos en tan sólo minutos.

Durante 2019 se recibieron más de un millón de comentarios, de los cuales el 88% fueron atendidos exclusivamente por el asistente virtual (WhatsApp).

Total de seguidores desglosados por redes sociales



**Facebook**  
@bbvaenmexico  
1,475,496 Fans



**Twitter**  
@BBVA\_Mex  
213,184 Seguidores



**LinkedIn**  
bbva-mexico  
166,950 Seguidores



**YouTube**  
bbvamexico  
74,000 Suscriptores



**Instagram**  
@bbva\_mex  
38,483 Seguidores



# Portabilidad nómina

La portabilidad es el derecho que tienen los nominados de cambiar su nómina al banco de su preferencia. En 2019 Grupo BBVA México puso al alcance del mercado una opción para cambiarse de forma 100% digital sin necesidad de acudir a la sucursal, iniciando una cuenta y una portabilidad como ningún otro banco en México.

Al cierre de 2019  
**Grupo BBVA México ocupó el 55% del mercado** en portabilidades aceptadas.

## Re-atracción de nominados

Muchos clientes por razones distintas a ellos cambiaron de banco la nómina. La portabilidad era la opción ideal para aquellos clientes que decidieran regresar su nómina a Grupo BBVA México teniendo como principales motivos: la infraestructura de cajero y sucursales, las Apps, así como sus funciones. Al cierre de 2019, hasta el 50% de algunas empresas que se cambiaron, regresaron a Grupo BBVA México.



## Nuevas nóminas en 2019

	2017	2018	2019
Sucursal	59%	30%	17%
Bcom	10%	1%	5%
Bmovil/App BBVA	31%	69%	78%
Total	345 mil	385 mil	470 mil

**En 2019 se obtuvo un índice de satisfacción del cliente en portabilidad de 92; 2 puntos por encima del resultado en 2018 y 8 puntos por encima de 2017.**

### Jóvenes construyendo el futuro

Desde el inicio de la gestión del actual Gobierno Federal, éste indicó una directriz en apoyar a los jóvenes para que cuenten con una capacitación laboral adecuada para afrontar los retos del futuro; en consecuencia, en 2019 el Gobierno Federal originó el Programa Social Jóvenes Construyendo el Futuro. El perfil del beneficiario es de 18

a 29 años para incorporarlos a actividades productivas por medio de un Centro de Trabajo con el objetivo de otorgar una beca de capacitación para jóvenes por un monto de \$3,600 mensuales durante un año; la meta del programa fue apoyar a 1,000,000 de beneficiarios al cierre de 2019.

En conjunto con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), Grupo BBVA México aceptó el gran reto de apoyar la iniciativa federal. En una primera instancia la institución emitió 3,700 tarjetas de débito físicas.

Grupo BBVA México propuso a la STPS una solución digital única en el mercado financiero del país: "Cuenta Digital Masiva", en la cual el organismo genera una cuenta bancaria nivel 2 mediante BBVA Net Cash con sólo tres datos (CURP, Número celular y correo electrónico), mientras que el beneficiario realiza el enrolamiento en la APP BBVA México desde su celular y cualquier punto del país –en caso de requerir Tarjeta de Débito física, puede asistir a la Sucursal Comercial–.

Con este producto, el crecimiento de atención a los beneficiarios fue exponencial: de 3,700 en febrero, creció a 22,000 en marzo y 169,000 en abril, logrando al cierre de 2019 un total de 1,048,835 cuentas digitales.

Jóvenes Construyendo el Futuro es el primer Programa Social digital del país y, gracias a los resultados obtenidos, Grupo BBVA México ha implementado una iniciativa digital para apoyar con becas a estudiantes de nivel medio superior y universitario de gobiernos estatales de Hidalgo con 10,000 beneficiarios y Guanajuato con 8,000 beneficiarios.



## Campañas de portabilidad de nómina

Grupo BBVA México, además de continuar realizando campañas en medios digitales con información relevante para el público en general, clientes y no clientes; relacionadas con el derecho a la portabilidad de nómina, a la seguridad del proceso, a los canales para llevarla a cabo y a informar sobre los mitos alrededor del trámite, este año realizó una campaña masiva para comunicar el nuevo flujo 100% digital para no clientes: la apertura de una cuenta desde el celular y luego la opción de cambiar la nómina a ésta.

