

# Experiencia única

05



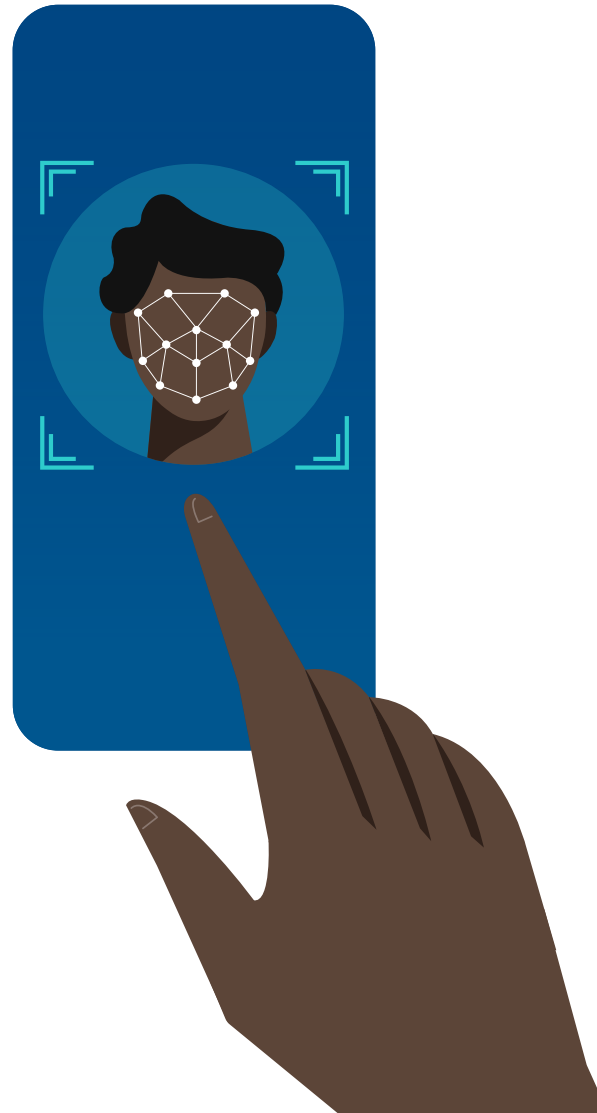
**Grupo BBVA México** tiene como prioridad mejorar continuamente la experiencia y satisfacción de sus clientes. Con el fin de brindarles una **experiencia única y cumplir con sus expectativas y necesidades** al proveer servicios de excelencia y calidad, ha desarrollado una serie de iniciativas innovadoras enfocadas en la comunicación con el cliente, transformación digital, facilidad de acceso y protección de datos y privacidad.

# Experiencia única

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

Durante 2020, Grupo BBVA México mantuvo su compromiso transversal de brindarle una experiencia única al cliente. Para lograrlo, la Institución ha proporcionado las herramientas y formación a sus colaboradores con el fin de que cuenten con las capacidades necesarias para proporcionar un servicio de calidad y atención personalizada.

Gracias a los **múltiples esfuerzos** por brindar el mejor servicio a sus clientes, Grupo BBVA México se encuentra por **6° año consecutivo en el 1er lugar del Índice de Recomendación Neta de Satisfacción al Cliente.**



## Calidad y servicio al cliente

Para mantenerse como líder en productos y servicios financieros, Grupo BBVA México, se esfuerza día a día en ofrecer servicios y productos únicos que superen las expectativas de sus clientes. Para lograrlo, se ha desarrollado una metodología para medir la calidad y servicio al cliente que permite conocer el grado de recomendación y satisfacción de los clientes para cada uno de los diferentes productos, canales y servicios. Esta metodología, consiste en una encuesta que mide, en una escala del 0 al 10, el grado en que los clientes recomendarían al Banco.

## Índice de recomendación del cliente

Parte de la estrategia de Grupo BBVA México en torno a la satisfacción y bienestar de sus clientes consiste en reconocer su percepción a través de encuestas, tanto internas como externas.

Durante 2020 se realizaron 2,568,546 encuestas electrónicas y 61,560 telefónicas, con el fin de conocer la opinión de los clientes de Grupo BBVA México y, adicionalmente, se realizaron 43,344 encuestas electrónicas internas que miden la percepción de las Redes Comerciales respecto a la atención que reciben por parte de sus proveedores internos para proporcionar el servicio al cliente.

