



**BBVA** Francés

**IARC 2013**

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

La misión de BBVA Francés es aportar las mejores soluciones a sus clientes, un crecimiento rentable y sostenido a sus accionistas y progreso en las sociedades en las que está presente.

## Historia de BBVA Francés

1886	Se establece como Banco Francés del Río de la Plata.
1888	Banco Francés fue una de las primeras empresas listadas en la BCBA.
1966	Se crea la Fundación Banco Francés del Río de la Plata.
1980	Expansión de la base de clientes (sumando pequeñas y medianas empresas e individuos).
1990	Incorporación de la banca de inversión mercado de capitales y banca internacional, mientras se expande la red de sucursales a través del país.
1993	Sus acciones comienzan a cotizar en New York Stock Exchange.
1994	Se lanza la división de préstamos de consumo dedicada a la bancarización de los segmentos bajos y medios a través de Credilogros.
1996	Grupo BBVA se transforma en accionista mayoritario.
1997	Fusión con Banco de Crédito Argentino.
1999	Sus acciones cotizan en LATIBEX (mercado bursátil para valores latinoamericanos radicado en Madrid, España).
2007	Se lanza "Blue", tarjeta orientada al segmento joven. Se constituyeron 4 centros regionales para la atención centralizada del cliente empresa, en Córdoba, Mendoza, Rosario y Mar del Plata.
2008	Se redefine el Modelo de Negocios, con una clara visión cliente en todas las fases de relación; atracción, venta, fidelización y retención. Se concreta el Centro de Soluciones para el Cliente. Primer banco del país en lograr la certificación IRAM-ISO 9001-2000 del proceso de comercialización, implementación y administración del servicio de Pago de Haberes-Plan Sueldo.
2010	Se lanza el plan de crecimiento BBVAx3, proyecto del Grupo y del Banco de ser el mejor banco universal del mundo, el que más beneficie a sus clientes y les haga la vida más fácil.
2011	Se desarrolla la visión Customer Centric y Calidad, profundizando el Modelo de Gestión y Relación, creciendo en el conocimiento de los clientes, fortaleciendo los canales alternativos y modernizando la red de sucursales. Se unifican las áreas de Mercados y Banca Corporativa, creando Corporate & Investment Banking.
2012	Se implementan los primeros espacios VIP BBVA Francés y se crea el protocolo de atención.
2013	BBVA Francés y Consultatio lograron un acuerdo, mediante el cual el Banco adquirirá 23 de las 33 plantas de un edificio a construir por parte de Consultatio, en donde funcionará la "Torre BBVA". El desarrollo del mismo ha comenzado recientemente y proyecta su finalización para fines de 2015.

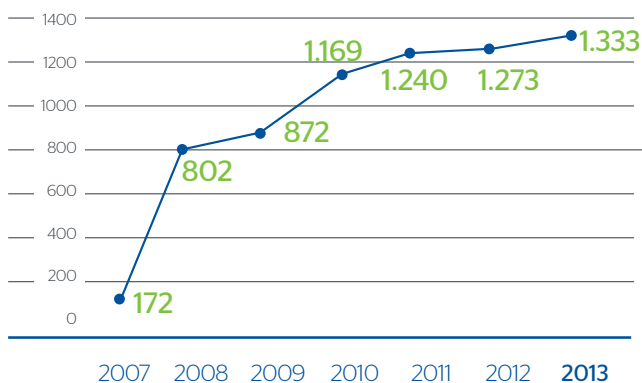
# Datos relevantes

BBVA Banco Francés S.A es un banco líder en el país, presente en todas las provincias de la República Argentina, comprometido con una integración de la responsabilidad corporativa en el negocio y con la maximización de su contribución a los grupos de interés: accionistas, empleados, clientes, proveedores, sociedad y reguladores. Cuenta con más de 1.909.000 clientes, 245 sucursales minoristas y 5.222 empleados. Su principal accionista es el Grupo BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.).

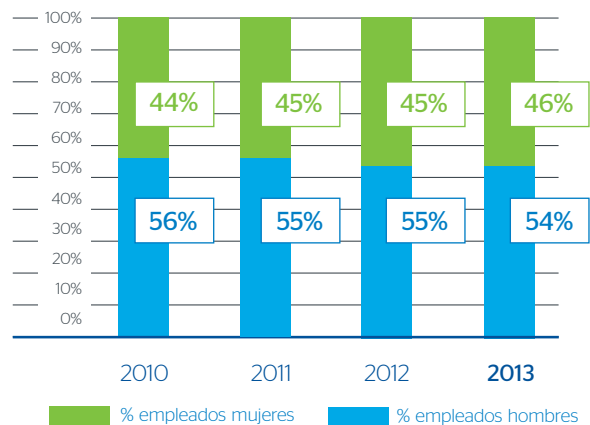
## El Grupo BBVA

Es un grupo financiero global que ofrece una gama completa de productos y servicios financieros y no financieros. Tiene presencia en 31 países, cuenta con más de 50 millones de clientes y emplea a más de 110.000 personas. Su sede central se encuentra en España pero su presencia es internacional, alcanzando a Europa, América y Asia.

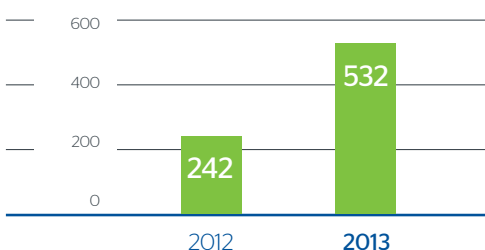
### Cantidad de Becas



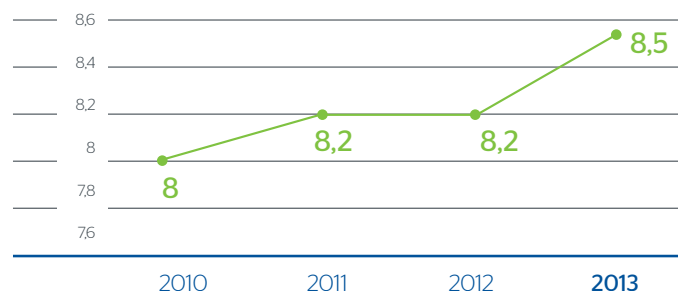
### Diversidad Laboral



### Cantidad de proveedores homologados



### Nivel de satisfacción general de BBVA Francés sobre 10 puntos



VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO (en millones de pesos arg)	2013	2012	2011
<b>Valor económico generado (VEG)</b>	<b>10.350,8</b>	<b>7.377,3</b>	<b>5.365,4</b>
Ingresos Financieros	8.010,0	5.581,7	3.751,2
Otros Ingresos Operativos Netos <sup>(1)</sup>	2.610,9	2.000,7	1.593,3
Otras ganancias y pérdidas netas	-270,2	-205,1	20,9
TOTAL (por productos y servicios y otros ingresos)	10.350,8	7.377,3	5.365,4
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>	<b>8.355,3</b>	<b>6.113,6</b>	<b>4.359,9</b>
Accionistas: Dividendos en efectivo <sup>(2)</sup>	28,8	-	-
Accionistas: Dividendos en acciones	-	-	-
Proveedores y otros gastos de administración (Gastos de transformación menos Gastos de Personal)	1.337	1.042,0	800
Empleados: gastos de personal	2.178,1	1.738,6	1.291,5
Clientes <sup>(1)</sup>	2.721,7	1.871,6	1.300,8
Sociedad (impuestos) <sup>(3)</sup>	2.090,0	1.461,4	967,2
<b>Valor económico retenido (VER=VEG-VED)</b>	<b>1.995,4</b>	<b>1.263,7</b>	<b>1.005,6</b>
Reservas <sup>(4)</sup>	1.263,7	1.793,9	201,1

(1) Se incluye dato de clientes, considerando Egresos Financieros + Comisiones pagadas a clientes por descuentos sobre compras realizadas con tarjetas emitidas por el Banco. La diferencia en el valor de lo reportado en los IARC anteriores para los años 2010, 2009 y 2008, se debe a que a partir de este año se incluyen también las comisiones pagadas a los clientes por descuentos con tarjetas de crédito, débito y las bonificaciones por acciones de marketing. (2) De acuerdo con las Comunicaciones "A" 5072 y 5273, emitidas con fecha 6 de mayo de 2010 y 27 de enero de 2012, respectivamente, y sus complementarias de "Distribución de resultados" del B.C.R.A., a los efectos del cálculo de los saldos de utilidades distribuibles deben efectuarse deducciones en forma extracontable de la sumatoria de los saldos registrados en la cuenta Resultados no asignados y en la reserva facultativa para futuras distribuciones de resultados, según lo dispuesto en el punto 21 de dicha norma. Asimismo, se debe contar con la autorización de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias a efectos de verificar la correcta aplicación del procedimiento descripto por la misma para la distribución de resultados. La suma a abonar por dicho concepto se ha determinado en \$ 28,8 millones, cuyo pago se encuentra sujeto a previas autorizaciones regulatorias y contractuales. (3) Incluye impuesto a las ganancias, impuesto a los ingresos brutos, impuestos a las transacciones bancarias, impuesto a los sellos, impuestos municipales e IVA. (4) Las reservas corresponden a las constituidas efectivamente en el ejercicio.

DATOS BÁSICOS DE BBVA BANCO FRANCÉS (en miles de pesos arg)	2013	2012	2011
<b>Resultados</b>			
Resultado neto	2.024.244	1.263.679	1.005.577
Total Acciones ordinarias en circulación para el ejercicio	536.878	536.878	536.620
Total ADS para el ejercicio	178.959	178.959	178.873
<b>Balance</b>			
Total Activos	57.005.111	43.784.028	38.528.294
Préstamos Netos	34.981.054	27.518.491	22.378.806
Sector Público	40.915	35.067	46.027
Sector Privado	34.940.139	27.483.424	22.332.779
Total de Depósitos	43.774.774	34.171.042	29.284.916
Patrimonio neto	7.156.180	5.131.936	3.868.257
<b>Actividad</b>			
Número de accionistas	6.281	6.450	7.259
Número de clientes <sup>(1)</sup>	1.909.327	1.831.203	1.761.722
Número de empleados <sup>(2)</sup>	5.222	5.146	5.005
Número de sucursales <sup>(3)</sup>	245	244	240
Número de principales proveedores <sup>(4)</sup>	685	1.016	708
<b>Otros datos</b>			
Depósitos	5,6%	5,5%	6,2%
Préstamos	6,0%	6,1%	6,5%
Depósitos del Sector Privado	7,5%	7,5%	8,6%
Préstamos al Sector Privado	6,5%	6,7%	7,1%
Resultado por acción	3,8	2,4	1,87
Resultado por ADS	11,3	7,1	5,61
Dividendo en efectivo por acción <sup>(5)</sup>	28,8	-	-
Dividendo en efectivo por ADS	-	-	-
Retorno sobre Activo promedio	4,0%	3,1%	2,97%
Retorno sobre Patrimonio neto promedio	33,0%	28,1%	26,41%
Solvencia	14,4%	13,3%	11,2%
Liquidez	37,1%	37,0%	40,5%
Inmovilizado	20,6%	14,9%	17,7%
Endeudamiento	6,97x	7,53x	8,96x

(1) Incluye clientes titulares y cotitulares. (2) No incluye empleados coyunturales. (3) Incluye sucursales de banca minoristas. (4) Solo se incluye información de proveedores que son gestionados por Compras. (5) De acuerdo con las Comunicaciones "A" 5072 y 5273, emitidas con fecha 6 de mayo de 2010 y 27 de enero de 2012, respectivamente, y sus complementarias de "Distribución de resultados" del B.C.R.A., a los efectos del cálculo de los saldos de utilidades distribuibles deben efectuarse deducciones en forma extracontable de la sumatoria de los saldos registrados en la cuenta Resultados no asignados y en la reserva facultativa para futuras distribuciones de resultados, según lo dispuesto en el punto 21 de dicha norma. Asimismo, se debe contar con la autorización de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias a efectos de verificar la correcta aplicación del procedimiento descripto por la misma para la distribución de resultados. La suma a abonar por dicho concepto se ha determinado en \$ 28,8 millones, cuyo pago se encuentra sujeto a previas autorizaciones regulatorias y contractuales.

# Índice

## 2 Carta del Presidente

## 5 Principios, Políticas y Grupos de Interés

1. Visión, Valores y Política de Responsabilidad Corporativa	6
2. Sistema de gestión de la RC y ejes estratégicos	7
3. Gobierno corporativo	8
4. Gobierno de la Responsabilidad Corporativa	10
5. Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales	10
6. Creación de valor para nuestros grupos de interés	12
7. Temas relevantes en la gestión de Responsabilidad Corporativa	13
8. Presencia en redes sociales	15

## 17 Banca Responsable

Orientación al cliente	18
Finanzas responsables	27
Gestión responsable de Recursos Humanos	30
Compras Responsables	44
Medio Ambiente	46

## 51 Compromiso con la Sociedad

1. Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés	52
2. Programa Artistas por la Educación	59
3. Programa Deportistas por la Educación	59
4. Programa Jornadas y Publicaciones	60
5. Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés	60
6. Patrocinios y alianzas	62
7. Fundación BBVA Banco Francés	64
8. Programas del Grupo BBVA, con adhesión de BBVA Francés	65

## 69 Fundación BBVA Microfinanzas

## 73 Pacto Mundial y Objetivos de desarrollo del Milenio

## 76 Informe Deloitte

## 78 Criterios del Informe

## 81 Indicadores GRI

## 91 Progresos 2013 y Objetivos 2014

# Carta del Presidente

La práctica de rendir cuentas del desempeño económico, social y ambiental es una práctica instalada en BBVA Francés. Con el objetivo de dar a conocer a nuestros grupos de interés nuestra gestión económica, social y ambiental, presentamos el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2013 de BBVA Francés. Nuestro séptimo informe.

2013 se caracterizó por ser un año de crecimiento. En términos de actividad, la cartera de préstamos al Sector Privado totalizó \$ 32.740,9 millones, expandiéndose 27,7% en comparación con el año anterior y alcanzando una cuota de mercado de 6,5%. Esta positiva evolución se apoya fundamentalmente en el desempeño del consumo, acorde al objetivo de posicionamiento de la Entidad como un importante jugador en este segmento. Registrando un incremento del 42%, que fue impulsado por tarjetas de crédito (57,1%), mientras que préstamos prendarios y préstamos personales crecieron 50,4% y 25,7%, respectivamente.

Aunque a un ritmo menor, los depósitos crecieron en un 28,1%. A su vez, mantuvimos un sostenido crecimiento de ganancias con rentabilidad alta y recurrente, alcanzando un resultado neto de \$ 2.024.244.

Comprometidos con las personas que rodean nuestra actividad, durante 2013 profundizamos nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa, y trabajamos para construir relaciones duraderas con nuestros grupos de interés y generar valor tanto para accionistas, empleados, clientes, proveedores, el medio ambiente como para la sociedad en general.

En este marco, continuamos con el desarrollo de nuestro plan estratégico, realizando acciones que refuerzan nuestro vínculo con la Sociedad. Este año, hemos invertido un total de 12 millones de pesos en proyectos para la comunidad, incluyendo BBVA Francés y su Fundación.

Llevamos adelante el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés que beneficia en forma directa a 1.333 alumnos, en 12 provincias y Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en 28 centros educativos, a través de alianzas con 22 ONG en vinculación con 128 colegios. A su vez, continuamos con el taller "Adelante con tus sueños" llevándolo también a

estudiantes de colegios secundarios, lo que nos permitió llegar a más localidades y a chicos de diferentes edades; y redoblamos la participación de los empleados en una nueva edición del Concurso de Proyectos Solidarios, subiendo los montos destinados.

Con la fuerte vocación de ser un banco universal y manteniendo el objetivo de "Orientarse al Cliente", en BBVA Francés seguimos profundizando nuestro Modelo de gestión y relación, con claros objetivos de mejora de calidad en todos los segmentos.

Durante 2013, continuamos desarrollando nuestra banca electrónica, para mejorar y ampliar los canales de atención. Nos enfocamos en la incorporación de nuevas funcionalidades, con el objetivo de ser la más transaccional del mercado y donde el cliente pueda concretar la mayor parte de su operatoria. Es así como, se continuó avanzando con el plan de mejoras previsto para el servicio de pago a proveedores, la calidad y los tiempos de atención dotando a las sucursales de herramientas y tecnología para optimizar la gestión y reducir los costos transaccionales y así mejorar la calidad del servicio al cliente.

A partir de estos desarrollos, el servicio se posiciona cada vez más como un producto muy competitivo, que dispone de todas las alternativas de pago del mercado. Esto se ve reflejado en el índice de satisfacción global del cliente que trepó a 8,5/10 en 2013, logrando así el "Liderazgo de BBVA en el Mercado", y el mejor indicador de los últimos 5 años.

Nuestro compromiso con los proveedores también abarca la transmisión de la importancia de la Responsabilidad Corporativa en la gestión de los negocios a través del Código de Conducta y la Carta de Adhesión a los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Asimismo, este año, las auditorías que realizamos a nuestros proveedores en materia social y ambiental alcanzaron a 532 empresas.

Internamente, continuamos llevando adelante el Programa de Teletrabajo con 22 madres de Áreas Centrales recién reincorporadas de la licencia por maternidad. A partir del éxito de esta experiencia el Comité de Diversidad de Género dispuso ampliar el Programa a todas aquellas madres de áreas centrales que voluntariamente acepten esta propuesta de flexibilidad.





La práctica de rendir cuentas del desempeño económico, social y ambiental es una práctica instalada en BBVA Francés. Este Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2013 refleja nuestro trabajo constante para construir relaciones duraderas y generar valor tanto para nuestros accionistas, empleados, clientes, proveedores, el medio ambiente como para la sociedad en general.

En materia medio ambiental, la eficiencia en el uso de recursos naturales es una de las dimensiones de nuestra Estrategia de Responsabilidad Corporativa. Somos el primer banco iberoamericano que implementó y certificó su sistema de gestión ambiental bajo la norma ISO 14001 en la red de sucursales. Contamos con 60 sucursales certificadas bajo este sistema e inscribimos 36 sucursales como generadoras de residuos peligrosos. Así, en 2013, 3.931 empleados de BBVA Francés trabajaron en edificios y en sucursales certificados bajo la norma ISO 14001.

Los invito a conocer estas y otras iniciativas de Responsabilidad Corporativa en este Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2013. Agradezco la colaboración del Grupo de Trabajo conformado por miembros de todas las áreas del Banco que fueron

los responsables de relevar la información para esta publicación, elaborada bajo los lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI).

A su vez, este documento representa nuestra Comunicación sobre el Progreso 2013 en el cual mostramos el cumplimiento a los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Atentamente,

**Jorge Bledel**  
Presidente







# Principios, Políticas y Grupos de Interés

## Principios, Políticas y Grupos de Interés

Trabajar por un futuro mejor para las personas es un compromiso que BBVA define desde los fundamentos más básicos del comportamiento empresarial responsable: los principios. BBVA construye y se construye desde los principios de integridad, prudencia y transparencia.

Este modo de hacer banca se basa en un modelo de negocio no sólo enfocado en la tradicional rentabilidad ajustada al riesgo, sino también en la rentabilidad ajustada a principios.

### 1. Visión, Valores y Política de Responsabilidad Corporativa

BBVA tiene una visión como empresa, una aspiración que impulsa sus ambiciones como compañía y que se define en una idea: "trabajamos por un futuro mejor para las personas".

Hablamos de futuro porque lo que la sociedad espera de un banco es que les ayude a construir un futuro mejor: una jubilación tranquila, unos buenos estudios para sus hijos, la posibilidad de poner en marcha un negocio. En BBVA Francés entendemos que el desarrollo de nuestro

negocio está relacionado con el progreso de las personas presentes en la sociedad donde actúa.

En este marco, la Política de Responsabilidad Corporativa (RC) establece los compromisos adquiridos por el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, y que en BBVA Francés asumimos a nivel local:

- Desarrollar en todo momento nuestra actividad principal de forma excelente.
- Maximizar los impactos positivos de su negocio en la sociedad así como minimizar los posibles impactos negativos.
- Crear "oportunidades sociales de negocio" que generen valor social y valor para BBVA.
- Invertir en las sociedades donde el Grupo está presente mediante el apoyo a iniciativas, especialmente, las relacionadas con la educación.

De este modo, nos comprometemos con las personas que rodean nuestra actividad, y trabajamos para construir relaciones duraderas con nuestros grupos de interés y generar valor tanto para accionistas, empleados, clientes, proveedores, medio ambiente como para la sociedad en general.

Trabajamos por un futuro mejor para las personas, bajo los principios de integridad, prudencia y transparencia.



En línea con esta visión, los siete valores corporativos definen nuestro modo de ser y de hacer, establecen compromisos con nuestros grupos de interés y se concretan en criterios operativos.

## 2. Sistema de gestión de la RC y ejes estratégicos

La Responsabilidad Corporativa se gestiona de manera transversal en todas las áreas que forman parte del Banco. En 2013 se continuó avanzando en iniciativas basadas en los cuatro ejes del Plan Estratégico de RC:

**1. La educación financiera.** Una decisión informada contribuye a una mejor situación financiera personal, facilita la gestión del riesgo para las entidades financieras e impulsa el ahorro, a la vez que fortalece el sistema financiero.

**2. La inclusión financiera.** La lucha contra la exclusión financiera es para BBVA un objetivo coherente con sus metas de negocio y con su compromiso ético y social.

**3. Banca responsable.** En BBVA Francés se trabaja para integrar una gestión responsable en toda la cadena de valor desde el diseño de productos, su publicidad y comercialización, hasta la gestión de sus riesgos. Se incluyen en esta categoría los programas que ayudan a integrar el enfoque de sostenibilidad en las actividades diarias del banco.

**4. Compromiso con la sociedad.** Este compromiso se centra en el apoyo a la educación, el emprendimiento social, la investigación y la cultura. En Argentina, el foco puesto en la educación se materializa en el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés.

1

## Clientes

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

El estilo de gestión como generador de entusiasmo.

5

## Ética e integridad

El comportamiento ético e integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar nuestra actividad.

6

## Innovación

La innovación como palanca de progreso.

7

## Responsabilidad Social

La responsabilidad social como compromiso con el desarrollo.

En BBVA Francés, el desarrollo del negocio de una forma responsable es uno de los ejes prioritarios de la política de Responsabilidad Corporativa.

### Ejes del Plan Estratégico de RC

#### Educación Financiera

Plan Global de Educación Financiera

#### Inclusión Financiera

Fundación Microfinanzas BBVA

#### Banca Responsable

Orientación al cliente  
Finanzas responsables  
Gestión responsable de recursos humanos  
Compras responsables  
Medioambiente

#### Compromiso con la sociedad

Programa de Educación Financiera  
Becas de Integración BBVA Francés  
Fundación BBVA Banco Francés

El Directorio de BBVA BANCO FRANCÉS S.A. es el máximo órgano de gobierno de la Compañía, compuesto por seis directores titulares y un director suplente.