## Objetivo 2020

Seguir siendo el Banco que más nominados prefieren para recibir su sueldo.

# Comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR)

Grupo BBVA México continúa con la aplicación de las pautas de Transparencia, Claridad y Responsabilidad (TCR) que permiten generar vínculos sólidos con sus clientes en distintos puntos de contacto con el cliente como:



Documentos  
Comerciales



Web Pública



Aplicaciones



Servicio  
a Clientes



Campañas

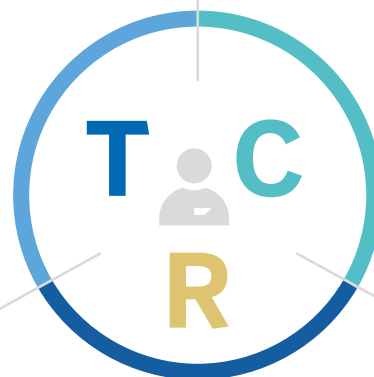
Las pautas TCR son un marco de trabajo que promueve relaciones transparentes, claras y responsables entre la Institución y sus clientes. Este marco busca que los clientes vean a Grupo BBVA México como un banco transparente, que cuida de sus intereses y los ayuda a tomar decisiones informadas, con la finalidad de crear una relación de confianza.

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 417-1, 417-2 y 417-3

# Principios TCR

## Transparencia

- 1 Proporciona al cliente toda la información relevante.
- 2 Da la misma relevancia visual a las ventajas/beneficios y a los riesgos/costes/requisitos.
- 3 Asegura que el mensaje principal es válido para la mayor parte de la audiencia.
- 4 Ten en cuenta que la información relevante varía en función del perfil del cliente, del momento del proceso y del producto.
- 5 Utiliza el canal adecuado: el que te permita contar lo relevante.



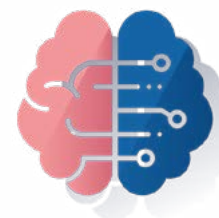
## Claridad

- 1 Emplea una buena estructura y utiliza elementos visuales para facilitar la comprensión y la navegación.
- 2 Vigila que los elementos gráficos den una imagen realista e intuitiva.
- 3 Utiliza un lenguaje claro y fácil de comprender.
- 4 Limita al máximo el uso de la letra pequeña (cuando la uses, que sea clara).
- 5 Fomenta la accesibilidad. En piezas audiovisuales utiliza subtítulos e incorpora lo relevante.



## Responsabilidad

- 1 Cuida de los intereses del cliente en el corto, medio y largo plazo.
- 2 Acompaña al cliente.
- 3 Promueve la salud financiera.
- 4 Da al cliente el control sobre su relación con el banco.
- 5 Haz un uso responsable de los datos personales del cliente.





## Fichas de producto TCR

Son documentos que describen los productos y servicios, utilizando un lenguaje claro y que presenta la información relevante que permite al cliente decidir y confirmar que ha elegido el producto o servicio adecuado. Estos documentos están disponibles con los ejecutivos de las sucursales de Red Comercial y en la página Web.

TCR y el área de Educación Financiera trabajaron en conjunto para lanzar fichas en la página web de Grupo BBVA México con la misma estructura que las fichas de los productos. Estas pautas consideran la aplicación de lenguaje claro y una estructura del contenido que permite al cliente conocer los beneficios y los costos de cada producto. En esta iniciativa se incorporan conceptos de información financiera: <https://www.bbva.mx/personas/productos/tarjetas-de-credito/platinum.html>.

**Al cierre del año se implementaron 80 fichas de los distintos productos y servicios que se comercializan en la Banca Comercial.**

## Contratos TCR

Esta iniciativa consiste en replantear los contratos actuales con los clientes y estructurarlos de una forma más intuitiva y con un lenguaje fácil de entender. Grupo BBVA México ha implementado los principios TCR en un contrato para clientes.

## Indicadores TCR

Los indicadores miden la percepción del cliente con respecto a la transparencia y claridad de Grupo BBVA México en relación con sus competidores con respecto a la transparencia y claridad de los principales productos y servicios. En 2019 se integró un nuevo indicador para conocer si el cliente considera que la Institución promueve su salud financiera

## Proyectos Digitales

Durante 2019 se trabajó en más de 100 iniciativas desarrolladas en la Fábrica Digital de Desarrollo de Negocios y Banca de Empresas, con el objetivo de aplicar las pautas TCR en soluciones digitales.