## Ciente

Banca	Variación 2019 vs 2020
Red Comercial	↑ 7.1 puntos
Banca Patrimonial y Privada	↑ 2.6 puntos
Negocio Hipotecario	↓ 3.1 puntos
Consumer Finance	↑ 1 punto
Banca de Empresas y Gobierno*	↓ 2.4 puntos
Banco	↓ 0.6 puntos

\*A pesar de la disminución de la Banca de Empresas y Gobierno, ésta se mantiene en primer lugar en el ranking.

## Interno


Banca	Variación 2019 vs 2020
Red Comercial	Mantiene su calificación
Banca Patrimonial y Privada	Mantiene su calificación
Negocio Hipotecario	↓ 0.4 puntos
Consumer Finance	↑ 2.1 puntos
Banca de Empresas y Gobierno	↑ 2.7 puntos

Adicionalmente, como parte de los esfuerzos institucionales por mantenerse en contacto e interacción constante con el cliente, así como facilitar su experiencia con los servicios y productos durante la emergencia sanitaria derivada del COVID-19, Grupo BBVA México, implementó la Banca Remota e iniciativas *Do it yourself* con el fin de impulsar a los clientes a vivir una experiencia única cuidando su salud y la de los colaboradores de la Institución.

## Objetivos 2021



Mantener el primer lugar en las evaluaciones de mercado abierto.



Encontrarse arriba del promedio de los siguientes dos competidores.



Ser la mejor empresa para trabajar.



## Unidad Especializada de Atención a Clientes (UNE)

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

Escuchar los comentarios de los clientes respecto a su experiencia con el Grupo es fundamental para la mejora continua de la Institución, ya que permite la identificación de brechas y áreas de oportunidad en los servicios, productos y atención de Grupo BBVA México.

Como parte del compromiso con la satisfacción y bienestar del cliente, se pone a su disposición un canal para aclarar sus quejas y reclamaciones a través de: sucursales, línea BBVA y página web.

Adicionalmente, si el cliente no se encuentra satisfecho con la resolución recibida, la Unidad Especializada de Atención a Clientes (UNE) se encarga de atender los casos que requieren una aclaración específica; esto con el objetivo de atender la solicitud de manera eficiente e identificando el problema de raíz para cumplir con las expectativas de los clientes y mejorar la calidad de los servicios de Grupo BBVA México. La UNE cuenta con los siguientes canales:

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

 **Call Center nacional:** 800 112 2610

 **Call Center internacional:** 55 1998 8039

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

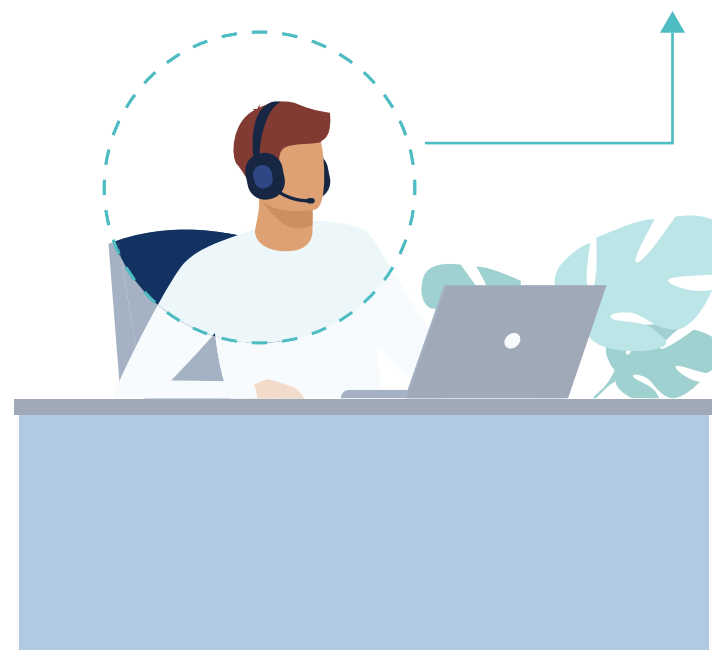
 **Oficinas corporativas:** CDMX y GDL.

Dentro de las oficinas corporativas de Grupo BBVA México se brinda atención a clientes en asesorías y reclamos. Durante 2020 se atendieron 1,167 clientes en Torre Parques Polanco, 284 en Torre BBVA y 666 en Guadalajara.