### 3. Gobierno corporativo

Miembros del Directorio		
Nacionalidad		
Presidente	<b>JORGE CARLOS BLEDEL</b>	Argentina
Vicepresidente	<b>JOSÉ MANUEL TAMAYO PÉREZ</b>	Española
Director Titular	<b>MARCELO GUSTAVO CANESTRI</b>	Argentina
Director Titular	<b>MARIO VINCENS</b>	Argentina
Director Titular	<b>LUIS BERNARDO JUANGO FITERO</b>	Española
Director Titular	<b>OSCAR MIGUEL CASTRO</b>	Argentino
Director Suplente	<b>MARTIN EZEQUIEL ZARICH</b>	Argentino

El Directorio es responsable de la administración de la sociedad y el Presidente es su Representante Legal. El Directorio con la ayuda del Comité de Dirección aprueba el Plan Estratégico de Negocios, siguiendo las Políticas de Gobierno Corporativo y de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC), así como de acuerdo a las pautas establecidas en el Código de Gobierno Societario. Aprueba el Plan Estratégico de RRC y el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y presenta informes anuales en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, los Mercados de Valores de Nueva York, Estados Unidos, (NYSE) y en Madrid, España (LATIBEX), y desarrolla los controles previstos por la Ley Sarbannes Oxley (SOX).

Para la elección de los miembros del Directorio, el Código de Gobierno Societario establece que no existen limitaciones salvo las que resulten de la Ley de Sociedades Comerciales, de la Ley de Entidades Financieras, sus modificatorias y concordantes, las Normas del BCRA, la Comisión Nacional de Valores (CNV), Securities and Exchange Commission (SEC). Las personas que se propongan para ser Directores deben reunir los requisitos previstos en las disposiciones legales vigentes, en la normativa especial aplicable a las entidades financieras, en el Estatuto Social y en el Código de Gobierno Societario. Asimismo, deben contar con los conocimientos y competencias necesarios para comprender claramente sus responsabilidades y funciones dentro del gobierno societario y obrar con la lealtad y con la diligencia de un buen hombre de negocios en los asuntos de la entidad financiera.

Los principios y elementos que conforman el Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA Francés se encuentran en el Código de Gobier-

no Corporativo del Banco. A partir de enero de 2013 comenzó a aplicarse el nuevo código de Gobierno Corporativo con la adaptación y actualización de las normas existentes, a las nuevas recomendaciones del Banco Central de la República Argentina (BCRA). El Código regula el régimen interno, el funcionamiento del Directorio y sus comités, así como los derechos y deberes de sus miembros, y establece un compromiso con las pautas establecidas por la normativa en materia de transparencia. Este Código incluye estándares para el desempeño del cargo del Director, incluyendo normas de ética y de conducta, el deber de confidencialidad y principios para evitar y tratar los conflictos de intereses.

Este sistema, a su vez, se basa en las prácticas de gobierno corporativo del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, plasmadas en su Informe Financiero Anual y el Informe Anual de Gobierno Corporativo (Para ver ambos informes dirigirse a la página Web [www.bbva.com](http://www.bbva.com)).

Además, el Directorio cuenta con el apoyo técnico de los siguientes Comités:

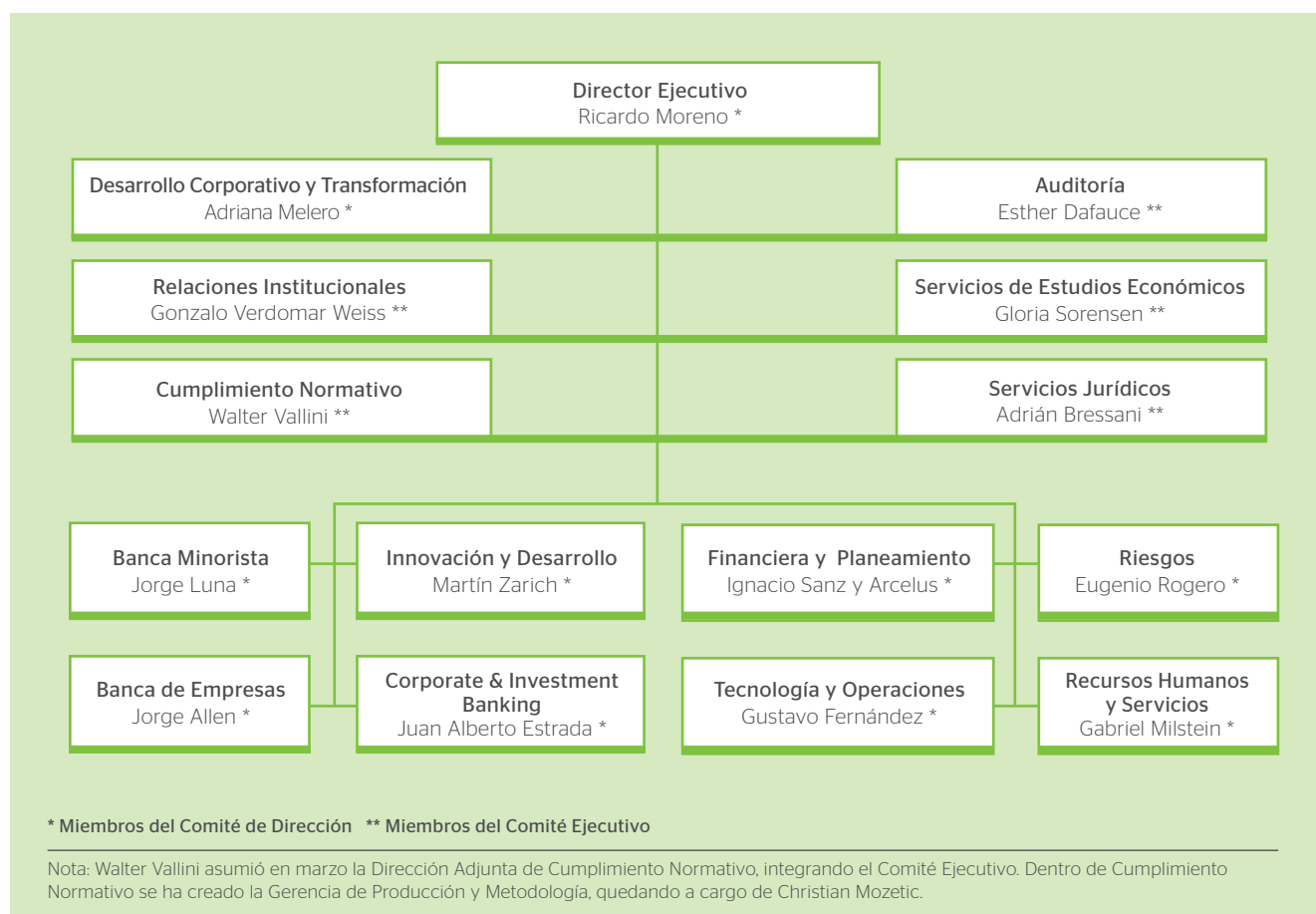
- Comité de Auditoría Interna del BCRA
- Comité de Auditoría Ley 26.831 (Comisión Nacional de Valores en Argentina y Securities and Exchange Commission en Estados Unidos)
- Comité de Tecnología Informática
- Comité de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo
- Comité de Evaluación de Control Interno
- Comité de Nombramientos y Remuneraciones
- Comité de Gestión del Fraude
- Comité de Disclosure
- Comité de la Integridad Corporativa

- Comité de Gestión de Riesgo
- Comité de Recursos Humanos
- Comité de Corporate Assurance
- Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa

La evaluación de desempeño del Directorio se realiza anualmente en la Asamblea de Accionistas, donde se aprueba la gestión de dicho órgano de gobierno. La remuneración del Directorio, se ha determinado que el monto máximo de las

retribuciones que por todo concepto puedan percibir sus miembros, incluidos sueldos y otras remuneraciones por el desempeño de funciones técnico-administrativas de carácter permanente, no podrá exceder el veinticinco por ciento (25%) de las ganancias. Dicho monto máximo se limita al cinco por ciento (5%) cuando no se distribuyen dividendos a los accionistas, y se incrementa proporcionalmente a la distribución, hasta alcanzar aquel límite cuando se reparte el total de las ganancias.

## Estructura organizativa general



## Composición del Equipo Directivo (%)

	2013	2012	2011
<b>Rangos de edad</b>			
De 30 a 50 Años	51,79%	59,26%	60,00%
Más de 50 Años	48,21%	40,74%	40,00%
<b>Por género</b>			
Femenino	16,07%	16,36%	14,55%
Masculino	83,93%	83,64%	85,45%

## 4. Gobierno de la Responsabilidad Corporativa

El Directorio es consciente de la responsabilidad que le corresponde al Banco respecto a la sociedad, y se compromete a que su actividad se desarrolle de acuerdo con un conjunto de valores, principios, criterios y actitudes destinados a lograr la creación sostenida de valor para los grupos de interés: accionistas, empleados, clientes y para el conjunto de la sociedad. Para ello, el Directorio cuida que la actividad empresarial se lleve a cabo en cumplimiento de la legalidad vigente en cada momento, la buena fe y las mejores prácticas mercantiles, y fomenta la implantación y desarrollo de principios éticos basados en la integridad, transparencia y compromiso con la sociedad que sirvan de base a la cultura corporativa de BBVA y, en consecuencia, a la actuación en el ámbito de los negocios de todas las personas que forman parte de la sociedad.

En BBVA Francés, el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC) está compuesto por los miembros del Comité de Dirección, conformado por Directores de las principales áreas del Banco, y es coordinado desde la Dirección de Relaciones Institucionales. Este Comité tiene como objetivo darle impulso y seguimiento a la estrategia y los programas de RRC a nivel local, considerando las opiniones y expectativas de los grupos de interés y proponiendo nuevas líneas de acción e iniciativas en función del contexto local y del negocio. También se ocupa de realizar un seguimiento de los planes de comunicación interna y externa relacionados a estos temas, y de monitorear la imagen institucional especialmente en relación al riesgo reputacional.

En 2013 el Comité se reunió en abril, encuentro en el cual se compartió el trabajo realizado durante el Taller "BBVA y Negocio Responsable", en el cual participaron 35 gerentes y subgerentes de las diferentes áreas del Banco. Por último, se trató el Plan de Acción de RRC 2013 y la elaboración de este Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, entre otros aspectos de relevancia para la gestión de RC.

## 5. Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

El Código de Conducta dedica una atención relevante a los valores éticos, incluyendo el respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos inherentes, el respeto a la igualdad de las personas y a su diversidad, el estricto cumplimiento de la legalidad y la objetividad profesional.

### Código de Conducta

Un elemento básico en el sistema de cumplimiento es el Código de Conducta del Grupo BBVA, que define y desarrolla los fundamentos del comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias para preservar una de sus principales fuentes de creación de valor: la integridad corporativa. Este Código es aplicable a la totalidad de las entidades y de los empleados del Grupo y refleja públicamente el conjunto de los compromisos de BBVA con sus grupos de interés directos: accionistas, clientes, empleados y proveedores y con las sociedades en las que opera la compañía. El Código de Conducta es de conocimiento público y se encuentra en la página Web corporativa y en la Intranet para nuestro personal.

### Miembros del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa

Director Ejecutivo	<b>RICARDO MORENO</b>
Director de Relaciones Institucionales - Secretaría	<b>GONZALO VERDOMAR WEISS</b>
Director Desarrollo Corporativo y Transformación	<b>ADRIANA MELERO</b>
Director Tecnología y Operaciones	<b>GUSTAVO FERNÁNDEZ</b>
Director Recursos Humanos y CISS	<b>GABRIEL MILSTEIN</b>
Director Innovación y Desarrollo	<b>MARTÍN ZARICH</b>
Director Financiera y Planeamiento	<b>IGNACIO SANZ Y ARCELUS</b>
Director Riesgos	<b>EUGENIO ROGERO</b>
Director Banca Minorista	<b>JORGE LUNA</b>
Director Banca de Empresas	<b>JORGE ALLEN</b>
Director Corporate & Investment Banking	<b>JUAN ALBERTO ESTRADA</b>



El Código incluye aspectos relacionados con los conflictos de intereses, los Derechos Humanos, contempla los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y tiene en cuenta, a su vez, los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo. También hace mención a la gestión de los conflictos de intereses; este tema está contemplado en una norma específica del Banco, que es de cumplimiento por parte de todos los empleados y de los directivos. En particular, el código dedica una atención relevante a los valores éticos, entre los que cabe destacar:

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

Los empleados están obligados a observar, en todo momento, las políticas y procedimientos del Código y, especialmente, las relativas a la prevención de actuaciones que pudieran llegar a tener la consideración de manipulación de precios, uso inapropiado de información privilegiada o limitativas de la libre competencia y aquellas que tengan como finalidad asegurar el cumplimiento de los requerimientos de información al mercado exigibles a BBVA Francés.

En este marco, este año realizamos capacitación a nuestros empleados en relación al Código de Conducta mediante nuestra plataforma online E-campus, en la cual participaron 816 empleados, y también de manera presencial con una audiencia de 137 personas.

En relación a los canales de denuncia, los empleados pueden reportar un incumplimiento al Código de Conducta de la siguiente manera:

- **A la unidad de Cumplimiento Normativo**
  - Vía Email, Usuario Código de Conducta
  - Vía telefónica: (011) 4346-4466
- **A la Dirección Corporativa de Cumplimiento**
  - Vía Email a [actitud.responsable@grupobbva.com](mailto:actitud.responsable@grupobbva.com)
  - Vía telefónica: 91-537-7222

Una vez recibidas las denuncias, el Comité de Gestión de la Integridad Corporativa es el responsable de tratar el caso y darle una solución. Durante 2013 no se presentaron casos que ameritaran la convocatoria del Comité.

## Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores

Este Reglamento fue aprobado en 2010 por el Directorio de BBVA Francés, incorporando las características de la normativa local en materia legal y regulatoria, y adecuándolo a los estándares corporativos de BBVA.

Es un desarrollo de las pautas establecidas en el Código de Conducta en relación con los mercados de valores e incorpora una serie de principios y criterios generales de actuación comúnmente aceptados a nivel internacional y dirigido a preservar la integridad en los mercados. Concretamente, recoge las pautas de actuación mínimas que toda persona que forme parte del Grupo debe observar en relación al tratamiento de la información privilegiada, la prevención de la manipulación de cotizaciones, la gestión de potenciales conflictos de intereses que pudieran surgir y la operativa por cuenta propia de los empleados en los mercados.

## Acuerdos internacionales suscritos

Somos parte de la Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas desde el año 2004, donde participamos en las reuniones de la Mesa Directiva. Este Informe Anual de Responsabilidad Corporativa se presenta como la Comunicación para el Progreso (COP) anual, donde damos a conocer el cumplimiento a los diez principios basados en los derechos humanos, laborales y medioambientales y de lucha contra la corrupción.

También continuamos en alianza estratégica con el Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias (CPB), organización que guía al sector en prácticas responsables.

A su vez, el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, se encuentra adherido a los Principios de Ecuador por lo cual se ha comprometido con la evaluación y gestión de los impactos sociales y medioambientales de los proyectos que financia.

En BBVA Francés incorporamos a nuestras normas internas un procedimiento que recoge los Principios aludidos, además de realizar cursos de capacitación internos en el tema. Para más información ver la sección "Finanzas Responsables" en este Informe.

El Código de Conducta dedica una atención relevante a los valores éticos, incluyendo el respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos inherentes, el respeto a la igualdad de las personas y a su diversidad, el estricto cumplimiento de la legalidad y la objetividad profesional.

### Cumplimiento Normativo

La Unidad de Cumplimiento Normativo promueve el desarrollo y vela por la efectiva operatividad de las normas y procedimientos necesarios para asegurar el cumplimiento de las disposiciones legales y estándares de comportamiento ético relevantes que afecten a cada uno de los negocios y actividades, así como de los criterios y pautas de actuación contenidos en el Código de Conducta. Se le atribuye a la función de Cumplimiento de la gestión del riesgo relacionado con:

- La prevención del lavado de dinero y de financiación de actividades terroristas.
- Las normas de conducta en los mercados de valores.
- La protección de datos de carácter personal.

### 6. Creación de valor para nuestros grupos de interés

Nuestros grupos de interés incluyen a los accionistas, empleados, clientes, proveedores, la sociedad, el medioambiente, y los entes públicos y reguladores. Todos ellos son personas, instituciones y organizaciones en las cuales nuestra actividad impacta

directa o indirectamente; y a su vez sus comportamientos afectan significativamente nuestra toma de decisiones para el desarrollo del negocio.

En BBVA Francés tenemos como prioridad conocer a nuestros grupos de interés y contar con herramientas de diálogo para garantizar que los mismos dispongan de canales adecuados para ser atendidos, y que el Banco cuente con suficiente información para conocer las prioridades y expectativas de estos grupos. Por ejemplo contamos con las siguientes herramientas de comunicación: encuesta de satisfacción del cliente, la encuesta de clima laboral, encuentros con accionistas, el diálogo con la comunidad y los beneficiarios de los programas sociales, el sistema de monitoreo de reputación corporativa *RepTrak*, entre otras.

La misión de nuestra política de RC consiste en la creación de valor para todos los grupos de interés, y es por eso que desarrollamos acciones y programas que nos permiten dar respuesta a las expectativas de los mismos con prácticas que les generen valor económico, social y ambiental, y al mismo tiempo redunden en un valor económico y reputacional para el Banco.

### Principales grupos de interés de BBVA y compromisos del Grupo con cada uno de ellos



## Creación de valor para los grupos de interés. Valor Económico Añadido (Eva)

Detalle por grupo de interés (Millones de Pesos arg)	2013	2012	2011
Accionistas: Dividendos en efectivo <sup>(1)</sup>	-	-	-
Accionistas: Dividendos en acciones	-	-	-
Empleados: gastos de personal	2.178,1	1.738,6	1.291,5
Clientes: intereses y cargas asimiladas <sup>(2)</sup>	2.721,7	1.871,6	1.300,8
Proveedores: otros gastos de administración	1.336,7	1.042,1	800,38
Sociedad: contribuciones a la comunidad: recursos destinados	10,2	9,6	8,7
<b>Valor Económico Añadido (EVA)</b>	<b>6.246,7</b>	<b>4.661,9</b>	<b>3.401,4</b>

(1) De acuerdo con las Comunicaciones "A" 5072 y 5273, emitidas con fecha 6 de mayo de 2010 y 27 de enero de 2012, respectivamente, y sus complementarias de "Distribución de resultados" del B.C.R.A., a los efectos del cálculo de los saldos de utilidades distribuibles deben efectuarse deducciones en forma extracontable de la sumatoria de los saldos registrados en la cuenta Resultados no asignados y en la reserva facultativa para futuras distribuciones de resultados, según lo dispuesto en el punto 2.1 de dicha norma. Asimismo, se debe contar con la autorización de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias a efectos de verificar la correcta aplicación del procedimiento descripto por la misma para la distribución de resultados. (2) Se incluye dato de clientes, considerando Egresos Financieros + Comisiones pagadas a clientes por descuentos sobre compras realizadas con tarjetas emitidas por el Banco. La diferencia en el valor de lo reportado en los IARC anteriores para los años 2010, 2009 y 2008, se debe a que a partir de este año se incluyen también las comisiones pagadas a los clientes por descuentos con tarjetas de crédito, débito y las bonificaciones por acciones de marketing.

## 7. Temas relevantes en la gestión de Responsabilidad Corporativa

### Consultas sobre reputación corporativa interna y externa

En BBVA tenemos **tres grupos de interés clave: los clientes, los empleados y la sociedad**. Si trabajamos en la creación de valor hacia estos grupos de interés, crearemos valor para el accionista.

Es por eso que, en el marco de una consulta a nivel global, se incluyó a los empleados de BBVA Francés en una encuesta de reputación

interna. Como resultado, se destaca que para los empleados argentinos un banco que hace negocio responsable significa un banco que no realiza o financia operaciones éticamente cuestionables y que orienta su actividad al largo plazo, evitando el oportunismo cortoplacista. Por otra parte, consideraron que la ética es la dimensión que más construye Reputación Interna emocional.

### Empleados

Relevancia de las dimensiones reputacionales para construir reputación interna <sup>(1)</sup>		
Dimensión <sup>(2)</sup>	Posición ranking Argentina	Posición ranking Grupo BBVA
Ética	1	1
Finanzas	2	3
Trabajo	3	4
Liderazgo	4	2
Innovación	5	6
Orientación al Cliente	6	5
Ciudadanía	7	7

(1) Fuente: Estudio de Reputación Interna 2013, Reputation Institute. Otros países participantes: España, México, Chile, Colombia, Perú, Venezuela y Estados Unidos. (2) Se consultaron 36 atributos categorizados en 7 dimensiones.

## Empleados

¿Qué es un banco que hace negocio responsable para los empleados del Grupo BBVA? <sup>(1)</sup>		
Afirmaciones	Posición ranking Argentina	Posición ranking Grupo BBVA
Es un banco que no realiza / financia operaciones éticamente cuestionables	1	1
Es un banco que orienta su actividad al largo plazo, evitando el oportunismo cortoplacista	2	3
Es un banco que impulsa una relación equilibrada con sus clientes, con honestidad, trato justo y transparencia	3	2
Es un banco que fomenta el compromiso de sus empleados con la comunidad (voluntariado)	4	5
Es un banco que trata bien a sus empleados	5	6
Es un banco medioambientalmente responsable	6	8
Es un banco que diseña productos financieros pensando en el impacto que tienen en la vida de las personas.	7	7
Es un banco que se preocupa por que el cliente tenga la educación financiera suficiente y entienda lo que contrata.	8	4
Es un banco que realiza proyectos con impacto social más allá del negocio: becas educación ...	9	9
Es un banco que presta servicios financieros a colectivos excluidos (microfinanzas...)	10	10

(1) Fuente: Estudio de Reputación Interna 2013, Reputation Institute. Otros países participantes: España, México, Chile, Colombia, Perú, Venezuela y Estados Unidos. (2) Se consultaron 36 atributos categorizados en 7 dimensiones.

A nivel externo, se realizó una consulta de opinión pública sobre las dimensiones más importantes para construir reputación en un banco. Los argentinos respondieron que la ética, la orientación al cliente y la ciudadanía eran los aspectos más importantes.

## Opinión pública

Importancia que tiene cada una de las dimensiones para la construcción de la reputación emocional de una empresa <sup>(1)</sup>				
Dimensión	Argentina		Global	
	Peso <sup>(2)</sup>	Ranking	Peso <sup>(2)</sup>	Ranking
Ética	19,0	1	16,0	2
Orientación al Cliente	18,5	2	16,1	1
Ciudadanía	14,9	3	14,0	3
Innovación	12,6	4	13,7	4
Trabajo	12,0	5	13,4	5
Finanzas	11,7	6	13,4	7
Liderazgo	11,3	7	13,4	6

(1) Fuente: RepTrak 2013, Reputation Institute. El RepTrak es un tracking o encuesta continua a través de la cual medimos la reputación de BBVA y de sus principales competidores en los principales países en los que operamos. El dato global se calcula como una media de los datos de los países, ponderada por el número de empleados. Otros países participantes: España, México, Chile, Colombia, Perú, Venezuela y Estados Unidos. (2) Peso en porcentaje sobre el 100% de respuestas.