**Grupo BBVA México ocupa la posición No. 2 para el indicador de percepción de transparencia y claridad respecto a la competencia. Mientras que se ubica en la posición No. 1 para el indicador de percepción de la promoción de la Salud Financiera.**

## Objetivo 2020

Lograr que los clientes perciban a Grupo BBVA México como el banco más Transparente, Claro y Responsable de México.



# Seguridad, Privacidad y Protección del cliente

Grupo BBVA México cuenta con un área especializada para garantizar la seguridad de la información de todos los clientes y el desarrollo de estrategias y políticas en materia de seguridad, privacidad y protección de su información. A lo largo de 2019, se llevaron a cabo los siguientes programas:



Biometría dactilar en oficinas. Se desplegó en las oficinas de Grupo BBVA México; el uso de autenticación biométrica permite realizar diversos trámites, como entrega de tarjeta, reimpresión de NIP, apertura de segundas cuentas, cheques de caja, etc. Con este control se evita la suplantación de identidad.



Biometría dactilar en agencias de auto. Se utiliza para formalizar un crédito de auto, en el proceso de contratación.



Tarjeta digital. Se impulsó el uso de la tarjeta digital en la app de Wallet para realizar las compras en comercio electrónico. Con esto se fortalece la seguridad de las tarjetas de Grupo BBVA México en este tipo de compras.

GRI 103-1, 103-2 y 103-3



## Protección de Datos Personales

Grupo BBVA México resguarda los datos personales de las personas con absoluta confidencialidad y compromiso, adoptando todas las medidas necesarias de acuerdo con las obligaciones legales junto con buenas prácticas dentro de la Institución. De esta manera, Grupo BBVA México implementa y mantiene los más altos niveles de seguridad.



### Derechos ARCO

Son cuatro los derechos que una persona tiene para decidir sobre el uso de sus datos personales:

1. Acceso: conocer qué datos tienen asociados y registrados a su persona.
2. Rectificación: actualizar sus datos personales.
3. Cancelación: eliminar sus datos personales cuando ya no tenga ningún producto o servicio activo.
4. Oposición: bloquear el uso de sus datos para fines distintos a la contratación de sus productos o servicios, por ejemplo, el envío de publicidad y promociones.

Para mayor información, visite la página:  
<https://www.bbva.mx/personas/derechos-arco.html>.

### Curso de formación



Para 2019, se concluyeron las actualizaciones al curso de Protección de Datos Personales (PDP), donde el 76% de los colaboradores matriculados en el mes de noviembre 2019 concluyeron de manera satisfactoria la nueva versión del curso. De forma adicional y de acuerdo con las necesidades de las áreas internas de Grupo BBVA México, se han otorgado capacitaciones en temas de protección de datos personales.

### Campañas de concientización

En 2019 se llevaron a cabo dos campañas en temas de Protección de Datos, con la finalidad de sensibilizar y concientizar a todos los colaboradores de Grupo BBVA México. En ambas campañas se resalta la importancia del cuidado de los datos personales de los clientes, usuarios, candidatos y colaboradores.

Los temas abordados en las campañas fueron:

1. Día Internacional de Protección de Datos Personales 2019 (enero 2019).
2. Segunda campaña de concientización de Protección de Datos Personales 2019 en BBVA (noviembre-diciembre de 2019).

### Postales



A través de los distintos canales digitales con los que cuenta la Institución y para ser utilizados por la red de sucursales –Banca al Día, Red al Día, Wiki Red, CUC y correo electrónico– se enfatiza en la importancia de la Protección de Datos Personales. En 2019 se llevaron a cabo publicaciones periódicas con el fin de mantener actualizado y capacitado a todo el personal de las sucursales.

### Buzón de Protección de Datos Personales (PDP)



A través del buzón de PDP ([protecciondedatospersonales.mx@bbva.com](mailto:protecciondedatospersonales.mx@bbva.com)), se da atención a todo tipo de quejas, comentarios y/o situaciones reportadas en temas de protección de datos de clientes y/o usuarios de Grupo BBVA México.

Para conocer el Aviso de Privacidad de Grupo BBVA México, ingrese a:  
<https://www.bbva.mx/personas/aviso-de-privacidad.html>.  
 Para solicitar sus derechos ARCO y conocer el procedimiento a seguir:  
<https://www.bbva.mx/personas/derechos-arco.html#presenta-tus-documentos>.