### Grupo BBVA México

obtuvo el mejor resultado histórico con calificación de 9.53 en el **Índice de Desempeño de Atención a Usuarios (IDATU)** y cerró con el **2<sup>do</sup> lugar del G6.**

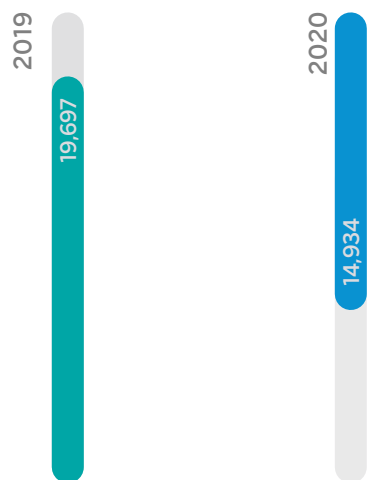
Durante 2020, se brindó **solución a nuevas peticiones** teniendo un porcentaje de **95%** de contacto con el cliente.



## Resultados 2020

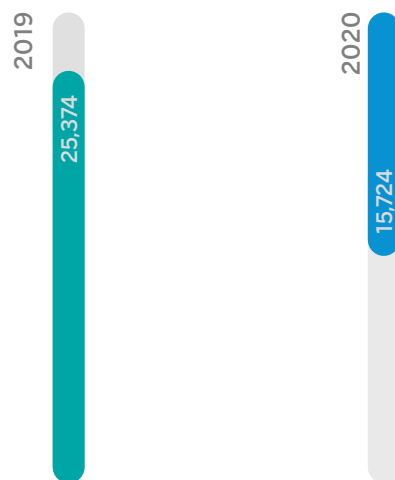
Durante 2020 se presentó un total de 30,658 reclamaciones relativas, entre otras cosas, a información y etiquetado de productos y servicios y comunicaciones de marketing, como publicidad, promoción y patrocinio; lo cual representa una disminución de 32% en las reclamaciones presentadas respecto a 2019, con un promedio de 9 días para su resolución. Las reclamaciones recibidas se distribuyen de la siguiente manera:

### Reclamaciones ante la UNE



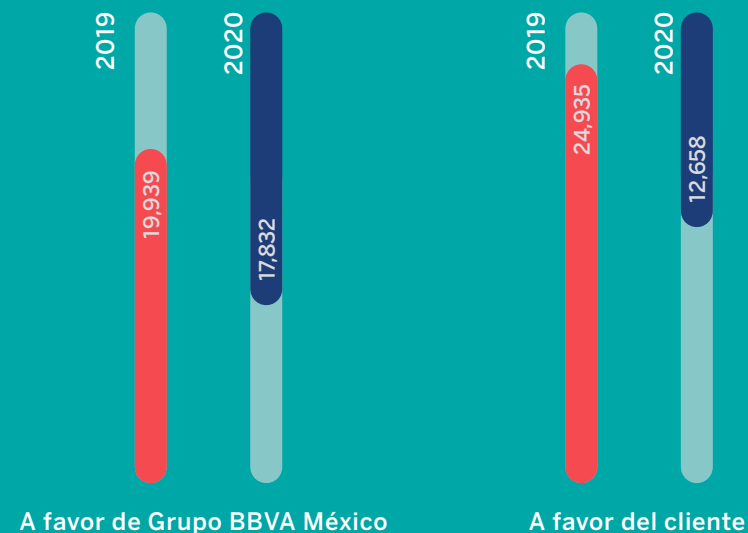
\*Se presentó una reducción de 24% en las reclamaciones presentadas ante la UNE respecto a 2019.

### Reclamaciones ante la CONDUSEF



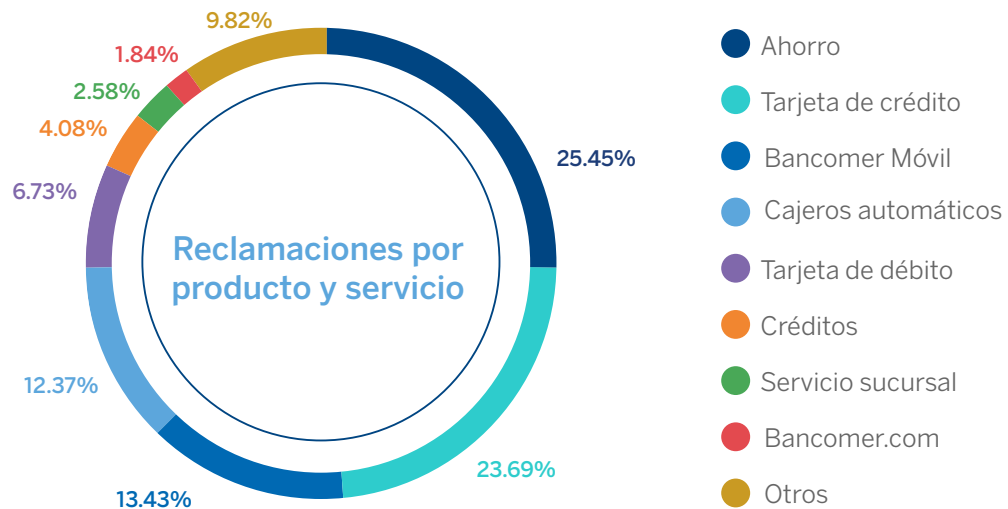
\*Se presentó una reducción de 38% en las reclamaciones presentadas ante la CONDUSEF respecto a 2019.