## Priorización de temas relevantes por el Grupo Operativo

Como parte de la detección y priorización de los temas que consideramos clave para la gestión de Responsabilidad Corporativa en Argentina, los miembros del Grupo Operativo realizaron un ejercicio de ordenar por relevancia los temas identificados por en el Análisis de Materialidad del Grupo.

Los miembros del Grupo Operativo - pertenecientes a las distintas áreas de BBVA Francés

y quienes conocen el negocio del Banco y sus grupos de interés debido a su continua interacción - ordenaron dicho temas según el grado de importancia de ser incluido en el IARC 2013. De esta manera, obtuvimos el enfoque local sobre los contenidos a comunicar en el Informe que son relevantes en el contexto de la Argentina.

Los primeros tres temas ubicados como más importantes fueron: "Transparencia / rendición de cuentas", "Operar con los más altos estándares éticos" y "Estabilidad y robustez financiera de la entidad".

Orden	Asunto
1	Transparencia y rendición de cuentas
2	Operar con los más altos estándares éticos
3	Estabilidad y robustez financiera de la entidad
4	Protección de la privacidad
5	Lenguaje claro y transparente
6	Acceso al crédito (personas y empresas)
7	Calidad de los productos y servicios
8	Relación calidad - precio (comisiones, intereses)
9	Medidas de protección del fraude
10	Financiación responsable de proyectos
11	Trabajar en el desarrollo y motivación de los empleados
12	Promover la igualdad y diversidad
13	Contribución a una economía sólida

Orden	Asunto
14	Bancarización de la población de bajos ingresos
15	Acciones de apoyo a la comunidad (acción social)
16	Educación financiera
17	Ecoeficiencia
18	Desarrollo de productos social y medioambientalmente responsables
19	Respuesta ante catástrofes humanitarias
20	Conciliación laboral - personal
21	Comercialización de productos con complejidad adaptada al target
22	Apoyo a los gobiernos en los asuntos relevantes para la población
23	Uso de tecnología al servicio de las personas: multicanalidad
24	Retribución de puestos directivos y del consejo

## Investigaciones a nivel corporativo

Como complemento de los ejercicios realizados a nivel local, estudiamos y analizamos las diferentes encuestas e informes del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, sobre las expectativas y temas de interés de nuestros públicos clave. Por ejemplo, consideramos las evaluaciones de los principales analistas de sustentabilidad, los informes y documentos de trabajo de la Unidad de Tendencias Globales perteneciente al Servicio de Estudios de BBVA, los sondeos de Consumer Insight y el sistema de monitorización de la reputación corporativa RepTrack.

### 8. Presencia en redes sociales

Nuestro compromiso de estar cerca de los grupos de interés con los que nos relacionamos, se plasma en nuestra presencia en las redes so-

ciales Facebook, Twitter y Youtube. Así, brindamos información sobre el Banco, promociones y novedades; y recibimos consultas y dudas. Destacamos también nuestra página web en la cual damos a conocer todas las acciones que realizamos a favor de la sociedad. A fin de 2013 contamos con los siguientes resultados de nuestra participación en las redes sociales:



**11.175** seguidores

facebook

**49.373** fans



**2.321.529** reproducciones de nuestros videos







Banca Responsabile

# Orientación al cliente

El índice de satisfacción global del cliente trepó a 8,5/10 en 2013, logrando así el “Liderazgo de BBVA en el Mercado”, y el mejor indicador de los últimos 5 años.

## 1. Calidad, satisfacción y orientación al cliente

Desde hace dos años trabajamos en un proyecto de mejora continua de la experiencia del cliente. El Plan tiene por objetivo lograr la diferenciación en el mercado, por la calidad de servicio que ofrece a sus clientes y que ellos, basados en su experiencia, lo recomienden cada vez más.

Un disparador del plan en 2011 fue romper con una tendencia de estabilidad en el Índice de Satisfacción de los clientes, que se mantenía en 8 puntos

(mediciones de 2008 al 2010), y que si bien no era una mala calificación, no se lograba mejorarla. En un mercado competitivo, donde los productos financieros son un commodity, la única opción para diferenciarse ante los clientes es la calidad del servicio.

Además de la mejora lograda en el Índice de Satisfacción, BBVA Francés ha sido el Banco más recomendado por sus clientes en 2013, con un Índice de Recomendación Neta (IRENE o NPS, Net Promoter Score) del 40%.

### Encuesta de Satisfacción

Indicadores clásicos <sup>(1)</sup>	2013	2012	2011	2010	2009
Nivel de Satisfacción general del Banco (sobre 10 puntos)	8,5	8,2	8,2	8	8

(1) Encuesta de Satisfacción de Clientes, del Estudio Sindicado de Bancos 2013, realizado por la Consultora Knack Argentina S.A.

### Evolución de los 4 Pilares del Plan de Calidad

A apoyados sobre la base de los 4 pilares que conforman el Plan de Mejora de la Experiencia del Cliente desarrollamos durante los últimos dos años distintas iniciativas de manera continua y consistente.

El principal motivo de recomendación de nuestros clientes es “la buena atención del personal en sucursales”.



## 1 Entender mejor al cliente

Implantamos la nueva Arquitectura de Medición, que consiste en:

- Creación del Cuadro de Mando Integral de Calidad (KPI), con indicadores de negocio. A lo largo del año, avanzamos en la generación de un Tablero de Control a nivel de Territorios y Sucursales, para el seguimiento de las distintas unidades de negocio.
- Instalación de la Voz del Cliente (IRENE o Índice de Recomendación Neta) como métrica de seguimiento de la percepción del cliente. Desde el inicio de las mediciones, realizamos más de 100.000 encuestas a clientes. En 2013 trabajamos en perfeccionar la aplicación de la metodología y concentramos los esfuerzos en el desarrollo de informes que permitirán la explotación y publicación periódica de los resultados, para el seguimiento y mejora de los motivos que llevan a una recomendación positiva de los clientes.

### Recomendación de Clientes

Recomendación de Clientes <sup>(1)</sup> - IRENE ó NPS	2013	2012
NPS (Net Promoter Score o índice de recomendación neta)	40%	36%
% Promotores (9 y 10)	50%	45%
% Neutros (7 y 8)	37%	46%
% Detractores (0 a 6)	10%	9%

(1) Fuente: Encuesta de Satisfacción de Clientes - Estudio Sindicado de Bancos 2013, Consultora Knack Argentina S.A.

## 2 Mejorar los procesos con alto impacto en la percepción de calidad

Trabajamos sobre los siguientes objetivos:

- Perfeccionar los procesos y circuitos de tarjetas.
- Mejorar la experiencia en sucursales para agilizar la atención y reducir los tiempos de espera, para lo cual:
  - Implantamos mejoras en los dispositivos de administración de filas.
  - Incorporamos más equipos "contadoras de billetes", que agilizan los tiempos de operación en líneas de cajas, llegando al ratio de un equipo cada dos cajeros humanos.
  - Actualizamos en 14 sucursales los autoservicios por nuevos equipos con nuevas funcionalidades (ATM's con depósito inteligente) que reconocen los billetes y permiten depósitos online.
- Reducir el volumen de reclamos y afianzar el Modelo First Contact Resolution (FCR).

### Tiempos de espera

Tiempos de espera (en minutos) <sup>(1)</sup>	2013	2012
Tiempo real de espera - Cartera General	22,43	24,25 <sup>(2)</sup>
Tiempo real de espera - Clientes VIP	7,04	9,09 <sup>(2)</sup>

(1) Fuente de información: Encoladores sucursales, Año 2013 y Año 2012. (2) Se han recalculado los datos informados en 2012 ya que se modificó la metodología del cálculo. Se considera el promedio ponderado anual de tiempos de espera.

### 3 Impulsar una cultura de servicio al cliente

Bajo la Campaña "Elijo la Excelencia", realizamos diversas acciones:

- Taller de Sensibilización para todo el Banco.
- Creación de los Protocolos de Calidad de Servicio y de Atención BBVA, que definen las pautas de conducta y actitudes esperadas de quienes integramos BBVA, como parte de la cadena de valor.
- Difusión de los Protocolos e impulso de los aspectos claves de mejora, a través de las campañas de calidad.
- Participación del área de Calidad, en distintos foros (Comités de Negocio, Capacitaciones, otros), con el fin de continuar internalizando los pilares del Plan de Calidad, y compartiendo sus avances.
- Encuesta de "Irene Interno" lanzada con el objetivo de obtener un indicador que mida la percepción que tiene la Red respecto al servicio que recibe de sus Proveedores Internos (Áreas Centrales) de cara al servicio que proporcionan al Cliente externo. Esta medición, lleva realizadas dos etapas:
  - Etapa de diagnóstico: realización de focus y entrevistas a más de 100 representantes de la Red de Sucursales de todas las Bancas, en sus diferentes puestos/niveles.
  - Lanzamiento de las Encuestas Online a todos los integrantes de las principales áreas de contacto con el Cliente: incluye Sucursales (Minorista, Empresas y Corporativas), y Canales (3.500 personas).

### 4 Definir un modelo de gobierno y una metodología de medición de calidad

Mantenemos los Foros de Gobierno vigentes, que permiten controlar la evolución del Plan:

- Comité de Calidad y Servicing (estratégico), mensual y con la participación del Comité de Dirección.
- Comité Operativo de Calidad (táctico), quincenal y con presencia de todas las bancas y gerencias.

## 2. Modelo de Gestión de Reclamos

La experiencia de realizar un reclamo es para el cliente una experiencia negativa en sí misma. Es por ello que el Banco continúa trabajando fuertemente en ello.

A lo largo del 2013, registramos un incremento en el volumen anual de reclamos, y como consecuencia de ello, un deterioro de los tiempos de respuesta.

Sin embargo, logramos reducir el volumen de reclamos recibidos de manera online y afianzar el Modelo First Contact Resolution (FCR), bajo el cual resolvimos, el 33% de los reclamos en un plazo máximo de 72 horas.

En lo que respecta a los canales de ingreso y gestión de reclamos, según la Comunicación BCRA A5388, se creó la figura del Responsable de Atención al Usuario de Servicios Financieros. La nueva normativa establece responsabilidades y funciones tendientes a mejorar la resolución y seguimiento de los reclamos del cliente, como órgano de instancia superior de reclamaciones.

Asimismo, se implantó el nuevo Formulario Electrónico tanto en la Web pública como dentro de Home Banking (Francés Net), por medio del cual los clientes pueden contactarse con BBVA para realizar diferentes gestiones, entre las cuales pueden realizar "Consultas, Reclamos, Pedidos y Quejas". El Centro de Soluciones es el sector que recepciona los formularios, gestionando y dando respuesta en cada caso.

## Reclamaciones

Indicadores clásicos <sup>(1)</sup>	2013	2012	2011	2010
Cantidad de Reclamaciones registradas (total año)	204.920	173.938	205.263	229.084
Tiempos Medios de Resolución de reclamaciones (días hábiles) <sup>(2)</sup>	13,5	8,1	13,96	18,31

(1) Fuente de información: Informe de Calidad de Post Venta del mes de diciembre 2013 (con datos provisorios al 31 de diciembre 2013). (2) El tiempo medio de resolución de los reclamos, ha sido actualizado informando el promedio de resolución sobre el total anual de reclamos.

### 3. Modelo de Relación y Canales de Atención y Servicio

#### Modelo de Relación

Durante 2013 nuestro modelo de relación con los clientes fue teniendo ciertos ajustes en torno a conceptos como la multicanalidad, y la productividad.

En el sector de la Red de Sucursales se establecieron las pautas para el Segmento Premium, identificándose los clientes correspondientes y estableciendo el modelo de atención.

Con el objetivo de atender las llamadas entrantes de clientes en las sucursales, se generó un modelo de atención con un protocolo de calidad y seguimiento para garantizar la respuesta a estos llamados. Esta experiencia se encuentra en piloto en dos sucursales arrojando muy buenos resultados. Este concepto genera una mejor derivación a canales automáticos o al call center, y retoma las llamadas que la sucursal no puede atender para aplicar un protocolo desde un equipo del call center que intenta resolver los planteos de los clientes.

En el área de las Fuerzas de Ventas Masiva (FVM) actualizamos el Modelo de Incentivación, simplificando el establecimiento de objetivos o metas, y se incorporó el concepto de calidad.

Durante el año 2013 se llevaron a cabo 15 obras con el objetivo de la renovación de imagen con lo cual contamos con un total de 147 sucursales con el Nuevo Modelo de Atención sobre un total de 247 casas. Asimismo, se realizó la apertura de dos bancos en Planta en el Casino de Buenos Aires y LAN, ambos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En relación a la accesibilidad en nuestras sucursales todas cuentan con rampas y 77 con baños especiales para discapacitados.

#### Herramienta "Escenarios Comerciales" (EECC)

Las novedades dentro de la herramienta de gestión Escenarios Comerciales están impulsadas por los conceptos de Multicanalidad y de mejora en la productividad ya sea optimizando la gestión de los Ejecutivos, o garantizando la información

correcta con los clientes. En esta línea las principales novedades del año son:

#### Aspectos vinculados a la multicanalidad

- Incorporación de la Fuerza de Venta Masiva como usuarios de Escenarios Comerciales. Este punto tiene un impacto muy importante de cara a la multicanalidad ya que las gestiones de la RED y la FVM pueden ser verificadas ante la presencia de un cliente, además de toda la potencia que aporta para la gestión de la FVM el uso de la misma.
- Incorporación del feedback de gestión del Call Center en la plataforma de Escenarios Comerciales. También vinculada a la multicanalidad y persiguiendo objetivos de productividad para poder potenciar cada contacto con el cliente
- Incorporación de información de Reclamos en la Ficha del Cliente. Es muy importante conocer los tramites que un cliente tenga vigente o estén cerrados últimamente de cara a la gestión de venta.
- Se incorporó el concepto de MOS (Modelo de Oferta Segura), publicando el interés que le despierta a un cliente en ofertas proactivas que se le presentan a través de ATMs o dentro de FrancésNet para la gestión proactiva por parte de la Red, respondiendo en tiempo y forma a un cliente interesado, con una efectividad muy importante.

#### Aspectos vinculados a la productividad

- Inclusión de mejor información en la Ficha del Cliente. Se incorporaron seguros, se mejoró la información de préstamos, se incluyó la tenencia clave y uso de canales, se convirtió a la plataforma en Compartible con el cliente pudiendo en determinados momentos ocultar cierta información interna del Banco, se mejoró la información en lo que respecta a titularidades y otras vinculaciones, y se incorporó una matriz de valor del cliente que permite con los datos con los que cuenta el Banco poder colocarlo en un determinado segmento de gestión.
- Inclusión de posibilidad de gestionar todas las ofertas que un cliente posee a la vez mejorando el feedback y reduciendo tareas de los Ejecutivos.
- Inclusión de posibilidad de responder a acciones comerciales no asignadas proactivamente.
- Registro de nuevos clientes potenciales desde la



plataforma de Escenarios Comerciales permitiendo la posibilidad de gestionarlos e incluso de continuar con contrataciones.

- Se integró en Escenarios Comerciales la gestión de la Cartera de Clientes que formaba parte de otra plataforma.

### Canales de atención

En el marco del modelo de atención basado en la multicanalidad, continuamos trabajando para brindar una mejor experiencia a nuestros clientes.

- **Banca electrónica:** siguió consolidándose como la herramienta fundamental de la Banca Minorista. Los medios automáticos fueron la pieza más importante del Plan de Migración de transacciones, junto con la colaboración de azafatas en sucursales con la finalidad de instruir a nuestros clientes y ayudarlos en este proceso de cambio. A 2013 contamos con 118 azafatas que asisten a nuestros clientes en 106 sucursales.

- **Cajeros automáticos, dispositivos y nuevas tecnologías:** en el transcurso del año se continuó con el plan de renovación de cajeros automáticos. Adicionalmente, se siguió con la expansión de los equipos "Plus", con reconocimiento de billetes, que permiten la realización de depósitos sin sobre, con y sin tarjeta Visa Débito, en cuentas propias y de terceros, con acreditación en el momento y disponibilidad las 24 horas. Se instalaron 147 equipos en 109 sucursales.

Se continuó con la instalación de nuevos dispositivos que permiten optimizar los tiempos en caja, acelerando el recuento de dinero, con funcionalidad de reconocimiento de billetes falsos. Se está trabajando para tener al menos una nueva contadora cada dos cajeros.

Actualmente, el parque instalado supera los 300 equipos, aproximadamente el 98% de las sucursales individuo cuenta con, al menos, un dispositivo.

- **Atención en sucursales:** se continuó con la implementación de proyectos destinados a mejorar la calidad de atención, dotando a las sucursales de herramientas y tecnología para optimizar la gestión, los tiempos de atención y reducir costos transaccionales. Entre estos

avances, podemos mencionar la optimización del funcionamiento de los 38 gestores de filas con la creación de nuevos algoritmos de priorización, y el sistema de precola que se encuentra en fase piloto y será expandido durante el 2014. Además de los llamadores de caja en todas las sucursales y la expansión de estos equipos a la plataforma comercial, contamos con un total de 254 Francés Express operativos.

- **Nuevas terminales de autoservicio (ATS):** se está avanzando con la implantación de nuevas terminales de autoservicio, que permiten la realización de depósitos en efectivo, depósito de cheques y pagos de tarjetas de crédito, sin la utilización de sobres, con acreditación en el momento. En 2013 se instalaron nuevos dispositivos en 14 sucursales. Estos avances estratégicos se traducen en un incremento de la capacidad operativa ya que alivian las tareas de procesamiento posteriores, liberación, y se proyectan para brindar una mayor disponibilidad del lobby.

Durante el año 2013, BBVA Francés continuó implementando la optimización de las transacciones, privilegiando los depósitos y pagos. El Banco dispone de 43 nuevos equipos y se sumarán, por lo menos, 300 más a lo largo del próximo año, como apoyo fundamental en lo que respecta a la operatoria de cajas.

**Banca por Internet:** con respecto a Francés net, durante el año 2013 se incorporaron funcionalidades tendientes a facilitar la operatoria por parte del cliente:

- Contratación de cuenta custodia.
- Contratación de tarjetas de crédito adicionales.
- Adhesión a débito automático en tarjetas Mastercard.
- Perfil del inversor.
- Oferta pre-aprobada de productos.

**Banca Móvil:** durante el 2013 se lanzó la nueva banca móvil, para Smartphones Iphone, Android y Blackberry, brindando a nuestros clientes una alternativa ágil, cómoda y sencilla, para realizar consultas y transferencias. En el 2014 se seguirán sumando nuevas operaciones que podrán efectuarse por este canal.



Porcentaje de operaciones que se realizan por canales automáticos, por tipo de transacción	2013	2012
Depósito de efectivo	81,06%	76,7%
Depósito de cheque	84,86%	83,1%
Retiro de efectivo	96,24%	94,9%

Volumen de transacciones realizadas por canal	2013	2012	2011
Cajeros Automáticos	69.318.232	67.659.369	124.831.116
Francés Autoservicio	14.157.084	14.713.622	15.301.759
Francés Móvil	4.953.358	1.676.051	442.085
Francés Inversiones	927.111	1.015.887	1.170.127
Francés Net	220.212.801	196.430.926	176.193.161
Línea Francés	8.504.114	8.820.478	9.233.884
Francés net cash	9.374.066	10.263.504	254.955

Consultas realizadas a través de canales tecnológicos	2013		2012		2011	
	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones
Fnet Individuos	196.976.097	23.236.704	176.435.413	19.995.513	159.721.490	16.471.671
Fnet Empresas <sup>(1)</sup>	-	-	-	-	9.563.494	622.550
ATM's	25.247.854	44.070.378	22.873.624	44.785.745	40.244.179	84.586.937
Francés Autoservicio	2.925.630	11.231.454	3.261.680	11.451.942	3.676.700	11.625.059
Línea Francés	7.973.882	530.232	8.327.394	493.084	8.761.118	472.766
Francés Móvil	4.626.470	326.888	1.536.478	139.573	399.794	42.291
Francés Inversiones	812.068	115.043	897.701	118.186	1.028.738	141.389
Francés net cash	8.801.517	572.549	9.780.250(1)	483.254	(2)	254.955

(1) En 2012 el canal Fnet Empresas se reemplazó por Francés net cash. (2) Dichos datos no están disponibles dado que el canal Francés net cash se habilitó a los clientes el 23 de marzo de 2011. La migración de las bancas electrónicas anteriores (BBVA Cash y Francés net empresas) comenzó en abril de 2011 y finalizó en diciembre de 2012, afectando los volúmenes operados.

## Beneficios para nuestros clientes

En 2013 profundizamos nuestra estrategia de estar siempre presente ante las necesidades de nuestros clientes a través de las alianzas estratégicas; como Lanpass, realizando más acciones comerciales, como ser el canje de kms LANPASS por productos especiales, adicionalmente al canje por pasajes aéreos ya existente, otros beneficios y cuotas sin interés. Asimismo beneficios en tarjetas de crédito y débito: descuentos y cuotas en los rubros, indumentaria, hogar y decoración, líneas aéreas, viajes y turismo. Como contenidos diferenciadores se continuó trabajando con la alianza con el Club Atlético Boca Juniors y el Club

Atlético River Plate, que fue realizada a efectos de sumar a nuestra plataforma de beneficios para tarjetas de crédito, experiencias, viviendo el mundo Boca y el mundo River desde adentro, ambos potenciados a través de tarjeta Xeneize y tarjeta River.

Como todos los años, realizamos el sorteo anual de El Libretón en el cual participan todos los Clientes que poseen Caja de Ahorro El Libretón. Otorgamos 46 premios que consisten en diferentes montos a ser acreditados en cuenta.

## 4. Seguridad, protección al cliente y continuidad del negocio

El Plan Director de Seguridad Informática 2.0, que busca optimizar procesos y herramientas relacionados con la protección de los datos de los clientes y del Banco, y el combate del fraude por los canales alternativos, está prácticamente concluido.

Se completó la instalación de la nueva plataforma de firewalls, desplegándose la infraestructura de seguridad perimetral con excelentes resultados. También se han cumplido los primeros hitos de la segunda etapa del proyecto que proporcionará funcionalidad de "cortafuegos" interno, para garantizar la seguridad de los equipos "core" del Centro de Cómputos ante la posibilidad de intentos de ataques desde la red interna.