### Reclamaciones resueltas



A favor de Grupo BBVA México

A favor del cliente



En 2020, el **Índice de Recomendación de la UNE** incrementó de -9.0 a 28.1, teniendo una mejora de **37.1 puntos**.



#### Objetivos 2021

- 

*Best in class:* Brindar la mejor atención en el sector bancario G15.
- 

Inclusión de la métrica *First Call Resolution (FCR)* que representa el número de quejas resueltas en la primera interacción.



# Transformación Digital

Grupo BBVA México es reconocido por su innovación y aporte a la transformación del sector financiero hacia la digitalización brindando soluciones tecnológicas de calidad a sus clientes. Durante 2020 se desarrolló una serie de nuevos productos y funcionalidades para poner al alcance del cliente:

## Nuevas funcionalidades de la App BBVA que ahora es “Tu asesor financiero”

Las nuevas funcionalidades permiten gestionar los medios de pago y financiamiento. Es una experiencia que permite a nuestros clientes aprovechar al máximo las oportunidades financieras y los beneficios que le brinda BBVA mediante un ecosistema integral de productos y herramientas digitales.

Una manera simple y conveniente al facilitar la gestión de su capacidad máxima de crédito desde nuestra app móvil con un medio físico de pago de última generación.

Algunas de las nuevas funcionalidades que incluye esta aplicación son:

- Tarjetas digitales y CVV dinámico
- Bloqueo temporal de tarjetas físicas y digitales
- Promociones y consulta de Puntos BBVA: Realizar compras inteligentes, maximizando los beneficios de puntos y promociones a través de un programa integral de lealtad
- Simulador de intereses: Brindar al cliente la posibilidad de simular los intereses que podría generar para el siguiente periodo dependiendo del pago que decida hacer desde el pago mínimo hasta el pago para no generar intereses, indicado en su estado de cuenta

## Operaciones de Inversiones a Plazo y Fondos a un clic



### Contratación y renovación de pagarés desde la App de Grupo BBVA México

Esta funcionalidad le permite al cliente abrir un contrato nuevo de una inversión a plazo desde la App de BBVA.

Se liberó en julio de 2020 y al finalizar diciembre el número de contratos aperturados fueron más de 138 mil.



### Compra subsecuente/renovación de pagaré

Esta funcionalidad le permite al cliente realizar compras subsecuentes o renovaciones de una inversión a plazo desde la App de BBVA. En los primeros 8 meses se consiguieron más de 34 mil mdp en renovaciones de este producto.



### Fondos de inversión

A partir de 2020 los clientes de Grupo BBVA México que ya cuentan con un contrato, tienen la posibilidad de realizar una compra subsecuente de fondos de inversión. Logrando en los primeros 5 meses 80 mil operaciones, lo cual representa una captación de 4 mil millones de pesos.



### BBVA Invest

Busca ofrecer una nueva experiencia digital en Inversiones. El objetivo es que cualquier cliente tenga acceso a portafolios de inversión sin necesidad de ser expertos en el tema o que dependan de una persona que los asesore. A través de un sencillo cuestionario, BBVA recomienda el portafolio más adecuado en función de su perfil de riesgo, horizonte y objetivo de inversión. Se encuentra disponible en dos canales:



**BBVA.mx:** proceso *end-to-end DIY* para la contratación y operación de fondos de inversión.



**Oficinas de Banca Patrimonial y Privada (BPYP):** disponible el cuestionario de perfil de inversión y propuesta de inversión que homologa la oferta de portafolios y brinda una nueva experiencia de asesoría para la Banca Patrimonial.



### Obtención de TDC no preaprobada

Dentro de la App de Grupo BBVA México se integró la opción de evaluarse y obtener una tarjeta de crédito a través de una validación en línea de los documentos y datos necesarios. Desde su implementación, en octubre de 2020, se realizaron más de 5,000 contrataciones en el año.







### Autorización de consulta de Buró de Crédito

Esta funcionalidad desarrollada para la App de BBVA busca acompañar a los clientes de Grupo BBVA México en su consulta de Buró de Crédito con la finalidad de poderles otorgar en un futuro alguna oferta de crédito. Funciona a través de campañas en las que el cliente puede proporcionar su autorización para consultar su buró; incrementando nuestra base de créditos colocados.

#### Resultados Campaña diciembre 2020-enero 2021:

La campaña de autorización para consultar el buró de crédito se le envió a 1,098,000 clientes, de los cuales, 19.2% (210,762) autorizaron para realizar la consulta.

Para 2021 se enviará la campaña a 9 millones de clientes dentro de la App de BBVA.



### Seguros de nueva generación

BBVA Seguros México creó los seguros Mascota, Embarazo y Cyber con el fin de proporcionar las mejores soluciones y servicios de protección y previsión para sus clientes, asegurando lo que más les importa.



### Seguro Estudia y Hogar

Grupo BBVA México busca tener productos dinámicos, que permitan al cliente asegurar lo que le interesa, siempre con asesoría sobre los niveles de aseguramiento correctos. Hogar Seguro Dinámico (HSD) recomienda al cliente una suma asegurada adecuada para la zona de su vivienda, y le permite elegir las coberturas que desea, incluyendo asegurar solamente los contenidos para arrendatarios.

Seguro Estudia es un Seguro de Ahorro destinado a la educación denominado en pesos, que nació ya en formato digital. Ambos son los únicos 100% DIY en el mercado mexicano.



### App BBVA Empresas

En junio de 2020, se llevó a cabo el lanzamiento de la app BBVA Empresas, dirigida principalmente al segmento PyME. En sólo 6 meses, ya se contaba con más de 120 mil clientes afiliados y se han transaccionaron más de 25 mil millones de pesos.

Dentro de las funcionalidades más destacadas de la aplicación se encuentran los pagos SPEI, las descargas de estados de cuenta desde el celular, la compra-venta de dólares entre cuentas propias, el primer crédito digital contratado desde el celular para PyMEs: el Anticipo TPV y la cobranza con CoDi permitiendo que los pequeños negocios realicen el cobro sin contacto. Durante 2021, BBVA Empresas seguirá creciendo en funcionalidades para atender a todos los segmentos de personas morales del banco.



### BBVA Link de cobro

Esta nueva modalidad permite realizar transacciones seguras con cargo a tarjetas de crédito o débito de cualquier Banco; a través de envío de SMS, por redes sociales o envío de un correo electrónico, sin necesidad de instalar una aplicación en el celular.



## Innovación, mejora de experiencia y seguridad

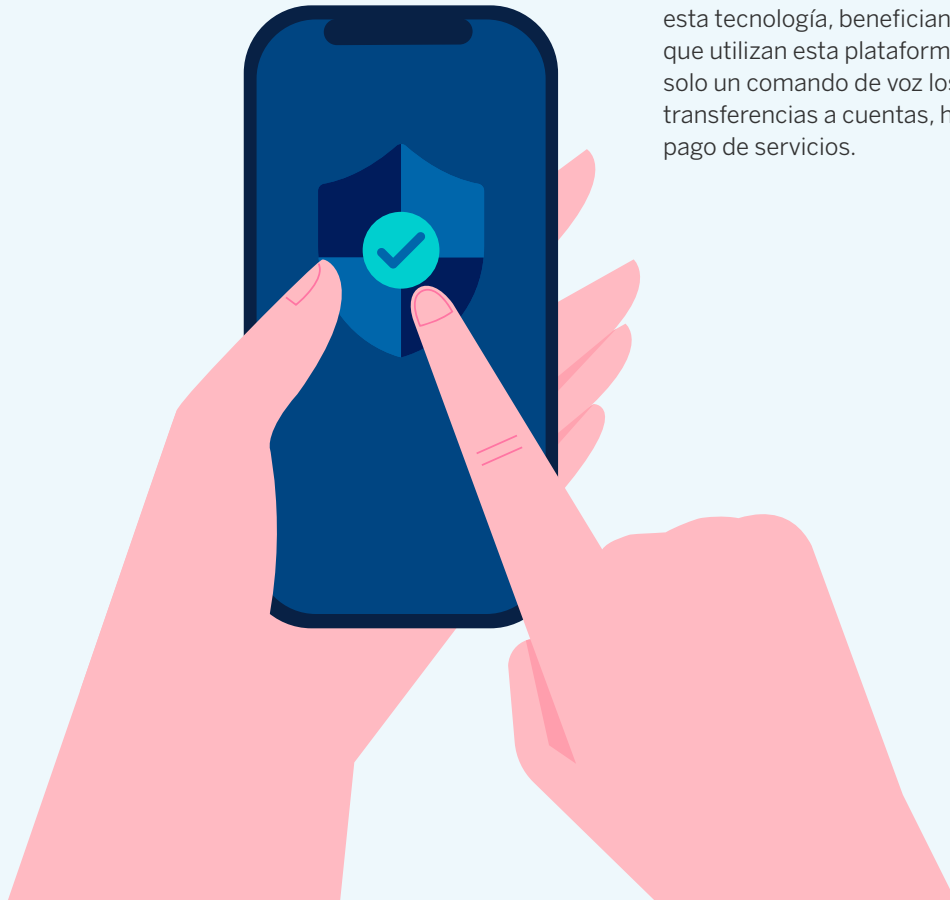
Se desarrolló la funcionalidad “Turno digital”, la cual permite a los clientes programar su visita a sucursal desde su App BBVA y ahorrar tiempo, lo que, en consecuencia, hace más eficiente y optimiza las capacidades de atención en sucursal al distribuir la demanda y saturación mejorando así la experiencia del cliente respecto de los tiempos de espera.