Continuamos desarrollando la campaña de formación y concientización en Seguridad, cuyo punto culminante es la jornada de conferencias que se realiza el Día de la Seguridad de la Información en el Campus del BBVA, abierta a empleados, proveedores e invitados de otras empresas del mercado financiero. La campaña se sigue robusteciendo con más actividades y cursos, tanto técnicos como de formación general en Seguridad.

El Plan Director de Continuidad del Negocio sigue ejecutándose según el plan oportunamente desarrollado. También se ha incorporado nuevos procesos de gestión del outsourcing de actividades para asegurar que todos los riesgos, incluidos los tecnológicos, estén contemplados en el proceso de tercerización, de manera de robustecer los aspectos que tienen que ver con la confidencialidad de la información compartida con el proveedor y la continuidad de los servicios.

En Canales Electrónicos, utilizados cada vez más por nuestros clientes, se está trabajando en la adecuación a la nueva regulación del BCRA sobre el tema, lo que redundará en mejores controles y más seguridad.

## 5. Transparencia y publicidad

La transparencia y la simplicidad enmarcan toda nuestra comunicación. A través de piezas sencillas, concretas, útiles y claras incluimos la información legal necesaria, clave para nuestros clientes,

así como el ofrecimiento de diferentes vías de contacto: gráfica, televisión, radio, vía pública, sitio institucional, telemarketers, mensajes de texto a teléfonos móviles a través de Francés Go, redes sociales, marketing directo, correo electrónico y material POP.

Asimismo continuamos desarrollando la campaña "Préstamos Simples", la cual representó un éxito como años anteriores con una comunicación novedosa y atractiva a través de televisión, radio y gráfica.

Durante 2013 se continuó con el uso de las calificaciones pre-aprobadas de clientes con una herramienta a través de la cual se permite balancear la calificación del cliente entre diferentes productos que pueden resultar de su interés o necesidad.

## 6. Accionistas

BBVA Francés trabaja bajo tres principios directores: la integridad, la prudencia y la transparencia, con el objetivo principal de construir relaciones duraderas con los accionistas basadas en la credibilidad y la confianza.

El capital accionario de BBVA Francés está compuesto por 536.877.850 acciones ordinarias, al 31 de diciembre de 2013, el 75,93% pertenecía al Grupo BBVA. Los principales tenedores del resto del capital son la Administración Nacional de la Seguridad Social, fondos de inversiones nacionales y extranjeros, e inversores minoritarios.

El área de Relaciones con Inversores mantiene una estrecha relación con la comunidad inversora y representa al Banco ante accionistas, inversores y analistas en reuniones y conferencias brindándoles la información necesaria de manera precisa, transparente y oportuna sobre, situación económica financiera del país, su posición competitiva, su estrategia y el desarrollo de los negocios.

Por otro lado, tiene como función comunicar a la "Comunidad Inversora" (Analistas, inversores, accionistas, bolsas de Buenos Aires, de New York y Madrid, etc.) a través de comunicados de prensa trimestrales sobre la gestión del banco.

También, es el encargado de mantener la relación con las agencias calificadoras de riesgo que evalúan al Banco; FixScr affiliate of Fitch Ratings y Standard & Poor's.

El Banco cotiza sus acciones en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires desde 1888, en la Bolsa de Nueva York (bajo la forma de ADS's) desde 1993 y a partir de diciembre de 1999, también cotizan en la Bolsa de Madrid. Por lo tanto, el área también tiene mantiene la relación con los entes de control en los países donde cotiza: Securities & Exchange Commission y New York Stock Exchange en Estados Unidos, Comisión Nacional de Valores, Bolsa de Buenos Aires y Mercado Abierto Electrónico en Argentina y Bolsa de Madrid en España.

Durante el año 2013, se continuó renovando la página web del área, mejorando el acceso, haciendo la navegación más intuitiva y simple, a la vez que se amplió la base de información actualizada sobre la evolución de la gestión, así como detalles y estadísticas sobre las acciones y nuestro capital social.

Para mayor información sobre la estructura accionaria, propiedad y forma jurídica de la organización ver la Memoria y Balance 2013 de BBVA Banco Francés S.A.

## 7. Productos y servicios responsables

En BBVA Francés creemos que favorecer el acceso a productos y servicios financieros a la mayor cantidad de segmentos de población es una de las expresiones más genuinas de la responsabilidad corporativa de una entidad financiera.

En este marco, buscamos integrar la máxima responsabilidad en todos los procesos de nuestra cadena de valor, que cubre desde el desarrollo de productos y servicios hasta el mantenimiento de los mismos. Abarcamos tanto productos y servicios destinados a colectivos con necesidades específicas como aquellos masivos y de mayor alcance.

### Apoyo a las pequeñas y medianas empresas

Buscando satisfacer sus necesidades de financiamiento de corto y largo plazo, ofrecemos diferentes productos y servicios adaptados a este segmento del mercado.

Continuamos manteniendo alianzas con organismos gubernamentales, e instituciones nacionales e internacionales trabajando conjuntamente en

## Accionistas

	2013	2012	2011
Accionistas	6.281	6.450	7.259
Acciones	536.877.850	536.877.850	536.877.850
<b>Propiedad Acciones % sobre capital</b>			
<b>Particulares</b>			
Menor a 4.500 acciones	0,96%	1,05%	1,15%
Mayor a 4.500 acciones	3,76%	4,10%	4,25%
<b>Inversores Institucionales</b>			
Nacionales	10,10%	10,57%	9,69%
Extranjeros	0,38%	0,38%	0,39%
BBVA	75,93%	75,96%	76,00%
BONY (ADRs)	8,86%	7,94%	8,51%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

líneas de préstamos con financiamiento especial para PyMes: Agencia Calidad San Juan, Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR), Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE), Banco Central de la República Argentina (BCRA), el Ministerio de Economía y el Ministerio de Industria.

Nuestro plan de capacitación para empresas tiene por objetivo tanto la fidelización de los clientes así como un servicio de valor agregado, al hacerle llegar a las empresas clientes y no clientes información profesional de interés para su día a día y sus estrategias de negocio. Durante 2013 realizamos reuniones informativas y de capacitación sobre el armado de proyectos de inversión.

Asimismo, continuamos brindando capacitaciones sobre comercio exterior en conjunto con:

- Forex Club Argentino, en Campus BBVA;
- 10 Mesas Redondas de Comercio Exterior y Cambios
- 15 Cursos y Talleres de Comercio Exterior y Cambios
- Evento Cena Fin de Año: 50 Aniversario
- Cursos dictados en Asociación de Bancos de Argentina de Síntesis Normativa: 3.
- Talleres dictados en CERA de Actualidad Normativa: 2.
- Centro Despachantes Aduana Córdoba: 2 eventos - 80 asistentes
- Cámara de Comercio Exterior Chubut: 2 eventos - 100 asistentes
- Cámara de Comercio Exterior Cuyo: 120 asistentes

Con el objetivo de incentivar el crecimiento ofrecemos una amplia variedad de soluciones para pequeñas y medianas empresas (PyMes), así como también generamos y desarrollamos diversos acuerdos de colaboración con organismos e instituciones.

- AERCA (Asociación de Empresarios de Región Centro Argentino): 60 asistentes
- USAL: 2 eventos - 200 asistentes
- Cambras: 2 eventos - 70 asistentes
- Cámara Argentina Chilena: 3 eventos - 200 asistentes

También se realizó la 24ª edición del Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés, que estimula y premia a la innovación de empresarios emprendedores.

*Para más información sobre el Premio, ver capítulo "Compromiso con la sociedad".*

En millones de pesos	2013	2012	2011
Stock de financiamiento a PyMEs	11.750.000 <sup>(1)</sup>	8.610.980	6.871.165

(1) Las diferencias con respecto al IARC 2012 se corresponden a que a partir de Julio 2012, se han tenido que derivar parte de los préstamos otorgados a los Préstamos de Inversión Productiva como resultado de la Comunicación A. del Banco Central (5319/5380/5449/5516). Los totales liquidados reportados en el presente informe corresponden a operaciones únicamente de Banca Empresas.

## Préstamos a Empresas con Líneas de Financiamiento Especial

(en miles de pesos ARG)	2013		2012	
	Operaciones realizadas	Total liquidado	Operaciones realizadas	Total liquidado
Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR)	2	2.695.323	3	8.300.000
Mendoza Productiva	-	-	-	-
Calidad San Juan	4	3.000.000	16	6.950.000
Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (Sepyme)	-	-	-	-
BICE- Proyectos de Inversión	-	-	70	27.000.000
SGR	36	45.085.000	24	28.810.000
Programa del Bicentenario	3	12.700.000	5	70.034.000
INYM Misiones	-	-	10	15.100.000

Los totales liquidados reportados en el presente informe corresponden a operaciones con fecha alta año fiscal 2013.

### Acuerdos de colaboración

Con el fin de generar acuerdos de colaboración que beneficien a sectores vulnerables, nos aliamos con organismos e instituciones entre los que se encuentra, nuestro acuerdo realizado con la Fundación Carolina para la financiación de estudios de postgrado para residentes argentinos a través de una línea con tasa subsidiada.

Mantenemos el convenio de cooperación con Boca Juniors orientado a contribuir al mejoramiento de la sociedad con el fin de que jóvenes de entre 12 y 19 años de hogares de bajos ingre-

sos económicos puedan finalizar sus estudios secundarios.

Para mayor información sobre el convenio firmado con Boca Juniors ver capítulo "Compromiso con la Sociedad".

### Resumen online

Buscamos contribuir al desarrollo sustentable del entorno ambiental incentivando entre nuestros clientes la posibilidad de optar por recibir el resumen online en vez de en papel. En 2013, nuestros clientes suscribieron 456.201 de sus productos al resumen online.

# Finanzas responsables

## 1. Principio de Precaución y Gestión del Riesgo

Los riesgos son un elemento inherente al negocio bancario, y es por eso que en BBVA Francés pretendemos mitigarlos siguiendo los lineamientos del Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia. Nos ocupamos de los riesgos extra-financieros que puedan afectar el perfil crediticio de un prestatario o de un proyecto financiado, poniendo en peligro tanto el repago de la deuda como así también los principios corporativos de integridad prudencia y transparencia. Para lograr este objetivo es que aplicamos el Principio de Precaución en todas las operaciones. Manejamos una exposición al riesgo para que se mantenga en límites controlados para preservar la solvencia de la entidad. Dicho Principio de Precaución no sólo se relaciona con aspectos financieros sino también sociales, ambientales y reputacionales.

El **Riesgo Reputacional** se mitiga a través de normas que surgen de un Manual Corporativo que contiene pautas que nuestro accionista de referencia requiere para evaluar, identificar y gestionar esos riesgos y hacerles frente. El proceso para la gestión de riesgos, debe ser integral y proporcional a la dimensión e importancia económica de la entidad financiera. Es por ello que BBVA Francés utiliza un modelo de gestión basado en la toma de decisiones bajo dos principios rectores: la prudencia y la anticipación.

- **La prudencia** se materializa en lo referente a la gestión de riesgos estructurales, riesgo de crédito, gestión de capital y operaciones corporativas.
- **La anticipación** se refiere a la capacidad para tomar decisiones que anticipen cambios relevantes en el entorno, la competencia y los clientes, con repercusión en el mediano plazo.

Este proceso debe ser adecuado, suficientemente comprobado, debidamente documentado y revisado periódicamente en función de los cambios que se produzcan en el perfil de riesgo de la entidad y en el mercado.

La **Dirección de Riesgos** implementa los criterios, políticas y procedimientos definidos por el Di-

rectorio en el marco de la gestión del riesgo Crediticio, Financiero (Mercado, Liquidez y Tipo de Interés) y Operacional realizando el seguimiento y la vigilancia de su correcta aplicación; proponiendo las acciones necesarias a los efectos de mantener encuadrada la calidad de los riesgos dentro de los objetivos definidos.

En este marco, el Directorio y el Comité de Dirección se encuentran comprometidos en la identificación, evaluación, seguimiento, control y mitigación de los riesgos significativos. Éstos Órganos, vigilan periódicamente los riesgos de Crédito, Financiero y Operacional susceptibles de afectar al éxito de las actividades de BBVA Francés, como así también ponen especial énfasis en los riesgos Legales, de Reputación e Imagen y de Prevención y Blanqueo de Capitales.

En 2013 el Banco Central de la República Argentina emitió dos normas que terminan de cerrar el proceso de implantación de Basilea II en Argentina:

- **Comunicación A 5394:** establece los Requisitos mínimos de divulgación (Tercer pilar de Basilea II). La misma establece la información cualitativa y cuantitativa exigible, en relación, al Capital, Riesgos de Crédito, Mercado, Operacional, Titularización, Tasa de Interés y sobre cartera de inversión (posiciones en acciones); que debe publicarse en la página Web del Banco.
- **Comunicación A 5398,** referida a los "Lineamientos para la Gestión de Riesgos en Entidades Financieras". Esta norma mantuvo lo establecido por su antecesora en cuanto a que las Entidades Financieras deben contar con un proceso integral para la gestión de riesgos, que incluya la vigilancia por parte del Directorio y de la Alta Gerencia para identificar, evaluar, seguir, controlar y mitigar todos los riesgos significativos y además incorporó:
  - a) La definición del *Internal Capital Adequacy Assessment Process (ICAAP)*, mediante la cual las entidades financieras deben contar con un proceso interno, integrado y global, para evaluar la suficiencia de su capital económico en función de su perfil de riesgo. Esto implica que definan políticas incluyendo el tema del Capital Económico y a la vez que se utilicen pruebas de estrés para evaluar situaciones

La Dirección de Riesgos implementa los criterios, políticas y procedimientos definidos por el Directorio en el marco de la gestión del riesgo Crediticio, Financiero (Mercado, Liquidez y Tipo de Interés) y Operacional realizando el seguimiento y la vigilancia de su correcta aplicación.

adversas, pero posibles, que puedan afectar su nivel de capital.

b) Siete nuevos riesgos para gestionar: Riesgo País, de Contraparte, Residual como sub-especies del riesgo crediticio y el Riesgo Reputacional, Estratégico, de Concentración y de Titularización.

Además, resultan claves las siguientes normas corporativas:

- **Financiación de armas y material de defensa.** En BBVA Francés establecemos principios, criterios y normas a seguir con relación al pedido de financiamiento en el sector de fabricación de armas y municiones, como también operaciones de comercio exterior relativas a material de defensa y productos de doble uso. La Dirección de Riesgos es la encargada de analizar, según la normativa vigente, si es posible otorgar dicha financiación. En 2013 se actualizó la norma conforme al nuevo modelo corporativo. Se incorporó a las funciones del Comité de Gestión de Riesgos el examen de operaciones que pudieran tener relación con el comercio de armas, con entidades o países con alto riesgo de violación de los derechos humanos.
- **Personas de Relevancia Pública - facultad no delegada.** Existen personas de relevancia pública, miembros de los Poderes Ejecutivo Legislativo y Judicial que podrían llegar a ejercer influencia o tomar decisiones que afecten nuestro Grupo o alguna de las sociedades que lo componen. En estos casos el área de Riesgos analizará la viabilidad o no de algún pedido de financiación ya que el principio rector es el de facultad no delegada.

BBVA Francés ha desarrollado una herramienta Gap Analysis Tool, que permite especificar el grado de cumplimiento de los lineamientos normativos, identificar las principales brechas, las áreas involucradas y la carga de trabajo.

Mediante la implementación de las mencionadas normativas el Banco se encuentra desarrollando las mejores prácticas en relación al gobierno corporativo y a la gestión integral de riesgos, siendo líderes y referentes en la materia.

## 2. Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas

Dada nuestra integridad y compromiso con cada una de las sociedades en que desarrollamos nuestra actividad, uno de nuestros objetivos

prioritarios es la prevención del Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, y así evitar que nuestros productos sean utilizados con una finalidad delictiva.

Para dicha prevención contamos con un Modelo de Gestión del Riesgo de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación de Actividades Terroristas. Dicho Modelo considera el del Grupo BBVA como así también las prácticas en materia de prevención y blanqueo de la industria financiera internacional. Se compone de los siguientes elementos:

- Estructura organizativa con recursos propios y clara asignación de responsabilidades
- Un cuerpo normativo que determina las obligaciones y cautelas en este ámbito, dando relevancia a las medidas de identificación y conocimientos de clientes.
- Medidas de monitorización de clientes para identificar potenciales actividades sospechosas y poder reportar a las autoridades competentes.
- Ejecución de planes de comunicación y formación de los empleados, teniendo en cuenta la exposición de cada colectivo al riesgo de blanqueo de capitales
- Una auditoría para comprobar la eficacia del resto de los elementos del Modelo.

Durante el 2013 se continuó con la potenciación del Modelo desarrollando las siguientes actividades:

- **Capacitación del personal que ingresa al Banco,** en políticas de Prevención del Lavado de Dinero y Financiación del Terrorismo realizándose 10 charlas con la asistencia de 116 participantes.
- Se realizaron 15 charlas dirigidas especialmente a **gerentes zonales y gerentes de sucursales** con la participación de 281 personas, 3 talleres a 63 Jefes de Gestión Administrativa de sucursales.
- **Visitas y reuniones zonales:** se realizaron 2 visitas en sucursales con 22 participantes, y una reunión zonal con 34 participantes.
- Actualización del **material de los cursos a distancia sobre Prevención del Lavado de Dinero y Financiación del Terrorismo,** en función a la normativa vigente.
  - Se incorporaron todas las mejoras y ajustes necesarios en el **Sistema Integral de Gestión de Alertas (SIA).**
  - Se continuó con los planes de **redocumentación y actualización de datos** de nuestros clientes.
  - Capacitación de 4.626 empleados en 20.306 horas de formación mediante e-campus en políticas de Prevención de Lavado de Dinero y

Financiamiento del Terrorismo y capacitación de 316 empleados en 924 horas de formación presencial sobre políticas de Prevención de Lavado de Dinero y Cumplimiento Normativo.

### 3. Gestión, control y prevención del fraude

En BBVA Francés continuamos trabajando en políticas prevención del fraude, tales como la innovación de productos que nos permite reforzar la confianza de nuestros clientes en la oferta financiera del Grupo. En tal sentido se ha estado desarrollando una herramienta nueva de detección del fraude en el canal Internet, mediante análisis de comportamiento, de la cual ya se ha ejecutado la fase piloto y entrará en operaciones en 2014.

Con respecto a la prevención del fraude, se comenzó a ejecutar el proyecto de instalación de la nueva infraestructura informática para herramientas de prevención del Fraude (SAVIA), habiéndose emitido las órdenes de compra correspondientes y con planes de instalación para inicios de 2014. Sobre dicha infraestructura se montarán distintas herramientas que permitirán potenciar los procesos de prevención del fraude.

También hemos incrementado las acciones de concientización de nuestros clientes sobre la Seguridad en Internet, y nuestra principal acción en este sentido ha sido la emisión de tarjetas con tecnología EMV. La misma consiste en un estándar tecnológico para dotar a las tarjetas de crédito y débito de un chip electrónico, que permite incrementar, en forma muy significativa, la seguridad de las tarjetas frente al intento de copiado y clonación. Las letras EMV corresponden a las iniciales de las tres empresas que lo propusieron y adoptaron en primer lugar (Europay, MasterCard y Visa).

Hemos hecho un seguimiento mensual con nuestros especialistas corporativos del Grupo BBVA del tema del Fraude Tecnológico generando una sinergia que nos permita optimizar todas las acciones encaminadas a combatirlo.

### 4. Principios de Ecuador: financiación de proyectos

El Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, adhiere desde el año 2004 a los Principios de Ecuador en forma voluntaria. Son un conjunto de estándares para determinar, evaluar y gestionar los riesgos sociales y ambientales en la finan-

ciación de proyectos. Cada proyecto que BBVA va a financiar, como así también las actividades de asesoría que realice, quedan reguladas, y se describe la metodología de valoración y administración del riesgo ambiental y social. Para ello, cada riesgo debe ser categorizado de la siguiente manera:

- **CATEGORIA A.** Proyectos con posibles impactos sociales o ambientales adversos significativos que son diversos, irreversibles o sin precedentes.
- **CATEGORIA B.** Proyectos con posibles impactos sociales o ambientales adversos limitados, que son escasos en números, y por lo general localizados en sitios específicos, mayormente reversibles y fácilmente abordables a través de medidas de mitigación.
- **CATEGORIA C.** Proyectos con impactos sociales o ambientales mínimos inexistentes.

### 5. Gestión de Control Interno

La principal función de esta gestión es asegurar la evaluación y monitoreo permanente del funcionamiento adecuado del sistema de control interno del Banco. Dicha área ha sido reorganizada para mejorar su eficiencia en 2012 creándose la Gerencia de Auditoría Continua y Procesos.

En 2013 como todos los años hemos realizado un testeo del sistema de Control Interno, siempre respetando lineamientos y consideraciones de los entes reguladores. Como resultado de la continua evaluación se identificaron riesgos con los correspondientes controles para mitigarlos. También se continúa verificando el Programa de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo para que los controles resulten adecuados, no surgiendo ningún aspecto relevante para mencionar. El trabajo realizado este año concluyó con la elaboración de un total de 87 Informes de Auditorías de Red de Oficinas in Situ, 6 Informes de Auditorías de Red a Distancia, 19 Informes Anti-fraude, 14 Informes de Auditoría Financiera (incluyendo Procesos del Banco, Pensiones, Seguros, Negocios Globales y Sociedades Vinculadas, 4 Informes de Auditoría de Sistemas, 35 Trabajos Regulatorios.

El Comité de Auditoría continuó reuniéndose mensualmente para tomar conocimiento de los informes emitidos, realizando un análisis de los mismos para descubrir sus debilidades, poniendo especial énfasis en los temas relevantes y haciendo recomendaciones a las áreas auditadas con su consiguiente seguimiento y control.

---

La función de Auditoría Interna es una actividad permanente, independiente, imparcial y objetiva de consulta y evaluación de los sistemas de control interno y gestión de riesgo de la organización.



# Gestión responsable de Recursos Humanos

Nuestros empleados son el motor de nuestro crecimiento. Por eso, atraemos, retenemos y potenciamos el talento interno en un marco de respeto por la diferencia y la inclusión, y en un ambiente laboral propicio para el desarrollo de las todas personas.