Por otro lado, se implementó el Asistente Google, dentro de la aplicación móvil; el cual funciona con inteligencia artificial. Su objetivo es fortalecer la oferta de asistentes virtuales del banco, tanto en México como en el resto de países donde opera el Grupo BBVA, para mejorar la experiencia de los usuarios haciendo más rápida y eficiente la gestión de sus finanzas.

Grupo BBVA México fue el primer banco en implementar esta tecnología, beneficiando a los clientes móviles que utilizan esta plataforma en el país, ya que con solo un comando de voz los usuarios pueden realizar transferencias a cuentas, hacer pagos a tarjeta de crédito y pago de servicios.

Durante 2020 se llevó a cabo el primer *Hackathon digital y global de BBVA*, una competencia de programación, donde participaron jóvenes de diversos países (México, España, Colombia y Perú) con la finalidad de contribuir a la transformación digital de los servicios financieros, así como impulsar a los emprendedores y desarrolladores a nivel mundial a través de la resolución de retos. Durante el Hackathon 2020 contamos con la participación de 792 personas.

Uno de los principales retos presentado fue “Mi huella verde”, el cual buscaba el desarrollo de una herramienta que calcule la huella de carbono generada por personas y PyMEs junto con sugerencias de reducción de la misma con el objetivo de enfatizar la importancia de la sostenibilidad en el negocio de Grupo BBVA México.

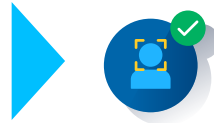


## Nuevos Modelos de Relación con el Cliente

En el año 2020, Grupo BBVA México desarrolló nuevos canales de interacción con sus clientes. Uno de ellos es Banquero Remoto, a través del cual proporciona servicio, asesoría y venta de productos financieros a sus clientes de manera remota sin necesidad de asistir a una sucursal; implementando un modelo 100% de *Home Office* y logrando atender a más de 1.7 millones de clientes.

Asimismo, se desarrolló la estrategia Banco de Barrio, la cual consiste en aprovechar la presencia de Grupo BBVA México para atender a las PyMEs de México. A través de las 1,700 sucursales de BBVA y los más de 3,500 ejecutivos se pone a disposición una oferta comercial muy atractiva para los negocios del país, especialmente para el segmento micro que representa más del 90% de las unidades económicas del país.

**65 mil**  
cuentas  
abiertas



Más de  
**1,000 mdp**  
facturados en  
13 mil TPVs  
colocadas



**32 mil**  
nuevos  
clientes



**27 mil**  
nuevos  
nominados



**66 mil**  
apps BBVA  
Empresas  
descargadas



**235 mdp**  
en primas de  
seguros PyME



## Grupo BBVA México

fue reconocido por **Global SME Finance Awards 2020** gracias a su ambición y diseño en la estrategia de atención de las PyMEs a través de su **programa Banco de Barrio.**

## Reconocimientos

### *IT Masters Mag - Blue "Iniciativa más innovadoras de México"*

Blue fue reconocido como una de las iniciativas más innovadoras de México por utilizar inteligencia artificial para realizar operaciones financieras por medio de la voz y mensajes de texto. Durante 2020 se registraron 1.7 millones de conversaciones con Blue en la App BBVA, mientras que, con Blue en WhatsApp, 141 mil interacciones. Asimismo, con las operaciones disponibles en la App BBVA se solucionaron alrededor de 40% de los servicios que nuestros clientes buscan en Línea BBVA.

### *Global SME Finance Awards 2020*

La ambición y el diseño de la estrategia para la atención de las PyMEs fue reconocida por Global SME Finance Awards 2020 gracias a la estrategia de Banco de Barrio.

# Comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR)

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

Transparencia, Claridad y Responsabilidad (TCR) son tres principios que permiten generar vínculos sólidos con los grupos de interés de Grupo BBVA México, principalmente clientes, a través de diversos canales como:



Documentos  
comerciales



Web Pública



Aplicaciones

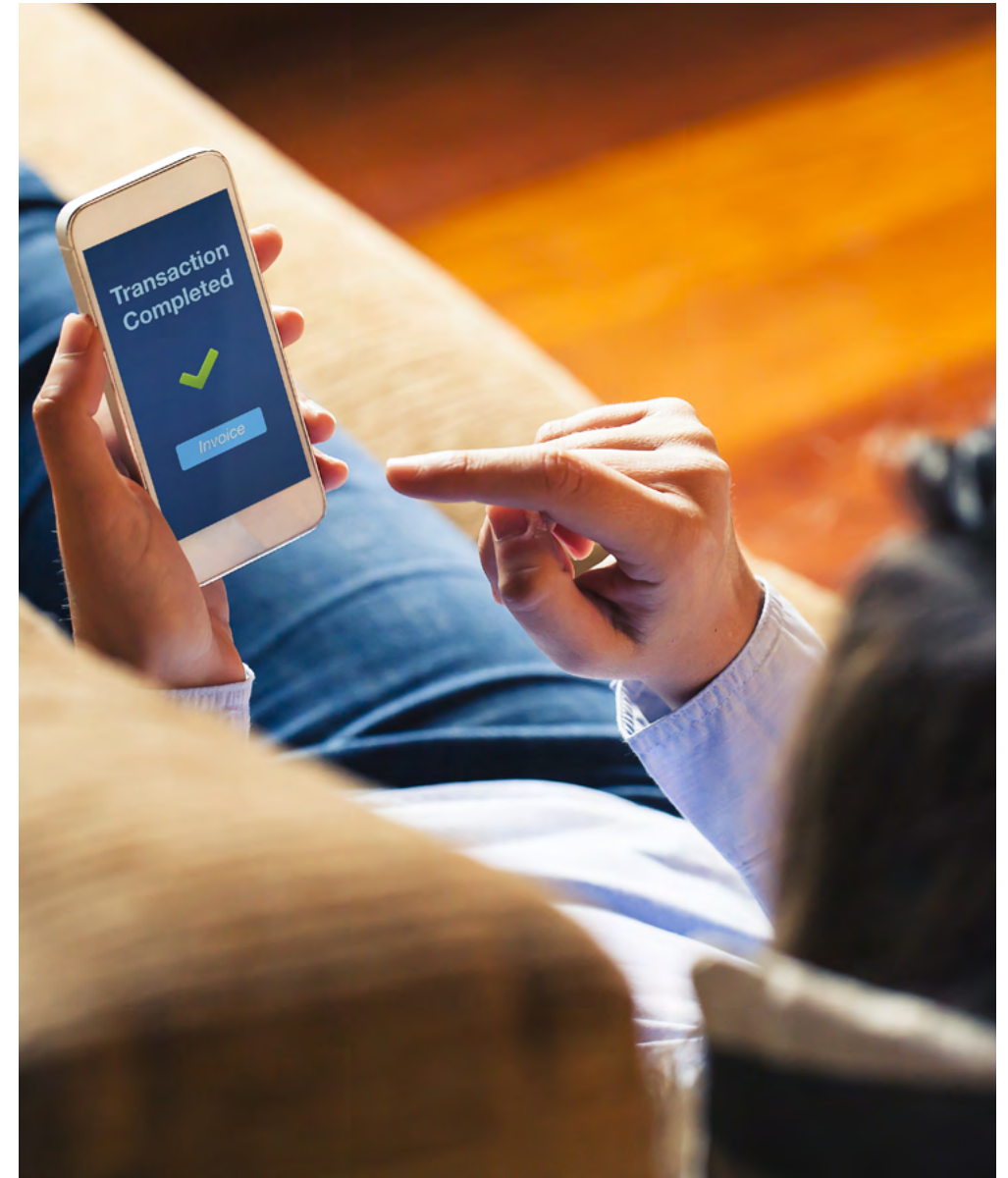


Servicios a  
Clientes



Campañas

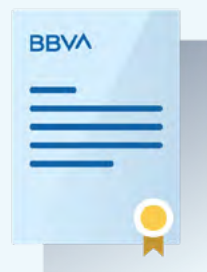
Estas pautas se integran de manera sistemática en la creación de soluciones y experiencias para el cliente con el fin de mostrar los esfuerzos de Grupo BBVA México por crear relaciones de confianza, cuidar sus intereses y apoyarlos en la toma de decisiones informadas.