## 1. Nuestro equipo

Indicadores de Recursos Humanos			2013	2012	2011
	Hombres	Mujeres	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Cantidad de empleados <sup>(1)</sup>	2.827	2.395	5.222	5.146	5.005
<b>Por categoría</b>					
% Comité dirección y Direc. corporativos	90,00%	10,00%	0,19%	0,19%	0,22%
% Equipo directivo	82,61%	17,39%	0,88%	0,87%	0,88%
% Mandos medios	71,89%	28,11%	13,08%	12,96%	11,37%
% Especialistas	56,98%	43,02 %	20,03%	18,87%	21,64%
% Fuerza ventas	52,71%	47,29 %	33,61%	34,05%	35,80%
% Puestos base	45,66%	54,34%	32,21%	33,06%	30,09%
<b>Por edad</b>					
Edad promedio hombres			42	41	41
Edad promedio mujeres			36	36	35
Menores de 25 años	39,74%	60,26%	4,48%	4,37%	5,05%
De 25 a 45 años	48,40%	51,60%	69,28%	70,95%	71,43%
Más de 45 años	71,75%	28,25%	26,24%	24,68%	23,52%
<b>Por región</b>					
Áreas Centrales	1.296	1.128	2.424	2.387	2.324
Sucursales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires	788	781	1.569	1.554	1.511
Sucursales del interior	743	486	1.229	1.205	1.170
<b>Por tipo de contrato</b>					
Contratos plazo fijo	21	29	50	35	15
Efectivos	2.806	2.366	5.172	5.111	4.990
<b>Por jornada laboral</b>					
Parcial	77	230	307	276	271
Completa	2.750	2.165	4.915	4.870	4.734
<b>Otros indicadores</b>					
Antigüedad promedio			12,7	12,21	12,00
Número de altas de empleados			149	214	519
Rango entre el salario inicial y SMVM			2,71	2,70	2,52

(1) No incluye empleados coyunturales y Comisión de Servicios PSA/RCA

Nuestra gestión de los recursos humanos prioriza la equidad de género, la igualdad de oportunidades, la no discriminación y la libertad de asociación.

Índice de Rotación	2013	2012	2011
Índice de rotación total	4,06%	3,75%	4,38%
Rotación no deseada total	1,65%	1,61%	1,84%
<b>Por género</b>			
Mujeres	51,42%	50,26%	46,12%
Hombres	48,58%	49,74%	53,88%
<b>Por edad</b>			
Menores de 30 años	1,29%	1,22%	1,10%
Entre 30 y 50 años	2,40%	2,18%	1,94%
Mayores de 50 años	0,22%	0,33%	1,34%
<b>Por región</b>			
Áreas Centrales	1,99%	2,20%	2,24%
Sucursales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires	1,07%	0,86%	1,12%
Sucursales del interior	0,85%	0,70%	1,02%

Nuevas Contrataciones 2013 - ALTAS	149
<b>Por edad</b>	
Menores a 30 años	69,79%
Entre 30 y 50 años	29,53%
Mayores de 50 años	0,68%
<b>Por género</b>	
Mujeres	54,36%
Hombres	45,64%
<b>Por región</b>	
AACC (Áreas Centrales)	78
Sucursales de CABA y Provincia de Buenos Aires	23
Sucursales del Interior	48

## 2. No discriminación e igualdad de oportunidades

Cada año, reforzamos y aseguramos el cumplimiento de nuestra Política de Equidad de Género, que busca la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el acceso al empleo, la formación y el desarrollo profesional; la conciliación de la vida familiar y laboral; la prevención del acoso sexual; y la promoción de una imagen diversa.

En BBVA Francés el talento no tiene género. Por ello, respetamos y celebramos el Programa de Di-

versidad de Género, que integra y unifica a todos los países del Grupo con la intención de continuar desarrollando espacios y equipos cada vez más afines a la diversidad.

Durante 2013 culminó la prueba piloto del Proyecto Nuevas Formas de Trabajo - Teletrabajo y Jornada Reducida con excelentes resultados. Por eso, el Comité de Diversidad de Género de la Argentina extendió la opción de teletrabajo a todas las madres de Áreas Centrales que se reincorporaron de su licencia por maternidad. Asimismo, implementamos un Plan de Comunicación del Programa de Diversidad de Género a nivel local y global.

El Comité de Diversidad de Género de la Argentina, se reunió para tratar la evaluación del Programa Piloto de Nuevas Formas de Trabajo-Teletrabajo y su continuidad. El Comité Operativo de la iniciativa también realizó una reunión para revisar el circuito de inclusión de las madres y mejorarlo. Asimismo, se organizaron tres videoconferencias con el Comité Estratégico de Diversidad de Género de España.

Este año, 22 empleadas se sumaron a la modalidad teletrabajo y una a la variante de jornada reducida.

Además, se desarrollaron las siguientes iniciativas en el marco del Programa de Diversidad de Género:

- Cobertura de las licencias por maternidad tanto en áreas centrales como en la red. En 2013 se realizaron 177 coberturas (Banco y BBVA Seguros) de un total de 197 bajas, alcanzando un porcentaje de cobertura del 90%
- Realización de entrevistas de seguimiento de maternidad. En 2013 se realizaron en total 47 entrevistas durante el embarazo (Entrevistas Prenatales), 19 entrevistas a las empleadas recién reincorporadas (Entrevistas de Adecuación) y 51 entrevistas a los 9 meses luego de la

reincorporación (Entrevistas de Maternidad)

- Lactario disponible en uno de los edificios centrales: Reconquista 40.
- Seguimiento de la evolución de vacantes publicadas en Apúntate.
- Mantuvimos la ampliación de la licencia por paternidad a cinco días. Tuvimos 96 casos en 2013.
- Incorporación de conceptos clave sobre diversidad de género en los Programas de Liderazgo dirigidos a directivos y a pre-directivos del Grupo.
- Implementación de dos programas globales de sensibilización en diversidad, dirigidos a directivos, jefes del equipo, resto de plantilla e ingresantes.

Asimismo, la red de networking General, nuestra iniciativa corporativa inspiradora de ideas y debates, incorporó una sección de encuesta sobre el desarrollo de la igualdad y la equidad de género en el ámbito laboral. Además, amplió su alcance a todos los empleados de la Argentina y del Grupo a nivel mundial.

Por último, el Curso de Diversidad de Género siguió formando parte de las actividades de bienvenida obligatorias que se impartieron a todos los nuevos colaboradores a través de la plataforma de e-learning.

## Indicadores de Diversidad

	2013	2012	2011
<b>Por diversidad laboral</b>			
% Empleados hombres	54%	55%	56%
% Empleados mujeres	46%	45%	44%
<b>Otros indicadores</b>			
Mujeres en cargos gerenciales	9	9	9
Empleados con capacidades especiales	9	9	9

## Empleados por segmento

	2013		2012	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Equipo directivo	83,93%	16,07%	83,64%	16,36%
Mandos medios	71,89%	28,11%	73,61%	26,39%
Especialistas	56,98%	43,02%	56,23%	43,77%
Fuerza de ventas	52,71%	47,29%	53,42%	46,58%
Puestos base	45,66%	54,34%	46,27%	53,73%

## Política de Movilidad para garantizar la igualdad de oportunidades

En línea con la implementación de Apúntate y con las nuevas definiciones corporativas, en 2013 gestionamos el **Plan de Movilidad en la Argentina**. La Política Movilidad en el Grupo BBVA se basa en la gestión y en la publicación de puestos, la definición de cinco tipologías de movilidad, y en comités de asignaciones que garantizan la transparencia y la igualdad de oportunidades.

### 3. Libertad de asociación

Respetamos la libertad sindical y los derechos laborales de nuestros empleados. El 100% de nuestro personal están incluidos en algún convenio colectivo, incluso cuando las negociaciones y los acuerdos salariales abarcan hasta la categoría de Jefe Principal de Departamento.

A la hora concordar o de solucionar conflictos, elegimos el diálogo y la negociación colectiva. Por eso, mantenemos una comunicación fluida con las Comisiones Gremiales Internas (CGI) de las diferentes localidades del país y con las seccionales de la Asociación Bancaria a nivel nacional.

### 4. Empleo, selección y política de remuneraciones

Cuando elegimos a nuestros empleados, tenemos en cuenta los Principios Básicos de actuación corporativos: la igualdad de oportunidades, la no discriminación de los candidatos, la profesionalidad de los intervinientes, y la objetividad y la confidencialidad en los procesos de selección.

Durante 2013, constituimos el área de Selección Corporativa, de la cual dependen los centros de selección de cada país. Esta tiene como finalidad establecer un modelo de selección único para todo el Grupo a nivel global. Dentro de los proyectos llevados adelante se encuentran el desarrollo de una Política de Selección Externa unificada y adaptada a cada geografía según legislación, la utilización de herramientas de

evaluación comunes a todos los centros, la unificación de métricas y el establecimiento de un programa de employer branding con la finalidad de brindar una imagen homogénea del Grupo como empleador global.

Como siempre, seleccionamos los candidatos de acuerdo con el mérito y la capacidad profesional, brindándoles a todos los postulantes las mismas oportunidades. Así, evitamos ofertas de empleo con requisitos que no concuerden con el criterio de idoneidad para cada puesto. Para ofrecer igualdad de oportunidades en el acceso al empleo, le prestamos especial atención a la redacción de los avisos de búsqueda. Además, incluimos una mujer en las presentaciones de candidatos siempre que sea posible.

#### Modelo de Valoración por Competencias

Distinguimos y evaluamos las habilidades y los conocimientos claves de cada puesto utilizando el Modelo de Valoración por Competencias desarrollado por el Grupo BBVA, que hace foco en el Plan BBVAx3 a través de actitudes como Ambición, Cliente, Sencillez y One Team/Cooperación.

Este proceso se lleva a cabo cada dos años y permite identificar el grado de desarrollo de los conocimientos y las habilidades de los empleados del Grupo, detectar sus puntos fuertes y sus áreas de mejora. A través de este esquema, también valoramos el estilo de dirección de la mayoría de las personas que lideran equipos de trabajo.

Los resultados del Modelo de Valoración por Competencias son un elemento fundamental tanto para el desempeño individual como para el desarrollo profesional de cada empleado en el Grupo.

## Nueva herramienta de Catalogación y Proyección

En 2013 contamos con una herramienta que les permitió a los jefes realizar una valoración global de cada colaborador atendiendo a las funciones del momento y a las futuras. Así, brindamos una nueva oportunidad de diferenciación y de reconocimiento del mérito.

Las valoraciones de Catalogación y de Proyección constituyeron dos calificaciones independientes entre sí. En la Catalogación, se valoró el desempeño global de los empleados en las funciones que realizaban. En la Proyección, se valoró su potencial para desempeñar puestos de mayor nivel, teniendo en cuenta su experiencia, sus competencias y su compromiso.

A través de esta herramienta, 98% de los jefes realizaron la evaluación "Valoración de Habilidades BBX3" a sus colaboradores, 96% de la plantilla se auto valoró y 88% de los empleados valoraron a sus jefes. 95% de los jefes realizaron la "Valoración de Conocimientos" a sus colaboradores y 97% de la plantilla se auto valoró.

En 2013 continuamos desarrollando nuestra fanpage en Facebook para interactuar con los seguidores, divulgar ofertas de trabajo y promocionar eventos en los que participamos de manera institucional.

### Plan de atracción de talentos

Participamos en ferias y en exposiciones de diferentes universidades y escuelas de negocios, consolidando nuestro lugar en el mercado laboral y reforzando el vínculo con estudiantes y jóvenes profesionales. Así, en 2013, estuvimos en las ferias de empleo de WorkTec Ciencias Económicas, WorkTec Empleo Joven, Universidad Abierta Interamericana (UAI), Universidad de Morón, UCEMA, Universidad de San Andrés (UdeSA), Universidad de Palermo, Universidad Argentina de la Empresa (UADE), UADE Business School, Universidad Católica Argentina (UCA) y Universidad de Lomas.

También tuvimos nuestro espacio en Expobumeran y obtuvimos el primer puesto de visitas en Expo Zona Jobs. Asimismo, promocionamos nuestras búsquedas laborales por medio de la Feria Virtual de Empleo BBVA y en Facebook, LinkedIn y Twitter.

### Apúntate

En 2013 lanzamos el sistema de búsquedas internas Apúntate, que ofrece las siguientes ventajas:

1. Les facilita a los empleados de BBVA Francés un canal adicional para la gestión de su carrera profesional.
2. Racionaliza la contratación de determinados perfiles, cubriendo las necesidades del momento o las previsibles con personal interno.
3. Optimiza la gestión de coberturas.

De esta manera, los empleados de BBVA Francés pueden participar en procesos de selección siempre y cuando cumplan con algunos requisitos. Apúntate hace más eficiente y transparente la gestión del proceso de coberturas internas, y les brinda a los empleados la posibilidad de postularse a determinadas búsquedas y de conocer el estado de sus candidaturas. Además, permite publicar vacantes actuales y diferidas y generar bolsas de trabajo. Así, las vacantes que van surgiendo se van cubriendo con los empleados seleccionados de dicha bolsa.

La bolsa de trabajo tiene una vigencia de un año. En ese período, les ofrecemos a los integrantes seleccionados un curso de formación para que estén preparados al momento en que deban cubrir la posición a la que se postulan. En 2013 se desarrollaron talleres para gerentes, oficiales de Banca Empresas y de Banca Individual.

Quienes acceden al aplicativo pueden visualizar todas las búsquedas publicadas y anotarse en la que más les interese. Apúntate privilegia las diferentes instancias de comunicación de las búsquedas, desde su inicio hasta su fin o cancelación. El sistema es global, esto quiere decir que todos los países del Grupo publican sus búsquedas en un mismo lugar. A excepción de las posiciones de base, los integrantes de los diferentes países donde opera BBVA pueden visualizar las vacantes disponibles. En 2013 se publicaron 264 búsquedas, generando 1.538 postulaciones, cubriendo internamente 175 vacantes y alcanzando un porcentaje de cobertura del 66%.

Por medio del Plan de Presentación de Candidatos, nuestros empleados colaboran con la incorporación de los mejores candidatos, recomendando a personas de su entorno personal, familiar o social que cumplan con los perfiles requeridos por la organización.

### Evaluaciones de candidatos

A la hora de evaluar a un nuevo ingresante, los estudios preocupacionales incluyen el Control de Terroristas de acuerdo con la reglamentación del Banco Central de la República Argentina. Además, todos los ingresantes reciben un cuadernillo informativo sobre la Política Corporativa en el Ámbito de los Mercados de Valores y el Código de Conducta, y se comprometen a respetarlos. En 2013, además, incorporamos en el legajo de ingreso la Declaración Jurada Persona Políticamente Expuesta, debido a la resolución emitida por la Unidad de Información Financiera.

### Pool de Talento BBVA

Todos los años realizamos un proceso que nos permite detectar un pool de talento de BBVA Francés. Dicha selección no supera el 10% de la plantilla del banco y recibe acciones especiales de gestión diferencial tanto a nivel formativo, de desarrollo, participación especial en programas de Coaching, eventos, giras, promociones, etc.

### Mentoring y coaching para empleados

Realizamos la segunda edición del Programa de Coaching con 18 empleados destacados del Pool de Talento BBVA. La iniciativa incluyó sesiones individuales y una jornada presencial sobre los distintos aspectos del liderazgo.

Asimismo, contamos con la certificación de dos coach internos egresados de la Escuela Europea de Coaching, quienes se encuentran actualmente ejerciendo su rol en la compañía.

En relación a las actividades de mentoring, que buscan garantizar la máxima eficiencia en la integración de las nuevas incorporaciones, estamos evaluando el diseño y modalidad de implementación con el objetivo de iniciar su actividad durante 2014.

### Política de Remuneraciones

Creemos que la remuneración es clave para la creación de valor. Además, es uno de los elementos que refuerzan nuestra capacidad de atraer y de retener al capital humano. También resulta fundamental para generar un ambiente de trabajo adecuado. Por todo lo anterior, nuestra política de remuneración compensa a las personas de acuerdo con su nivel de responsabilidad, su actuación individual y la obtención de resultados. En este sentido, no hacemos ninguna diferencia entre hombres y mujeres. Contamos con un esquema de administración salarial que tiene en cuenta los principios de transparencia y equidad, y aseguramos la competitividad externa y la equidad interna de las remuneraciones.

Durante 2013, continuamos participando periódicamente en encuestas de mercado salarial, tanto del sector bancario como del mercado general, para asegurar la competitividad externa de nuestra compensación total. La posición del Banco respecto al mercado es entre el 50 percentil y el 75 percentil.

## 5. Evaluación de actuación

La evaluación de actuación alcanzó a todos los empleados de BBVA Francés que cumplieron con los requisitos de antigüedad. De esta manera, medimos el desempeño profesional y la consecución de los objetivos planteados a principio de año. En enero de 2013 iniciamos Evaluación de Actuación 2012 y, por primera vez, la realizamos a través de la intranet con el sistema de objetivación.

Objetivos de la evaluación 2013:

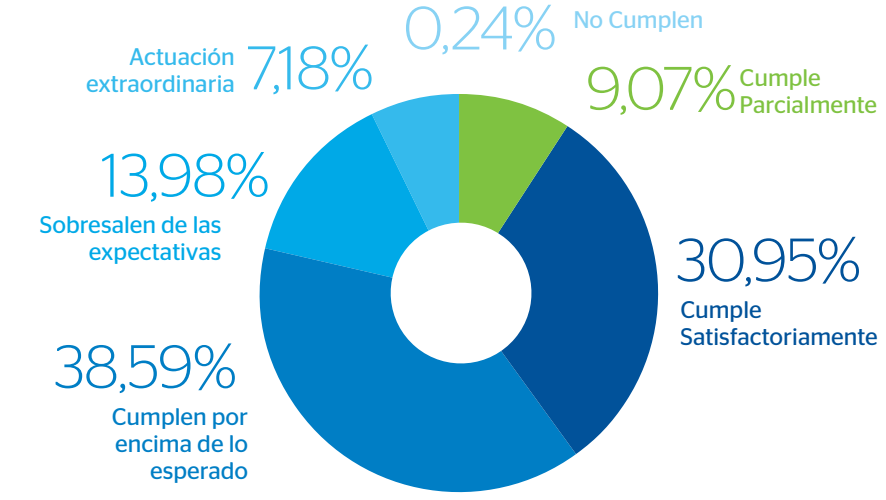
- Globales
- Cuantitativos
- De cliente
- Tácticos
- Cultura corporativa
- Actitudes BBVAx3



Porcentaje de Cumplimiento objetivos de evaluación de la actuación

Datos publicados correspondientes a 2012.

Los datos del 2013 no están disponibles al cierre de esta publicación debido a que la evaluación se realiza luego de finalizado el año.



Nota al pie de gráfico: total evaluados: 4986

6. Programas de formación en conocimientos y habilidades

- **Campus BBVA:** El modelo Campus BBVA reúne y estandariza las propuestas de formación de los empleados, impulsa el intercambio entre países y promueve la capacitación global y especializada, apalancándose en el uso intensivo de la tecnología. En 2013, consolidamos la clasificación de las escuelas de conocimiento: Management y Habilidades, Finanzas, Negocio Cliente, Tecnología y Operaciones, e Idiomas. Asimismo, afianzamos la metodología online de aprendizaje con cursos disponibles en e-campus y con aulas virtuales gestionadas por cada escuela de negocio.
- **Plan de Autodesarrollo:** En 2013 finalizaron los cursos remanentes de los Planes de Desarrollo Individual iniciados en 2011 gracias al Modelo

de Valoración por Competencias. Obtuvimos los primeros informes del Plan de Autodesarrollo (PDA), que les permitió a nuestros empleados diseñar su plan de conocimientos y habilidades, y seleccionar temas que les interesaban y que no necesariamente estaban vinculados con sus puestos de trabajo.

- **E-campus:** Nuestra plataforma online de capacitación estuvo disponible para todos los empleados. En 2013, ofrecimos un amplio catálogo que incluyó más de 700 títulos, tanto de cursos corporativos como de desarrollo enteramente local y foros cerrados asociados a una actividad de capacitación presencial. La plataforma fue utilizada por 2.366 empleados que alcanzaron un total de 82.242 horas de capacitación
- **Programas de Management:** En 2013 llevamos a cabo nuevas ediciones del Programa Toma



En 2013 invertimos \$7.404.084 en formación, capacitando 5.225 empleados, alzando una inversión por empleado de \$1.417.

de Decisiones, el Plan de Desarrollo Directivo (PDD) y el Programa de Liderazgo Positivo. Además, colaboradores de la Argentina viajaron al campus La Moraleja (Universidad Europea, Madrid, España) para formarse en programas directivos y en programas correspondientes a áreas globales.

Por otra parte, también sumamos dos actividades específicas para grupos diferentes:

**1. Subgerentes:** En el marco del Plan de Transformación Cultural, realizamos diferentes acciones por segmentos. Sumamos al pool de subgerentes el Taller de Sencillez, que tuvo una duración de un día y que contempló contenidos corporativos y locales en procesos, comportamientos y calidad.

**2. Talentos:** Realizamos una jornada de transversalidad para lograr sinergia entre áreas centrales y sucursales, y un taller de innovación creativa y otro de conversaciones efectivas. Participaron 185 empleados alcanzando un total de 1.822 hs de formación.

• **Escuela negocio-cliente:** En 2013 trabajamos en el diseño de dos importantes actividades:

**1. Programa de Certificación de Conocimientos Futuros Gerentes:** Una iniciativa diseñada en modalidad mixta. La etapa online contó con cuatro módulos que validaron el conocimiento del negocio bancario a través de evaluaciones finales. La aprobación de esta primera instancia aseguró los conocimientos necesarios para continuar con la fase de formación presencial. Esta segunda etapa consistió de dos semanas intensivas en las que se combinaron los conocimientos adquiridos en la actividad a distancia y casos concretos de la realidad con el fin de consolidar una visión global e integrada del negocio. Participaron 37 empleados obteniendo un total de 2.960 horas de formación.

**2. Plan de Formación Específico para el puesto Oficial Banca Empresa Trainee:** Desarrollamos esta actividad para que los

participantes pudieran adquirir los conocimientos básicos y necesarios para el puesto que estaban por desempeñar. El diseño del plan incluyó actividades online y presenciales. Durante 2013, participaron 874 empleados obteniendo 13.735 hs. de formación.

• **Becas para posgrados:** En 2013 mantuvimos el beneficio de becas y descuentos para estudios de posgrado con las instituciones Universidad Católica Argentina (UCA), Universidad Argentina de la Empresa (UADE), Universidad de Palermo (UP), UCES, ESEADE y Universidad Austral. Se otorgaron 12 becas alcanzando un total de 3.020 hs de capacitación.

• **Diversidad de género:** Todas las personas que ingresaron a BBVA Francés recibieron el curso "Todos distintos, todos iguales". Participaron 1.421 empleados obteniendo 1.599 hs. de formación.

• **Responsabilidad corporativa:** Implementamos el curso "Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC)" que formó parte del Plan de Inducción, del cual participaron 107 empleados obteniendo 214 hs. de formación.

• **Cursos de inglés:** A nivel corporativo se está trabajando en una nueva política de cursos de inglés que contempla cursos online para todos los empleados y para aquellos que tengan dentro de sus competencias críticas el idioma. Además de dichos, deberán participar de aulas virtuales en tiempo real desde la misma plataforma virtual. Es por ello que, en el 2013 colaboramos con las pruebas piloto a fin de testear la aplicabilidad de esta nueva forma de capacitación en idiomas. Los empleados que poseían el idioma como competencia crítica asistieron a clases presenciales de una hora y media dos veces por semana. Estas se complementaron con lecciones en la plataforma e-campus. Para aprobar un nivel, rindieron exámenes parciales escritos y un examen final, oral y escrito. En 2013, 235 participantes alcanzaron un total de 9.419 horas de formación presencial, mientras que 307 empleados dedicaron 393 horas de aprendizaje mediante e-campus.

## Cantidad de horas de formación

Por Modalidad	2013	2012	2011
Presencial	67.224,50	80.662,75	86.081,50
E-learning	82.242,83	46.411,83	68.463,70
<b>Total</b>	<b>149.558,33</b>	<b>127.074,58</b>	<b>154.545,2</b>

## Promedio de Horas de formación al año por empleado

Por Segmento	2013	2012	2011
Equipo Directivo	47	55	30
Especialistas	25	28	28
Fuerza de Ventas	29	32	23
Mandos Medios	54	34	27
Puestos base	20	18	33

## Cantidad de horas de formación por género 2013

Por género y modalidad	Hombres	Mujeres
<b>Horas de formación</b>		
Presencial	38.314	29.001,50
E-learning	48.097,92	34.144,32
<b>Total</b>	<b>86.411,92</b>	<b>63.145,82</b>
<b>Porcentaje de horas de formación</b>		
Presencial	44%	46%
E-learning	56%	54%



## 7. Clima laboral

Como resultado de la Encuesta de Clima Laboral realizada en 2012, este año se trabajó en la transmisión de los principales indicadores de la medición a las diferentes áreas, las cuales diseñaron planes de acción para mejorar el nivel de satisfacción y los índices para la próxima encuesta a realizarse en 2014.

Además, las gerencias comenzaron a diseñar planes de acción vinculados con la mejora del clima. Para ello, cada área recibió una Guía para la elaboración de planes de acción, con la cual pudieron realizar un seguimiento. Por otra parte, se gestionaron acciones transversales basadas en ejes comunes a toda la organización. Estos planes apuntan a trabajar sobre aspectos relevantes para todos los empleados: desarrollo profesional, transparencia, bienestar laboral y beneficios.

## 8. Beneficios para empleados

Nuestro Programa "Pasión por las personas" es una iniciativa corporativa. Localmente contamos con un Paquete de Beneficios.

Yo elijo BBVA es un Plan de comunicación que se creó con el objetivo de destacar lo valioso de nuestra marca. Así, esta campaña destaca, reconoce y transmite en testimonios, aquellas capacidades de los líderes de esta nueva cultura, sus aspiraciones y sus competencias a partir de conceptos relacionados a la excelencia, crecimiento, solidaridad y orgullo de pertenencia. En síntesis, esta propuesta intenta revalorizar internamente la marca BBVA en cuatro aspectos:

- 1.Un gran lugar para trabajar: Yo elijo estar acá**
- 2.Una empresa exitosa: Yo elijo crecer**
- 3.Que brinda una ejecución excelente: Yo elijo la excelencia**
- 4.Y que es responsable con la sociedad: Yo elijo ser buena gente**

## Campaña “Yo elijo BBVA”

Nuestra propuesta de valor para los ingresantes y para los posibles ingresantes incluyó un plan de inducción a la cultura BBVA. En las instancias de entrevistas, se les comentó a los candidatos externos los beneficios y las oportunidades de BBVA Francés. En 2013 incorporamos esta información a las ferias virtuales. Además, junto con los legajos de ingreso y durante las ferias de empleo, entregamos piezas comunicacionales y de protocolos de calidad de servicio y de atención en sucursales.



En 2013, Yo elijo BBVA, ganó el Premio EIKON de Oro otorgados por la Revista Imagen en la Categoría Comunicación Interna. Este galardón constituye el primer premio argentino al trabajo que hacen comunicadores y comunicólogos, relacionistas públicos, periodistas, publicitarios y organizadores de eventos. Este reconocimiento llena de orgullo a toda la organización debido a que la campaña cuenta con los empleados como los protagonistas centrales que eligen trabajar en BBVA Francés.

A lo largo del 2013, gestionamos una serie de beneficios para empleados:

- **Sorteo de entradas para espectáculos y eventos de fútbol:** A partir de las diferentes alianzas comerciales ofrecimos beneficios únicos para nuestros empleados. Sorteamos entradas para los mejores espectáculos nacionales e internacionales con ubicaciones VIP o generales. También repartimos entradas para participar del show solidario “Un Sol para los Chicos”, de Unicef.

Asimismo, gracias al auspicio de Boca y de River, continuamos con la entrega de entradas para ver los partidos de fútbol en la Bombonera y en el estadio Monumental. Además, les ofrecimos a nuestros empleados la posibilidad de presenciar con sus hijos los entrenamientos de los equipos o de jugar en River por un día, y organizamos la Copa BBVA en la ciudad de Córdoba. Por último, varios de ellos presenciaron el regreso de los mejores tenistas argentinos.

También llevamos adelante un nuevo sorteo: “¿Cómo hacen estos tipos?”. En los últimos

años, nuestros comerciales fueron multipremiados, por eso, organizamos un sorteo para que algunos colaboradores pudieran presenciar la filmación del nuevo comercial de BBVA Francés.

- **Campus LFP 2013:** Organizamos una nueva edición del certamen para que los hijos de los empleados pudieran compartir una semana de entrenamiento en uno de los mejores campus de fútbol de España. Así, 203 chicos participaron del sorteo. Finalmente, 10 afortunados viajaron al Campus LFP en Barcelona.
- **Torneos deportivos:** Se trata sin duda de una práctica altamente reconocida por los colaboradores que, además del reconocimiento en la cancha, tuvo a fin de año un broche de oro coronando a los ganadores con una entrega de premios. A lo largo del 2013 buscamos innovar y sumar nuevas disciplinas: Fútbol 5 entre semana y en cancha cubierta, Play Station y Ajedrez por el lado de competiciones y, por otra parte, un Running Team, bajo la iniciativa de promover una rutina saludable, que consta de entrenamientos semanales, guiados por profesores especializados, en la que se inscribieron 140 personas. En esta línea, también se reservaron lugares en la Maratón LanPass de 3 y 10 Km para nuestros empleados. Este año, se generaron más de 1.200 inscripciones en 12 torneos de 7 disciplinas: Tenis, Paddle, Ping Pong, PlayStation, Ajedrez, Bowling, Fútbol (5 y 7, femenino y masculino).
- **Beneficio Hotelopia:** Continuamos comunicando los descuentos y beneficios, y realizamos campañas especiales para los fines de semana largos y vacaciones.

Yo elijo BBVA, ganó el Premio EIKON de Oro otorgados por la Revista Imagen en la Categoría Comunicación Interna. Este galardón constituye el primer premio argentino al trabajo que hacen comunicadores y comunicólogos, relacionistas públicos, periodistas, publicitarios y organizadores de eventos.

- **Alianza BBVA Francés y LAN:** Brindamos el beneficio que permitió acumular puntos y canjearlos por kilómetros según las políticas de LAN.
- **Beneficio de telefonía móvil:** Este beneficio incluyó un precio preferencial para nuestros empleados y el servicio de Blackberry Profesional para empleados que contaran con un equipo Blackberry propio.

Además, entre otros, contamos con los siguientes beneficios para los empleados y sus familias:

- **Ajuares:** en BBVA Francés también festejamos el nacimiento de los hijos de nuestros colaboradores, por lo que este año continuamos con la entrega ajuares a los padres o madres que disfrutaran esta nueva etapa en sus vidas.
- **Kits Escolares:** útiles escolares para todos los hijos de empleados desde el comienzo en jardín de infantes hasta la finalización de los estudios secundarios. En 2013 entregamos mochilas con todo lo necesario para empezar el colegio. Este beneficio, según los mismos empleados, tiene un alto valor percibido, está totalmente personalizado por año escolar y por sexo e implementa mejoras todos los años obteniendo feedback de los mismos beneficiarios.
- **Día del Niño:** continuamos con la entrega de los obsequios por el Día del Niño pensados especialmente de acuerdo a sexo y edad, hasta los 12 años inclusive. En 2013, además de entregarse los regalos, se organizó un sorteo para que dos hijos de los colaboradores disfrutaran de actividades deportivas y recreativas en el Complejo Pedro Pompillo (ex Casa Amarilla) durante su día.
- **Regalo de cumpleaños.** Cada empleado elige, entre una serie de opciones, un regalo por su cumpleaños.
- **Obsequio de fin de año:** Todos los empleados recibieron un obsequio en diciembre.

Asimismo continuamos otorgando beneficios crediticios y ayuda financiera a empleados, brindando flexibilidad en cuanto a montos, tasas y pre cancelación de los préstamos. También se otorgó ayuda financiera a empleados ante situaciones críticas (ej. Inundaciones). En 2013, 113 empleados recibieron ayuda financiera.

Adicionalmente, ofrecemos una mayor cantidad de días de vacaciones por sobre lo establecido en el Convenio Colectivo de Trabajo y tenemos

convenios corporativos con diferentes medicinas prepagas, tanto en los costos de los planes como en la prestación de los servicios. Los empleados tienen la opción de contratar los servicios de alguna de las encuadradas en los planes corporativos, o bien alguna que no se encuentre contenida en el mismo.

## 9. Comunicación interna

Desarrollamos diferentes canales de comunicación para estar en contacto con nuestros empleados, conocer sus necesidades y mantenerlos informados. Durante 2013 se destacaron las siguientes herramientas:

- **Revista interna Protagonistas:** Nuestra publicación trimestral informó, entretuvo e integró. En 2013, editamos cuatro números impresos y, además, desarrollamos la versión digital, que ofreció la posibilidad de votar y comentar las noticias y de generar un espacio más interactivo. De esta forma, aumentamos la lectura, la participación y el feedback de nuestros colaboradores.
- **Servicio de Atención al Empleado (SAE):** Este servicio continuó consolidándose como el principal canal utilizado por los empleados para realizar todas las consultas en materia de recursos humanos.

Así, los empleados tuvieron la posibilidad autogestionar sus inquietudes a través del Portal SAE o de recibir asesoramiento de las operadoras vía telefónica o vía e-mail. En tal sentido, se atendieron un total de 71.170 consultas en ambos canales. Además, el SAE derivó las consultas que demandaban un análisis más específico a los especialistas de la Dirección de Recursos Humanos o al Centro de Gestión de Recursos Humanos, que se contactó con los empleados para brindarles una respuesta personalizada. Cabe destacar que el 84% de las consultas recibidas pudieron ser resueltas por las mismas operadoras, sin necesidad de ser transferidas a los referentes para su resolución.

Este año, el SAE se integró a la Gerencia de Gestión de Recursos Humanos con el objetivo de participar en la gestión de los recursos de la compañía. Dirigió su accionar al segmento denominado Nuevas Incorporaciones y, así, realizó entrevistas telefónicas a los empleados que cumplieron seis meses de antigüedad. La

finalidad de estas entrevistas fue relevar inquietudes, comentarios y vivencias para reforzar los aspectos positivos de las experiencias dentro de la compañía y detectar oportunidades de mejora. En este sentido, durante 2013 se realizaron un total de 163 entrevistas.

Asimismo, continuando con la estrategia de posicionamiento del Servicio a nivel de contacto proactivo con los empleados, se realizaron un total de 9.334 contactos denominados salientes, por varios motivos como anuncios de vencimiento de vacaciones, novedades en la liquidación de impuesto a las ganancias y saluciones por cumpleaños. Por último, cabe destacar que este año se midió el nivel de satisfacción de los empleados en el uso del servicio a través de una encuesta que registró la participación del 73% de la plantilla de empleados encuestados; en ella se obtuvo una excelente valoración global de 3,36 puntos sobre 4 puntos máximos.

- **Encuentros BBVA:** Continuamos desarrollando desayunos en los que participaron distintos colaboradores y miembros del Comité de Dirección en calidad de anfitriones. Allí los invitados dialogaron de manera franca y abierta con un director y con una agenda libre de temas.

Además, organizamos encuentros temáticos en donde los directores compartieron un tema facilitado por un colaborador especialista y trataron aspectos específicos del negocio. Durante 2013 realizamos 60 encuentros tradicionales y 4 temáticos, llegando a contar con la participación de 574 empleados en este tipo de eventos.

- **Intranet:** Seguimos fomentando y desarrollando este espacio de información con noticias locales y globales, tribunas, encuestas, fotografías, videos y banners. Este año, se publicaron 279 noticias y tribunas. También realizamos encuestas semanales online para indagar sobre aspectos de interés general o sobre la Comunicación como feedback para optimizar nuestros canales.
- **Plan de cercanía:** Continuando con el Plan BBVAx3 iniciado en 2010, realizamos una ambiciosa gira por todo el país para comunicar a los colaboradores de forma cercana, abierta y fluida la estrategia y los escenarios del momento, y para conocer los desarrollos, desafíos, necesidades y

compromisos de los territorios comerciales. Así, el presidente ejecutivo y los integrantes del Comité de Dirección completaron una intensa agenda y visitaron las principales sucursales de cada ciudad, almorzaron con los gerentes y con los clientes destacados, y compartieron experiencias. En 2013 se visitaron los siguientes territorios: Buenos Aires, Capital, Micro-Macro, Córdoba, Metro-Sur, NOA y Patagonia.

- **Casilla de correo de Comunicaciones Internas:** A través de este tradicional canal, difundimos temas de interés general. Durante 2013, enviamos 659 e-mails. También compartimos un resumen de las cuestiones más importantes del banco a nivel local y global. De esta forma, optimizamos los tiempos de los colaboradores y mejoramos las vías de información para garantizar el conocimiento de todos los aspectos de gran interés y trascendencia.
- **Encuestas online:** El área de Comunicaciones Internas generó diferentes tipos de encuestas – sobre la Intranet, de opinión sobre los desayunos, eventos de gira, y sobre las iniciativas que se desarrollaron desde la dirección de RR. HH., siempre con el fin de conocer las opiniones y mejorar cada vez más las acciones de comunicación.
- **Cartelería:** Impulsamos la renovación de la cartelería basándonos en la campaña “Yo Elijo BBVA”. Los carteles tuvieron a los empleados como protagonistas, quienes contaron las experiencias personales que los hicieron elegir el banco. Se instalaron 200 nuevos carteles en los edificios de Áreas Centrales.
- **Espacio de avisos clasificados:** Para ofrecer un espacio que brindara mayores facilidades y beneficios para nuestros empleados, desarrollamos con éxito el portal “Clasificados en la Intranet”. A través de este sitio, los empleados pudieron comprar y vender objetos propios.
- **Migración al entorno Google:** Con el objetivo de aumentar la productividad e impulsar la innovación, el Grupo BBVA firmó el mayor acuerdo a nivel mundial para la adopción de Google Apps, la suite de Google para empresas. Esto permitió, por ejemplo, integrar las herramientas de colaboración propias, poniendo en marcha una nueva forma de trabajo en la que los empleados tuvieron toda su información disponible, independientemente del lugar donde

estuvieran. En 2013, el total de los empleados de BBVA Francés ya se encuentran migrados a esta potente plataforma.

• **Presentación de resultados trimestrales:**

Para promover la comunicación en cascada, además de compartir la presentación trimestral de resultados locales y globales entre directores y gerentes, sumamos un evento que convocó a los subgerentes. Asimismo, fomentamos la importancia de programar una reunión con los respectivos equipos para compartir los puntos más relevantes y realizamos una medición posterior sobre la efectividad del proceso de comunicación.

A su vez continúa vigente la Línea anónima y confidencial para temas referidos al Código de Conducta.

## 10. Salud y seguridad laboral

Un cuerpo médico administra la atención de la salud laboral. Disponemos de consultorios médicos instalados en los edificios centrales con mayor nómina del Banco y también contamos con ambulancias de emergencias por servicio de área protegida, contratados para todas nuestras instalaciones con el fin de brindar atención de emergencia a todas las personas presentes en el Banco.

A su vez, contamos con una política libre de humo que rige para todos los edificios corporativos en los cuales no se está permitido fumar, existiendo áreas restringidas y acondicionadas para aquellos que desean hacerlo.

En el marco del Programa Salud Para Vos, seguimos desarrollando talleres destinados a mejorar el bienestar de los empleados y sensibilizarlos de la importancia de tener una calidad de vida saludable. En 2013, dictamos talleres de Estrés con 20 participantes, de abandono de tabaquismo, al que asistieron 12 participantes, primeros Auxilios con 39 asistentes y talleres de nutrición saludable con 52 participantes.

En relación a la prevención de la Gripe H1N1, publicamos en la Intranet información sobre el tema incluyendo medidas preventivas y brindamos el beneficio del reintegro del costo de la vacunación a los empleados que quisieran vacunarse voluntariamente.

En 2013 la Gerencia de Seguridad, a través del área de Protección Corporativa, realizó tres cursos de entrenamiento para 14 custodios de directivos del banco. En total, recibieron 24 horas de capacitación teórico-práctica. También se actualizaron los cursos de perfeccionamiento para 160 líderes y guías de evacuación en los edificios corporativos. En total, se impartieron 46 horas de capacitación en coordinación con el Plan de Evacuación y Simulacro para casos de incendio, explosión y advertencia de explosión.

También se llevaron a cabo 12 simulacros de evacuación en la Ciudad de Buenos Aires, en los que participaron 2.692 personas de edificios corporativos. En las sucursales, se practicaron 255 ejercicios de evacuación, 61 de ellos en la provincia de Buenos Aires. Asimismo, el área de Seguridad impulsó la adquisición de diez equipos Desfibriladores Externos Automáticos (DEA) para brindar asistencia inmediata al personal de edificios centrales.

Por otro lado, se realizaron jornadas voluntarias de formación de unidades entrenadas contra el fuego. Además, 26 personas participaron en dos cursos de control de incendios y uso de elementos de extinción; estos recibieron 12 horas de capacitación intensiva con clases teórico-prácticas.

### Trabajar mejor y más seguros

En 2013 se iniciaron y completaron importantes iniciativas para garantizar la seguridad de quienes forman parte de BBVA Francés:

- Se realizaron las gestiones necesarias para implementar el sistema informático de seguridad FARO. Esta potente plataforma nos permitirá gestionar, controlar y optimizar todos los recursos de seguridad, tanto humanos como tecnológicos, facilitando el manejo adecuado de los activos y servicios de seguridad de BBVA Francés.
- El Centro de Gestión de Alarmas del BBVA Francés se convirtió en un verdadero centro de servicios a disposición de todas las áreas del banco. Allí no solo se gestionaron incidentes, sino que también se realizó un seguimiento con protocolos debidamente desarrollados y con personal entrenado.
- El sistema de seguridad PACOM, otro de los proyectos iniciados por la Gerencia de Seguridad para

incrementar la seguridad de las instalaciones, continuó avanzando día a día. Una parte importante de esta implementación involucró aspectos como la integridad y la confidencialidad de las transmisiones, y el cumplimiento de las normas UNE.

- La Gerencia de Seguridad incorporó al equipo ingenierías de seguridad, sistemas de protección contra incendios, especialistas en controles de

acceso y profesionales con alta experiencia en la implementación de sistemas integrales de seguridad, especialmente en proyectos a nivel corporativo.

- Se gestionó el traspaso de la operatividad y la responsabilidad del sistema de Control de Accesos. Este desafío involucró un gran compromiso y el trabajo de varios sectores del banco.

## Salud y Seguridad <sup>(1)</sup>

	2013	2012	2011
Tasa de accidentes	1,27	1,14	1,21
Tasa de enfermedades profesionales	0,07	0,05	0,06
Tasa de absentismo	469,82	470,59	377,52
Tasa de días perdidos	43,68	29,55	23,75
Total accidentes y enfermedades profesionales	102	89	91
Víctimas mortales	0	0	0

2013	Hombres	Mujeres
Tasa de accidentes	0,78	1,80
Tasa de enfermedades profesionales	0,00	0,14
Tasa de absentismo	300,12	707,70
Tasa de días perdidos	26,52	67,15
Total accidentes y enfermedades profesionales	29	68
Víctimas mortales	0	0

(1) Los cálculos se hicieron teniendo en cuenta los protocolos GRI, utilizando para los cálculos días naturales (365)

## 11. Voluntarios BBVA, los verdaderos protagonistas fueron los empleados

En 2013 el Programa Voluntarios BBVA continuó desarrollando iniciativas para promover y canalizar el espíritu solidario de quienes conforman BBVA Francés. A través de acciones propuestas por los empleados, o de proyectos donde los mismos voluntarios tuvieron participación activa, fomentamos y aumentamos la integración social, invirtiendo tiempo y energía en causas con las cuales nos identificamos y compartiendo los valores de equipo, compromiso y solidaridad con la sociedad.

El foco del programa estuvo puesto en la educación, ya que consideramos que era una de las mejores maneras de posibilitar la integración social. Asimismo, nos alineamos con uno de nuestros ejes de acción, "Elijo ser buena gente".

Dentro de este escenario, llevamos a cabo dos iniciativas:

- **"Adelante con tus sueños"**: Un taller educativo financiero con formato de obra de teatro dirigido a niños de escuela primaria. En 2013 renovamos y enriquecimos el taller, y llegamos a nuevas localidades del interior del país. Además, comenzamos con el desarrollo de un taller para colegios secundarios. Así, los voluntarios participaron proponiendo escuelas, actuando en la obra de teatro o como asistentes. A través de esta obra de teatro participativa, los niños aprenden en forma práctica y lúdica a tomar conciencia de los beneficios del ahorro y la importancia del esfuerzo para alcanzar los sueños. Superando a las 35 escuelas visitadas en 2012, este año llegamos a 50 escuelas localizadas en CABA, GBA, Córdoba y Mendoza. Renovamos y enriquecimos el taller en primaria y que llegamos a otras plazas del interior del país. Que comenzamos con el desarrollo del taller en secundarios



- **Concurso de Proyectos Solidarios:** La nueva edición del certamen, destinado a apoyar económicamente los mejores proyectos solidarios presentados por empleados que colaboren con alguna ONG, con el fin de favorecer a colectivos excluidos, con prioridad en educación. En 2013 se presentaron 54 propuestas, y a principios de 2014, todos los empleados elegirán a los ganadores. Asimismo, elevamos los montos de las asignaciones económicas: \$70.000 para el primer puesto, \$50.000 para el segundo, y \$ 30.000 para el tercero.

Por otra parte, continuamos con las acciones que ya se encontraban en marcha:

- **Curso de voluntariado online a través de la plataforma e-campus.** Los colaboradores tuvieron

la oportunidad de profundizar acerca de la realidad y de reflexionar sobre las maneras de contribuir con nuestra sociedad.

- **Página de intranet.** Los voluntarios contaron con una página donde propusieron proyectos e inquietudes o se enteraron de los proyectos en curso.
- **Campaña “Destapá tu Solidaridad”.** Juntamos tapitas para su reciclado y, así, colaboramos con el medio ambiente y con Fundación Garrahan. En 2013 reunimos 321 kilos de tapitas.
- **Reciclado de papel.** Este año comenzamos a desarrollar esta iniciativa en algunas sucursales del banco. En total, reunimos 82 kilos para la Fundación Garrahan.