## Principios TCR

### Transparencia

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



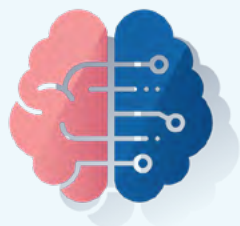
### Claridad

- 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 Fomenta la accesibilidad. En piezas audiovisuales utiliza subtítulos e incorpora lo relevante
- 4 Utiliza un lenguaje claro y fácil de comprender
- 5 Limita al máximo el uso de la letra pequeña (cuando la uses, que sea clara)



### Responsabilidad

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



Para hacer realidad estos principios, se cuenta con una Política de Transparencia que establece las pautas aplicables a cualquier comunicación o publicidad y rigen las diferentes líneas de trabajo como:

- Implantación de los principios TCR en las nuevas soluciones digitales a través de la participación de expertos TCR en la conceptualización y diseño de las mismas; especialmente en soluciones digitales de impacto masivo en cliente minorista
- Incorporación de los principios TCR en la creación y mantenimiento de contenidos clave para los clientes como: fichas de producto, contratos, respuestas de cartas de reclamaciones, comunicación relativa al COVID-19, entre otros
- Sensibilización y formación TCR en todo el Grupo a través de una comunidad virtual, talleres y acciones *online*
- Indicadores TCR que miden la percepción de transparencia y claridad del cliente hacia Grupo BBVA México respecto a sus productos y servicios

Durante 2020, se desarrollaron más de 150 iniciativas por los equipos Scrum de la Fábrica Digital de Desarrollo de Negocios y Banca de Empresas con el objetivo de aplicar los principios TCR en soluciones digitales.

### Objetivo 2021



Dar continuidad a la estrategia TCR integrando prácticas de *Behavioral Economics* (conducta económica) para contribuir en la mejora de la reputación.

## Grupo BBVA México

ocupa la **posición #1** para el indicador de percepción de **transparencia y claridad.**



# Seguridad, Privacidad y Protección del Cliente

GRI 103-1, 103-2 y 103-3, 418-1



Para Grupo BBVA México, la privacidad, seguridad y protección de sus clientes es prioridad; por lo que cuenta con un área especializada enfocada en el desarrollo de estrategias y políticas para garantizar el cuidado de la información. Asimismo, se ha implementado una serie de programas enfocados en la seguridad del cliente:

**Biometría dactilar en oficinas:** uso de autenticación biométrica para realizar trámites como entrega de tarjeta, reimpresión de NIP, apertura de segundas cuentas y cheques de caja; con el fin de evitar 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 utiliza para realizar compras en comercio electrónico con el fin de fortalecer la seguridad de las tarjetas

Con el fin de mantener los más altos niveles de seguridad, Grupo BBVA México resguarda la información de sus clientes con absoluta confidencialidad, adoptando las medidas necesarias de acuerdo con las obligaciones legales.

Asimismo, al corte del 31 de diciembre de 2020, 97.6% de los colaboradores concluyeron de manera satisfactoria la actualización del curso en materia de Protección de Datos Personales.

Durante 2020 se llevaron a cabo dos campañas en temas de Protección de Datos Personales:



Ambas tuvieron el objetivo de sensibilizar y concientizar a todos los colaboradores de Grupo BBVA México sobre la importancia de estos temas, así como dar a conocer cambios en los Avisos de Privacidad dirigidos a colaboradores.

Adicionalmente, con el objetivo de mantener al personal de las sucursales capacitado y actualizado se emitieron publicaciones periódicas a través de todos los canales digitales como: Banca al Día, Red al Día, Wiki Red, Centro Único de Conocimientos (CUC) y Team Spaces, una nueva herramienta utilizada especialmente en materia de datos personales al personal de Servicios Jurídicos.

## Buzón de Protección de Datos Personales

Con el objetivo de seguir garantizando la seguridad, privacidad y protección del cliente se pone a disposición del mismo el buzón de PDP (protecciondedatospersonales.mx@bbva.com), a través del cual se atiende todo tipo de quejas, comentarios y/o situaciones reportadas en temas de protección de datos de clientes y/o usuarios de Grupo BBVA México.

## Objetivos 2021

- 
- Implementar el modelo de control en materia de Protección de Datos Personales.
- 
- Crear una normativa interna para fortalecer la función de Protección de Datos Personales.