# Compras Responsables

Buscamos transmitir la importancia de la Responsabilidad Corporativa en la gestión de los negocios a través del Código de Conducta y la Carta de Adhesión a los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

## 1. Política y principios de gestión con proveedores

En BBVA Francés trabajamos para transmitir nuestros valores, los principios de Responsabilidad Corporativa y cultura corporativa entre nuestros proveedores, generando un vínculo de largo plazo.

Nuestro Código de Conducta determina el vínculo de BBVA Francés con nuestros proveedores, y apuesta por una relación basada en el respeto a la legalidad, el compromiso con la integridad, la concurrencia, la objetividad, la transparencia, la creación de valor y la confidencialidad.

Adheridos al Pacto Mundial de Naciones Unidas, desde 2004, continuamos difundiendo entre nuestras empresas proveedoras los 10 principios del mismo. Incorporamos estos temas en el proceso de homologación de proveedores y les entregamos una Carta de Adhesión con la cual las empresas firmantes manifiestan su compromiso con la iniciativa de las Naciones Unidas. En 2013, 48 proveedores declararon haber firmado la Carta de Adhesión, alcanzando el 8% del total de proveedores.

## 2. Sistema de homologación de proveedores

A través del proceso de homologación de proveedores difundimos y concientizamos a los proveedores sobre la importancia de los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

El procedimiento comprende el llenado por parte de nuestras empresas proveedoras de un cuestionario que incluye preguntas relacionadas a los 10 principios del Pacto Mundial, y sobre mejores prácticas sociales y ambientales; con la entrega de documentación adicional. Para corroborar lo reportado en los cuestionarios, realizamos auditorías.

La homologación tiene una vigencia de 2 años y se mantiene actualizada en forma dinámica a partir de novedades que puedan surgir de entes u organismos como por ejemplo, el Banco Central de la República Argentina (BCRA), la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), etc. Esto quiere decir que contamos con un legajo actualizado permanentemente.

Este proceso aplica a todos nuestros proveedores con excepción de los no residentes, con facturación inferior a 70.000 dólares anuales, y las compras no recurrentes o de carácter urgente.

Los proveedores incluidos en las siguientes categorizaciones también están eximidos del requisito de homologación:

- Empresas de Medicina Prepaga y Obras Sociales bajo regulación y control de la Superintendencia de Servicios de Salud.
- Universidades y sus fundaciones.
- Directores y Síndicos del Banco.
- Escribanos.
- Auditores.
- Proveedores con los cuales el Banco formalizó acuerdos Comerciales de Banca Corporativa.
- Personas físicas y /o jurídicas con los cuales el Banco contrata alquileres de locales.
- Proveedores participando en Operaciones de Leasing.
- Firmas en las cuales el Banco integra participación societaria.
- Proveedores que son regulados y supervisados por entes gubernamentales de control (entes tales como BCRA).
- Empresas que cotizan en Bolsa.
- Empresas de servicios públicos.

### 3. Herramientas de gestión y de aprovisionamiento

Para la gestión de compras utilizamos la plataforma de Comercio Electrónico "Adqira", una herramienta de administración que permite tramitar los pedidos en forma automática, acelerando y simplificando los procesos. Además, brinda información para el armado de un estudio comparativo de precios y servicios de diferentes empresas, que facilita la decisión de compra por parte de los responsables del Banco, y permite ingresar las cotizaciones a través de Internet dando mayor transparencia al proceso de selección de proveedores.

En 2013 se implementó el sistema de aprovisionamiento (GPS - Global Procurement System), en su totalidad bajo una misma plataforma tecnológica. Para su correcta aplicación dictamos 9 cursos de capacitación a usuarios.

Este sistema permite mejorar notablemente el seguimiento de las compras, a través de flujos de documentos electrónicos. Las solicitudes son ingresadas al sistema por los usuarios, aprobadas tanto jerárquicamente como por el control presupuestario, luego son automáticamente derivadas a Compras por la herramienta donde se lleva a cabo el proceso de licitación. Luego Compras eleva las propuestas de adjudicación para su aprobación que son enviadas

### Sistema de homologación de proveedores <sup>(1)</sup>

	2013	2012
Proveedores a Homologar <sup>(2)</sup>	50	324
Proveedores analizados <sup>(3)</sup>	201	272
Proveedores Homologados	532	242
Proveedores rechazados	178	7
Porcentaje analizados	93,61%	61,34% <sup>(4)</sup>

(1) Los indicadores corresponden a datos numéricos de proveedores gestionados por el área de compras. (2) No se incluyen aquellos proveedores homologados con una facturación menor a U\$S 70.000. (3) Incluye proveedores homologados, rechazados y en proceso de homologación. (4) El dato correspondiente a 2012 fue recalculado debido a un cambio en el procedimiento del cálculo de los datos.

automáticamente por el sistema al órgano de aprobación de acuerdo al monto a contratar.

En función a la implementación del nuevo sistema se han actualizado y reformulado los procedimientos administrativos del sector, haciéndolos más eficaces para dar la mayor transparencia y celeridad a los temas de contrataciones y adquisiciones. El sistema permite integradamente abonar las facturas que se registran en las correspondientes órdenes de compra generadas por el sector implementando controles de precios y volúmenes en forma automática.

Asimismo, esta herramienta ha posibilitado la medición exacta de los tiempos implicados en todas las etapas del proceso de compras, permitiendo confeccionar un Tablero de Comando del área de Compras, con el fin de tener métricas objetivas.

### 4. Diálogo con nuestros proveedores

El diálogo con nuestras empresas proveedoras es el eje de un vínculo a largo plazo. Por ello, fomentamos la comunicación permanente para estar informados de sus inquietudes, necesidades y expectativas, generando así un clima de confianza.

En 2013, continuamos con los canales de diálogo constantes con los proveedores. Con la implementación de GPS, desarrollamos una reunión multitudinaria donde asistieron más de 70 representantes de diversos proveedores importantes del Grupo en Argentina, dónde explicamos los cambios operativos y circuitos que les aplican. A su vez, generamos una nota para todos los proveedores donde se comentaban resumidamente los alcances del cambio producido por el nuevo sistema.

Las auditorías realizadas a nuestros proveedores en materia social y ambiental alcanzaron a 532 empresas en 2013.

# Medio Ambiente

Somos conscientes de que las actividades que realizamos todos los días tienen un impacto directo en el medioambiente a través del consumo de recursos naturales, y un impacto indirecto a través de las actividades de financiación, gestión de activos y nuestra cadena de valor. Por eso, nos sumamos a la lucha contra el cambio climático y a iniciativas vinculadas con temas ambientales. La eficiencia en el uso de recursos naturales es una de las dimensiones de nuestra Estrategia de Responsabilidad Corporativa.

## 1. Política Medioambiental

La Política Medioambiental del Grupo BBVA, que afecta y compromete a toda la organización, se compone de los siguientes objetivos:

- Cumplir la normativa medioambiental vigente donde el Grupo BBVA opera.
- Mejorar continuamente la identificación y gestión de los riesgos medioambientales de las operaciones financieras y de inversión del Grupo.
- Integrar las variables ambientales en el desarrollo de productos y servicios financieros.
- Ecoeficiencia en el uso de recursos naturales, fijación y cumplimiento de objetivos de mejora establecidos en el Plan Global de Ecoeficiencia.
- Gestionar los impactos directos a través de un sistema de gestión ambiental basado en la

ISO 14001 y otras certificaciones ambientales reconocidas.

- Influir positivamente en el comportamiento ambiental de los grupos de interés a través de la comunicación, concienciación y sensibilización sobre la importancia del medio ambiente como variable adicional de gestión empresarial y personal.
- Informar, concienciar, sensibilizar y formar a sus empleados en materia ambiental.
- Apoyar el mecenazgo, el voluntariado y la investigación medioambiental.
- Apoyar a las principales iniciativas de lucha y prevención del cambio climático.

El Comité de Ecoeficiencia y Compras Responsables a nivel global asume la responsabilidad de coordinar la Política Medioambiental y velar por su cumplimiento a través de un sistema de gestión ambiental. Los miembros del Comité de Dirección del Grupo BBVA impulsan el adecuado cumplimiento de esta Política. Con este fin, se esfuerzan por desarrollar y supervisar la implementación de la misma en el Grupo.

En 2013, en BBVA Francés el foco estuvo puesto en el mantenimiento y ampliación del sistema de gestión ambiental. Además, participamos en jornadas de sustentabilidad, seminarios y cursos organizados por la Fundación Sustentator, por la UCES y por la Agencia de Protección Ambiental del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

## Principales compromisos internacionales asumidos en materia medioambiental

**Pacto Mundial de las Naciones Unidas** (desde 2002) [www.globalcompact.org](http://www.globalcompact.org)

**UNEP- FI** (desde 1998) [www.unepfi.org](http://www.unepfi.org)

**Principios de Ecuador** (desde 2004) [www.equator-principles.com](http://www.equator-principles.com)

**Carbon Disclosure Project** (desde 2004) [www.cdproject.net](http://www.cdproject.net)

**Principles for Responsible Investment** (desde 2008) [www.unpri.org](http://www.unpri.org)

## 2. Certificaciones ambientales

Contamos con 60 sucursales que han certificado el sistema de gestión ambiental bajo la norma ISO 14001. En julio de 2013 revalidamos dicha certificación en las 60 sucursales de la red y en 6 edificios corporativos. Así, 3.812 empleados de BBVA Francés trabajaron en edificios y en sucursales certificados bajo la norma ISO14001.

A su vez, inscribimos 36 sucursales como generadoras de residuos peligrosos.

Somos el primer banco iberoamericano que implementó y certificó su sistema de gestión ambiental en la red de sucursales.

### Adhesiones y convenios ambientales

Firmamos la adhesión al programa Buenos Aires Produce más Limpio, de la Agencia de Protección Ambiental del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Esta iniciativa promueve:

- El uso más eficiente de materias primas, insumos y energía.
- El uso de insumos menos tóxicos y de materiales renovables.
- La reducción de la cantidad y de la toxicidad de los residuos y de las emisiones.
- La reducción de los impactos durante todo el ciclo de vida del producto.

También firmamos un convenio de cooperación mutua para la separación de residuos en origen con la Municipalidad de San Miguel.

## 3. Cómo gestionamos el consumo de agua y de energía

En 2013, finalizamos la inclusión de 130 equipos de aire acondicionado tipo split en el sistema de control centralizado. Además, instalamos canillas automáticas y sensores de presencia para el control de luminarias en las zonas de servicio de 60 sucursales de la red.

Como novedades de 2013 destacamos la instalación del sistema Pacom, que fue instalado por la gerencia de seguridad Bancaria. Es un sistema de seguridad integrada que permite

gestionar el control de acceso, alarma, video y bms en una plataforma unificada apta para telegestionar edificios. Es decir, es un mecanismo que con el agregado de equipamiento necesario puede llegar a controlar el uso de energía en general. Hemos tomado como prototipo y prueba piloto a la sucursal 342, en Perón 588, CABA, en la cual estamos terminando los trabajos de adecuación de tableros eléctricos y próximos a realizar la puesta en marcha del sistema de telegestión.

### Indicadores Medioambientales

	2013	2012	2011	Coefficiente Emisión CO2	Emisiones CO22013
Consumo de agua (en m3) <sup>(1)</sup>	73.868 <sup>(2)</sup>	41.503	76.395	-	-
Consumo de energía eléctrica (en KWh)	31.084.728 <sup>(2)</sup>	31.991.900	30.624.043	0,306* kg CO2 / KWh (Argentina)	6.930.809

(1) No se reportan sucursales que no cuenten con sistema de medición.

(2) Se toman los datos de diciembre 2012 ya que al cierre del informe no se cuentan aún con los datos de diciembre 2013.

## 4. Cómo gestionamos las emisiones atmosféricas

Las emisiones atmosféricas que generan nuestros edificios son de bajo volumen e impacto ambiental. Estas resultan del uso de equipos de calefacción, cocinas en los comedores, calefones y grupos electrógenos para las emergencias eléctricas.

Para reducir el uso de gas natural al mínimo, reemplazamos los sistemas de calefacción a gas natural por equipos electrónicos. Además, tratamos de no utilizar agua caliente e instalamos termotanques electrónicos en algunas áreas.

Nos encontramos en proceso de preparación de la licitación para realizar las evaluaciones de todas las chimeneas de los edificios centrales, según lo requerido por la Agencia de Protección Ambiental del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Por otra parte, nuestros edificios en Venezuela 540 y en Reconquista 281, Capital Federal, cuentan con espacios para guardar bicicletas. Así, fomentamos entre nuestros empleados el uso de transportes alternativos y la actividad física.

### Indicadores Medioambientales

	2013	2012	2011	Coefficiente Emisión CO <sub>2</sub>	Emisiones KG CO <sub>2</sub> 2013
Consumo gas natural (en m <sup>3</sup> ) <sup>(1)</sup>	<b>48.096</b> <sup>(2)</sup>	22.793,33	71.332,22	2,19 kg CO <sub>2</sub> /m <sup>3</sup>	105.330
Consumo diesel (en litros) <sup>(3)</sup>	<b>2.340</b>	2.200,22	400,00	2,74 kg CO <sub>2</sub> /l	6.412
Kilómetros recorridos flota vehículos directivos	<b>116.057</b> <sup>(4)</sup>	153.200,00	149.000,00	0,20 kg CO <sub>2</sub> /pasajero km	23.211
Kilómetros recorridos flota vehículos servicios	<b>68.226,78</b>	55.322,77	50.411,30	0,20 kg CO <sub>2</sub> /pasajero km	13.645
Kilómetros recorridos vehículos propiedad empleados	<b>1.220.359</b>	1.160.366,20	984.195,6	0,20 kg CO <sub>2</sub> /pasajero km	244.071
Kilómetros recorridos avión en tramos hasta 452 km	<b>180.819</b>	252.028,90	185.122,8	0,18kg CO <sub>2</sub> /pasajero km	32.547
Kilómetros recorridos avión en tramos hasta 1.600 km	<b>2.677.338</b>	3.478.339,10	3.043.331,3	0,15 kg CO <sub>2</sub> /pasajero km	401.600
Kilómetros recorridos avión en tramos superiores a 1.600 km	<b>4.495.151,5</b>	6.075.121,40	4.846.064,9	0,11 kg CO <sub>2</sub> /pasajero km	494.466
Videoconferencias (cantidad)	<b>321</b>	269	370	-	-
Telepresencias (cantidad)	<b>61</b>	35	60	-	-

(1) No se reportan las sucursales que no cuentan con sistemas de medición. No se realizaron estimaciones. (2) Se toman los datos de diciembre 2012 ya que al cierre del informe no se cuentan aún con los datos de diciembre 2013. (3) No incluye consumo de vehículos. (4) Se toman los datos de diciembre 2012 ya que al cierre del informe no se cuentan aún con los datos de diciembre 2013

### Materiales utilizados y valorizados

	2013	2012	2011
Papel A4 (en kg) <sup>(1)</sup>	<b>334.148,91</b>	378.610,40	360.363,00
Papel oficina (en kg) <sup>(1)</sup>	<b>13.885,30</b>	12.112,10	13.399,10
Papel utilizado en folletería, formularios, sobres, carpetas, etc. (en kg)	<b>583.808,57</b>	658.233,59	808.365,90
Reciclado de papel (en kg) <sup>(2)</sup>	<b>7.210,00</b>	181.180,00	76.980,00
Tonnets reciclados <sup>(2)</sup>	<b>2.651,18</b>	2.953,98	4.823,50

(1) Papel respetuoso con el medio ambiente. Incluye papel FSC y papel ECF. (2) Equivale al peso de tonnets consumidos.

## 5. Cómo gestionamos los residuos

### • Papel

En nuestras oficinas, separamos los residuos con contenedores especiales ubicados en lugares estratégicos; así cumplimos con la Ley de Basura Cero del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. También realizamos una capacitación en clasificación de residuos para las empresas de limpieza. En 2013, el papel y el cartón que se reciclaron en el edificio de Venezuela 540 y en el sector de archivos se destinaron al Club del Banco, y fueron utilizados por nuestros empleados.

A su vez, seguimos entregándoles un cupo diario de papel y cartón a cartoneros urbanos asignados. El cupo fue acordado con la Dirección General de Reciclado del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para colaborar con el plan de erradicación de cartoneros. En Tucumán mantuvimos el acuerdo con la Fundación León y le donamos el papel que se recicló en las sucursales de esa provincia.

En 2013 también reciclamos vasos y botellas de plástico en los edificios centrales. Luego de compactarlos y enfardarlos en el edificio de Venezuela 540, se los entregamos a un recuperador urbano asignado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

### • Baterías

En BBVA Francés gestionamos los residuos peligrosos de acuerdo a lo exigido por la Ley Nacional Nº 24051 y la Ley del Gobierno de la Ciudad Nº 2214. Contamos con un gestor que es el responsable de trasladar hasta las plantas de tratamiento todos los residuos que nosotros le entregamos.

El 90% del parque de baterías que utilizamos provino de los equipos UPS (fuentes de energía ininterrumpibles). Estas fueron retiradas por empresas de servicios que las comercializaron para el reciclado de plomo y plástico.

Las baterías utilizadas en los sistemas de iluminación de emergencia así como las pilas comunes fueron gestionadas como residuos peligrosos por una empresa homologada ante la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación. En 2013 recolectamos 50 kg de baterías y pilas comunes.

En 2012 firmamos un acuerdo con la firma Scrap y Rezagos, que se ocupa del reciclado y reutilización de materiales y equipos electrónicos. En 2013, renovamos esta alianza y le entregamos

850 monitores, dos estabilizadores de tensión y 28 equipos ATM en desuso.

El 100% del papel que utilizan nuestras impresoras y fotocopiadoras está certificado con los sellos FSC (Forest Stewardship Council) y ECF (Elementary Chlorine Free). En el primer caso, nos aseguramos de que los bosques de los cuales se aprovechan los recursos se gestionan de manera responsable. En el segundo, procuramos que el papel esté fabricado con fibra virgen para el cual no se utiliza cloro gas (Cl<sub>2</sub>) en el proceso de blanqueo.

## 6. Formación y capacitación en temas medioambientales

Durante 2013, concretamente, efectuamos campañas online en diversas temáticas:

- Derroche de agua,
- Ahorro de papel en la oficina,
- Cuidado del medio ambiente,
- Encuestas sobre separación de residuos, eliminación de vasos plásticos e identificación del objetivo del Plan Global de Ecoeficiencia.

Además, organizamos talleres de reciclado de residuos en las sucursales 135 (Av. Corrientes Nº 5111) y 052 (Av. Cerviño Nº 4648) y talleres de separación de residuos en origen y de reciclado en el edificio de Venezuela 538 junto con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. En total, participaron unas 130 personas.

También nos sumamos a la iniciativa global La Hora del Planeta, un evento mundial impulsado por el World Wide Fund for Nature (WWF) que se celebra el último sábado de marzo de cada año y consiste en un apagón eléctrico voluntario, en el que se pide a hogares y empresas que apaguen las luces y otros artefactos eléctricos durante una hora.

Con esta acción simbólica, se pretende concientizar a la sociedad sobre la necesidad imperiosa de adoptar medidas que contribuyan a reducir los efectos negativos del ya instalado, cambio climático.

El Banco adhirió en forma global a la iniciativa. En la Argentina durante el evento, se desconectaron todos los equipos eléctricos y luminarias que no son esenciales para el funcionamiento del banco, en los siguientes edificios: Alsina 1718, Venezuela 538/40, Venezuela, Reconquista 199 y Reconquista 281.

Nuestra intranet es una de las principales herramientas de comunicación y sensibilización en cuestiones ligadas con el medioambiente, ya que nos permite mantener a nuestros empleados informados y actualizados.







Compromiso  
con la Sociedad

Nuestros programas de inversión social se centran en la Educación y en la Inclusión Financiera. Tenemos un compromiso con la comunidad y queremos aprovechar toda nuestra experiencia para ofrecer valor social y económico. Por eso, promovemos iniciativas que, además de estar ligadas a nuestro negocio, sean sustentables en el tiempo. Esto se concreta para el segmento de menores ingresos a través del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés.

En 2013 invertimos \$9.550.893 en el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés, incluyendo a los programas “Artistas por la Educación” y “Jornadas y Publicaciones”.

### 1. Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés

El Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés es un programa de becas, de duración anual y renovable, destinado a alumnos de entre 12 y 19 años pertenecientes a hogares de bajos ingresos económicos que se encuentran cursando la educación secundaria. A través de su instrumentación, el Programa promueve que el alumno ejercite su responsabilidad buscando cumplir con los compromisos asumidos, tanto en sus estudios como en la relación con su entorno y en la administración del dinero que recibe mensualmente.

Incluyendo la 7ma. Edición, el Programa ha otorgado un total de 6.863 becas en 12 provincias y CABA. Los beneficiarios directos e indirectos pueden estimarse en 17.300 personas

En 2013, continuamos ofreciendo a personas físicas y jurídicas la posibilidad de realizar una donación para cubrir el dinero de “bolsillo” que

recibe el becado. Bajo este sistema, 80 alumnos se vieron beneficiados con la beca, 15 de ellos por medio de la donación de directivos y empleados de BBVA Francés y 65 gracias al aporte de personas jurídicas, entre ellas, la Fundación Vicente Lucci, el Club Atlético Boca Juniors a través de su departamento de Boca Social, la peña Boca Pasión Sanjuanina a través del departamento de Boca Social y la Municipalidad de San Miguel de Tucumán.

Con el objetivo de difundir y promover el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés continuamos desarrollando el Programa Artistas por la Educación, Jornadas y Publicaciones y Deportistas por la Educación; con una cuarta singularidad que es la alianza con la Municipalidad de San Miguel de Tucumán y otras intendencias del país con el fin de generar nuevos centros de becas del Programa de Educación Financiera.



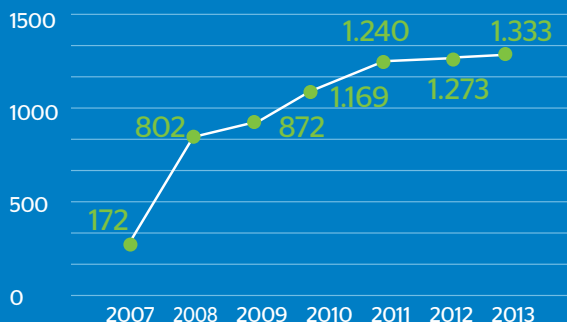
En 2013 el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés, benefició en forma directa a **1.333 alumnos** de 28 centros educativos en 12 provincias y Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Y lo logramos a través de alianzas con 22 ONG vinculadas con 128 colegios.

## Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en 2013

ONG	CENTRO	LOCALIDAD	PCIA.	CANTIDAD DE BECADOS						
				Taller de Formación Profesional	Secundarios	Donación directivos y empleados	Becas reasignadas (por 6 meses)	Donación personas Jurídicas	Total por ONG	
Asociación Católica de Empleadas	Instituto Monseñor de Andrea	B.º Centro, Córdoba	Córdoba		25					25
Asociación Civil Fe y Alegría	Fe y Alegría I.P. 54	Bº Ongay Corrientes	Corrientes		50		2			108
	Centro Educativo Fe y Alegría N° 8171	Bº Solidaridad Salta	Salta		54		2			
Asociación Civil La Educadora Compañía de Jesús	Centro Educativo Padre José María Llorens	Mendoza	Mendoza		95		5			100
Asociación Civil María del Rosario de San Nicolás	Hogar María del Rosario de San Nicolás	Bº Agronomía	C.A.B.A.		10					10
Cáritas San Isidro	Obra Comunitaria Marcelino Champagnat	Tigre	Buenos Aires		35					70
	Centro Familiar San Juan Bautista	El Talar de Pacheco	Buenos Aires		35					
Club Atlético Boca Juniors	Club Atlético Boca Juniors	La Boca	C.A.B.A.		20			30		50
Colegio Carmen Arriola de Marin	Colegio Plácido Marín	Boulogne	Buenos Aires		61		12			73
Colegio Madre Teresa	Colegio Madre Teresa	Virreyes San Fernando	Buenos Aires		90		7			97
Federación Económica de Tucumán	Jóvenes Empresarios de la Federación Económica de Tucumán	Tucumán	Tucumán		10			10		20
Fundación Brazos Abiertos	Fundación Brazos Abiertos	Posadas	Misiones		30	4	2			36
Fundación Cláritas	Centro Integral "Casa del Niño de Lourdes"	Berazategui	Buenos Aires		70					70
Fundación Mano Amiga	Colegio Mano Amiga	Pilar	Buenos Aires		35	1				36
Fundación Maristas	Casa Corazón de María	Merlo	Buenos Aires		35		5			65
	Escuela Marcelino Champagnat	Rosario	Santa Fe		25					
Fundación Pan de Vida	Parroquia San Ramón Nonato	Bº Gral. Paz	Córdoba		25	3	15			43
Fundación Vicente Lucci	Fundación Vicente Lucci	San Miguel de Tucumán	Tucumán		20			5		25
Institución Salesiana Nuestra Señora del Rosario	Institución Salesiana Nuestra Señora del Rosario	Rosario	Santa Fe	4	50	1				55
Institución Salesiana San Francisco Javier	Colegio Ceferino Namuncurá, Centro de Formación Integral Don Bosco, Colegio Salesianos de la Patagonia	San Carlos de Bariloche	Río Negro	23	37					277
	Colegio San José Obrero	Neuquén	Neuquén		93	1				
	Obra La Piedad	Bahía Blanca	Buenos Aires		98					
	Colegio Don Bosco	Mar del Plata	Buenos Aires		25					
Institución Salesiana San Francisco Solano	Institución Educativa Salesiana San Antonio de Padua	Bº Chateau Carreras	Córdoba		22		6			28
Las Tunas ONG	Las Tunas ONG	Gral. Pacheco	Buenos Aires		60	5				65
Parroquia Sagrada Familia	Centro Comunitario de Promoción Social La Casita	Berazategui	Buenos Aires		35					35
Fundación Marina Echenique	Fundación Marina Echenique	San Juan	San Juan					20		20
Fundación Padre Corti	Colegio San José Obrero	Comodoro Rivadavia	Chubut		25					25
<b>Total</b>				<b>27</b>	<b>1.170</b>	<b>15</b>	<b>56</b>	<b>65</b>		<b>1.333</b>

# 1.333 becas

Cantidad de Becas



# 28 sucursales

Cantidad de Sucursales involucradas



# 22 ONG aliadas

Cantidad de ONG aliadas



# 28 centros

Cantidad de Centros Educativos



# 128 colegios

Cantidad de ONG aliadas



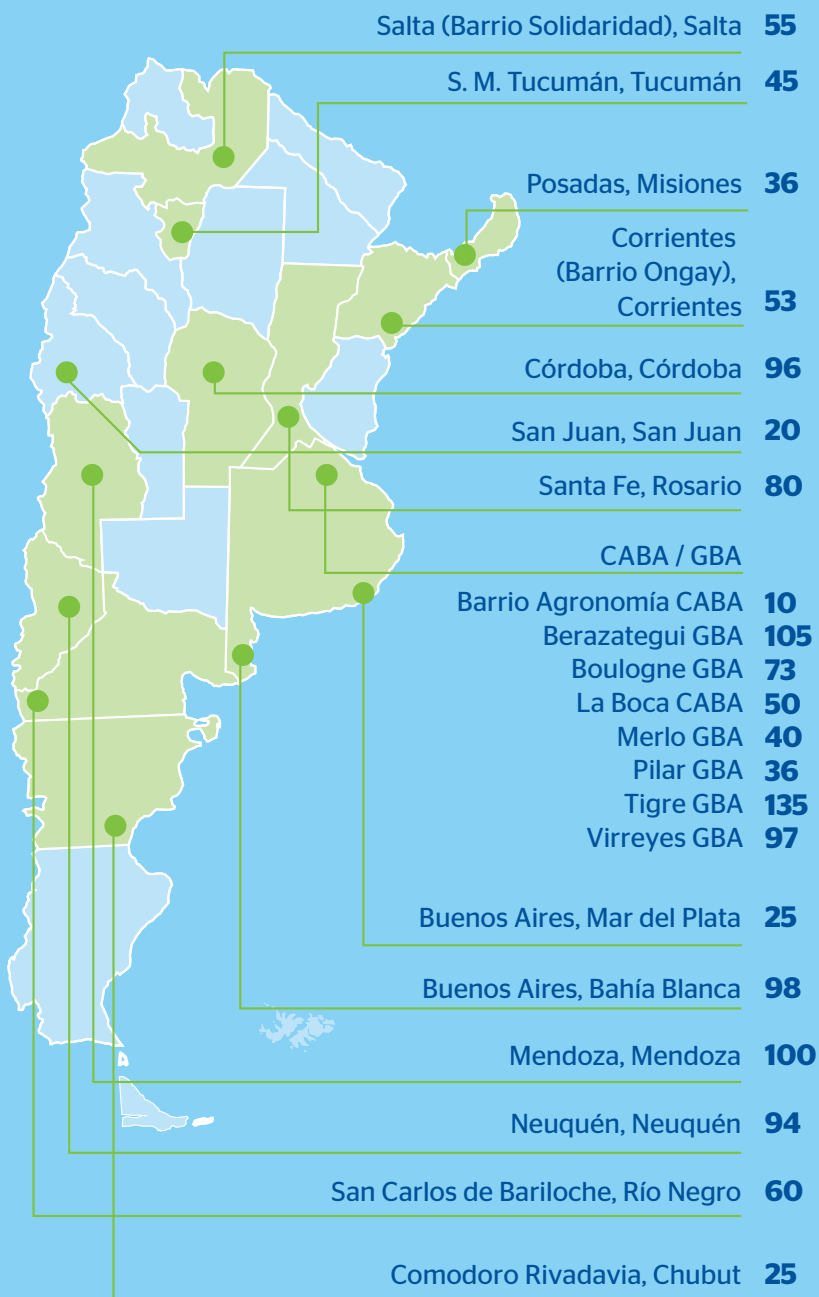
# 84 tutores

Cantidad de Tutores





# Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés



# 1.333 becados

Testimonios  
del Programa  
de Educación  
Financiera Becas  
de Integración  
BBVA Francés

“La beca me ayudó mucho desde el primer momento. Me ayudó con los útiles y con las cuotas. Además, gracias a ella y a los tutores aprendí a manejarme y crecí bastante como persona. Se puede confiar en ellos, son muy buenas personas”.

*Becado*

“Antes, cuando no tenía la beca, siempre sacaba notas bajas por no tener los elementos necesarios para realizar mis estudios. Este año mejoré porque pude tenerla”.

*Becado*

“Con la ayuda del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés, al cual estamos sumamente agradecidos, nos fue más fácil enfrentar las dificultades económicas que presentaba la educación de nuestra hija.”

*Padre*

“En general la beca los ayudó a adquirir responsabilidad ante los gastos, haciendo uso del dinero en forma coherente e independiente y también aprendieron a administrar sumas de dinero. Es muy grato para nosotras poder acompañar a los alumnos en este proyecto y estimularlos tanto en lo educativo como en su desarrollo personal, para que puedan proyectarse a un futuro con estudios y mayores posibilidades laborales.”

*Tutor*

## Gestión, evaluación y auditoría del Programa de Educación Financiera

En su 7ma. Edición el monto mensual de la beca fue de \$400 .

El Programa delega en un conjunto de 22 Organizaciones de la Sociedad Civil el trabajo directo con los alumnos. Cada una tiene la responsabilidad de brindar tutoría personal y grupal.

En el inicio, BBVA Francés celebra un acuerdo con una ONG que actúa en una comunidad educativa. Esa ONG presenta ante BBVA Francés al alumno candidato a ser becado. Estos acuerdos tienen una vigencia anual.

Con el acuerdo celebrado, BBVA Francés vincula al alumno becado como cliente del Banco extendiéndole una tarjeta VISA Recargable a través de la que recibe su beca cada mes.

El Banco también le brinda tutoría durante todo el tiempo que dura la beca a través del trabajo de la ONG que lo presentó, ofreciendo así una donación mensual a cada ONG para cubrir los costos de la gestión del Programa.

Como cliente del Banco, al alumno becado se lo orienta sobre cómo utilizar los servicios de BBVA Francés a través del equipo de la sucursal bancaria de donde es cliente. Esto es, manejar con solvencia los servicios del cajero automático, así como aprovechar las ventajas de comprar con tarjeta en comercios adheridos, aprovechando ofertas y promociones. Esta dimensión del Programa favorece muy fuertemente la integración de estos jóvenes al sistema bancario y de consumo, permitiendo una inclusión social real y sostenida en el tiempo.

El equipo de profesionales que gestiona desde el Banco el Programa junto con los tutores, ayudan al becado a orientar y a aplicar el dinero de la beca a un consumo responsable dentro de los rubros contemplados por la misma. El alumno debe consumir la totalidad del monto de la beca mes tras mes; no se contempla que pueda ahorrar con el monto que percibe. Esta condición también favorece una planificación en la administración del dinero.

El alumno, por su parte, asume el compromiso de asistir a la escuela regularmente, lograr buenas

calificaciones, tener buena conducta dentro y fuera de la escuela, participar de las reuniones de tutoría, colaborar oportunamente con alguna actividad de la ONG en la medida de sus posibilidades, y rendir sus gastos con los comprobantes fiscales mes tras mes. El conjunto de las rendiciones de gastos es sometido a la auditoría del Estudio Friz.

Para ganar eficiencia en la gestión del programa, desarrollamos un aplicativo especial. En 2012, probamos los procedimientos de incorporación de los becados y las recargas de tarjetas, y capacitamos a 4 ONG. En 2013, mejoramos el programa y le sumamos funciones. Además, instruimos en su uso a 21 centros de becas. Así, 25 centros lo utilizaron para cargar las rendiciones de los becados y para solicitar la recarga de las tarjetas.

Además, en el marco del convenio de cooperación con Boca Juniors se logró la apertura del primer centro del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés-Boca Social en la provincia de San Juan a través de los simpatizantes de la Peña de Boca "Pasión Sanjuanina" y Boca Social.

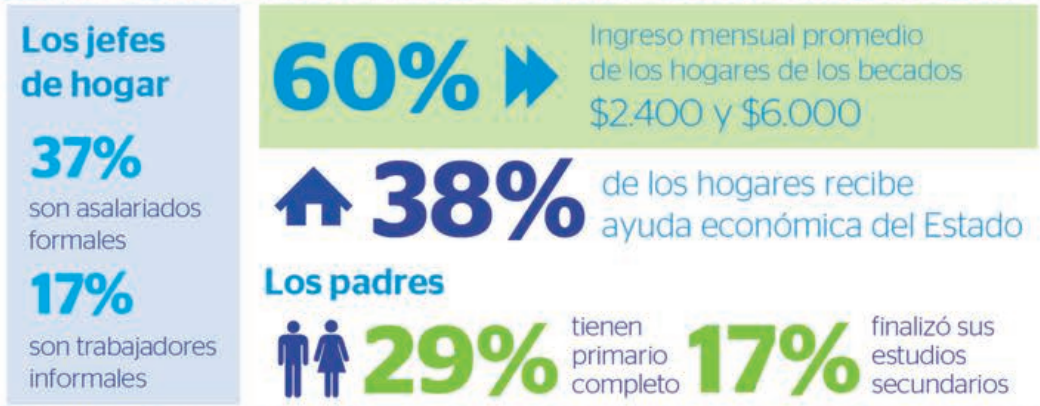
En la ciudad de Comodoro Rivadavia, Chubut, inauguramos un centro de becas en el Colegio San José Obrero junto con la Fundación Obra del Padre Juan Corti, en el barrio San Martín, y entregamos las primeras 25 becas.

Asimismo, en la ciudad de Mar del Plata, creamos un nuevo centro. Las 25 becas otorgadas fueron gestionadas en alianza con la Institución Salesiana San Francisco Javier, Colegio Don Bosco de esa ciudad.

Como todos los años, el Programa realiza una minuciosa medición de impacto social que se nutre de un relevamiento anual, con un margen de error del 10,2. Los resultados obtenidos alientan a visualizar este tipo de programas como una herramienta valiosa para promover una sociedad mejor para todos.

Estas fueron algunas de las conclusiones más destacadas:

## Características de los padres de los jóvenes becados



## ¿Qué opinaron los padres de los becados sobre el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés?



## ¿Qué opinaron los becados?



**61%** mejoró su rendición de gastos en tiempo y forma

## Los becados consideran





Asimismo, junto con el estudio contable Friz, realizamos cuatro informes anuales de auditoría, cuya evaluación y resultados fueron los siguientes:

- 1) Porcentaje de alumnos que rindieron la beca recibida:  
Del análisis de los alumnos que entregaron sus rendiciones podemos ver que el promedio anual es de 95,78 %, siendo en muchos casos del 100%.
- 2) Porcentaje de rendición de comprobantes sobre la beca recibida:  
Del análisis, el promedio anual de rendición con comprobantes es de 97,45 %, superando en muchos centros el 100%.
- 3) Número de observaciones encontradas en la muestra:  
Del análisis, el promedio de observaciones encontradas es de casi 1,5 observaciones por centro.  
De estos datos se deduce, respecto a años anteriores, un aumento en el porcentaje de niños que cumplen con las rendiciones en tiempo y forma. Así mismo, el bajo nivel de observacio-

nes en las rendiciones indica una mejora en el reconocimiento de los tipos de comprobantes y los conceptos adecuados a la beca entregada, así como también mayor fluidez en el manejo de los elementos bancarios proporcionados.

### Talleres de expresión artística

En 2013, extendimos el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés al área de la expresión artística, fomentando en las ONG aliadas la creación de un Taller de Expresión de acuerdo con las inquietudes de cada comunidad. Alineado con la filosofía del Programa, el Banco otorga una donación para la implantación y sostén del taller que se desarrolla en el ámbito de la ONG.

Las actividades se llevaron a cabo en 19 talleres de los 28 centros donde se implanta el programa. Con esta acción, promovemos un vehículo más de ejercicio de responsabilidad y compromiso, fomentando el enriquecimiento cultural como vía de integración social, fortaleciendo, al mismo tiempo, el sentido de pertenencia al Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés.

## Resultados expresados por los docentes de los talleres

- Fortalecimiento del trabajo grupal, sentido de pertenencia y compromiso.
- Vehículo de expresión y comunicación.
- Generación de un espacio privilegiado para la canalización de emociones, sentimientos y conflictos internos.
- Promoción de valores como compañerismo, tolerancia y conocimiento mutuo.



## 2. Programa Artistas por la Educación

En 2010, y con el objetivo de lograr adhesiones testimoniales para difundir y promover el Programa de Educación Financiera Becas de Integración, BBVA Francés inició el Programa Artistas por la Educación. Fueron pioneros en adherir a la iniciativa el concertista y director de orquesta Horacio Lavandera, el músico Pedro Aznar y el pianista de tango jazz Mario Parmisano.

Este año, acompañamos por tercer año consecutivo al Instituto Superior de Arte del Teatro Colón en la gira "Del Colón al País", que visitó las ciudades de Paraná, Entre Ríos; San Luis, San Luis;

San Carlos de Bariloche, Río Negro; y Mar del Plata, Buenos Aires.

Además, patrocinamos el concierto para 3.500 personas de la banda de rock sinfónico Genetics, en el Teatro Coliseo.

También acompañamos la tercera edición del festival "Jazz y Más", que desarrolló un circuito histórico en las casas y lugares más destacados del Casco Histórico de San Isidro, y un circuito de bares del cual participaron alrededor de 20.000 personas.



San Isidro Jazz y Más



Del Colón al País



Genetics

## 3. Programa Deportistas por las Educación

En 2012, BBVA Francés y Boca Juniors anunciaron, en el marco de la 1ª Cena Anual Solidaria de Boca Juniors en conjunto con UNICEF, un convenio de cooperación orientado a contribuir al mejoramiento de la sociedad con el fin de que jóvenes de entre 12 y 19 años de hogares de bajos ingresos económicos puedan finalizar sus estudios secundarios. Esta alianza estratégica implicó la adhesión de Boca Social al Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés, a través del

otorgamiento de 50 becas en el barrio de La Boca. El dinero de bolsillo de 30 de las becas otorgadas es fondeado por el Club Atlético Boca Juniors a través del departamento de Boca Social.

En 2013 se abrió un nuevo centro de becas en la provincia de San Juan, con el apoyo de los integrantes de la peña de Boca "Pasión Sanjuanina" y Club Atlético Boca Juniors a través del departamento de Boca Social.





#### 4. Programa Jornadas y Publicaciones

En 2013, junto con la Universidad Católica de Salta, la Universidad de El Salvador y la Universidad Católica de Córdoba, organizamos el Ciclo de Mesas Redondas 2013 sobre Calidad Educativa e Inclusión Social, con el objetivo de continuar facilitando un espacio de diálogo y discusión plural sobre temas centrales de la problemática educativa.

Así, BBVA Francés y las diferentes universidades unieron su experiencia y trayectoria para llevar a cabo tres Mesas Redondas entre los meses de agosto y octubre, en las ciudades de Salta, Córdoba y Pilar y en las que participaron como panelistas destacados especialistas, docentes y líderes de la sociedad civil con el objetivo de generar un espacio de reflexión en la temática propuesta.



#### 5. Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés 2013

Para estimular a los empresarios emprendedores, entregamos el Premio al Emprendedor Agropecuario a fin de estimular la innovación y la consecuente mejora de la rentabilidad.

Como todos los años, se realiza la entrega del Premio al Emprendedor Agropecuario, que busca estimular a aquellos empresarios emprendedores que hubieran innovado y mejorado su rentabilidad a través de esa innovación.

Esta 24ª edición contó con 19 trabajos presentados provenientes de las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Chaco, Mendoza y Neuquén. El Gran Premio Emprendedor Agropecuario 2013 fue otorgado a "Agrícola Magdalena S.H - Produciendo con Ejemplos" de Gustavo Rossi, Raúl Rossi, Guillermo Rossi y Rosana Chiamello de Colazo, Provincia de Córdoba. Se trata de una empresa joven de la Provincia de Córdoba que realiza producción y acopio de granos, principalmente de trigo, maíz, sorgo, soja y arveja. Mediante un paquete tecnológico en continua mejora basado en rotación de cultivos, intensificación del uso del suelo, siembra directa, fertilización y riego complementario, en los últimos años incrementó significativamente la producción, la facturación y la rentabilidad de la empresa. Para garantizar la sustentabilidad del sistema, aplican protocolos de buenas prácticas basados en los sistemas de agricultura certificada

(AC) promovido por AAPRESID y soja sustentable (RTRS) promovido por la Asociación Internacional de Soja Responsable.

También, se entregaron 9 distinciones en las distintas categorías del Certamen a trabajos pertenecientes a las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Chaco y Mendoza.

##### Ganadores de la vigesimocuarta edición 2013

##### Categoría "Actividad agropecuaria en la que se manifiesta ingeniosidad Empresaria"

**1º Premio** - "De la Pasión por el Campo, al Paladar Gourmet", Autor: Maria Imposti de Palacio de Suipacha, Provincia de Buenos Aires.

##### Categoría "actividad agropecuaria con orientación Tecnológica y Productiva"

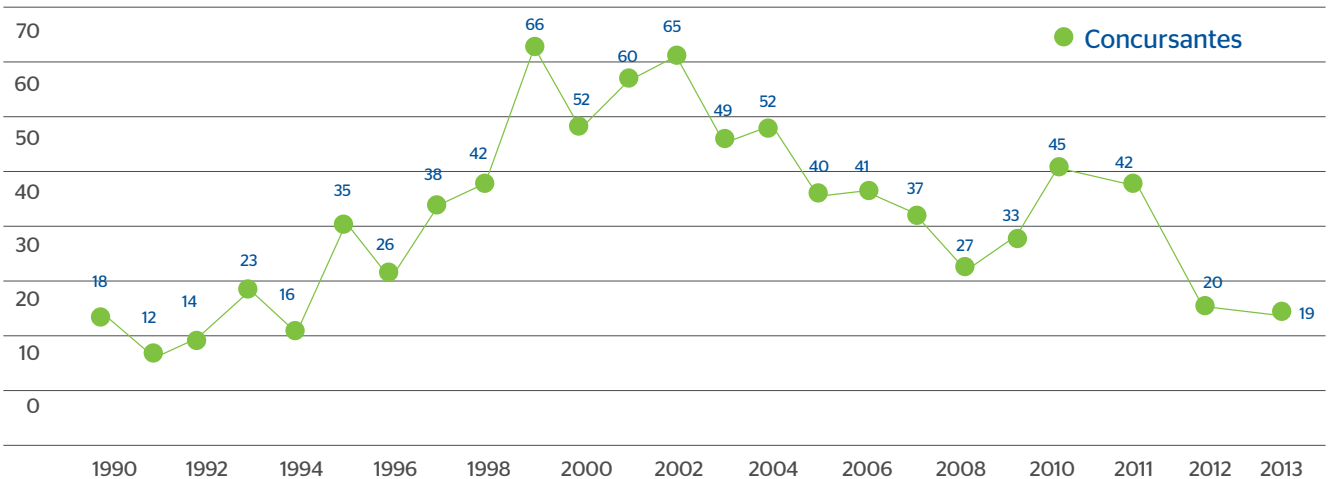
**1º Premio** - "Produciendo con Ejemplos", Autores: Gustavo Rossi, Raul Rossi, Guillermo Rossi y Rosana Chiamello de Colazo, Provincia de Córdoba

**2º Premio** "Desarrollo y validación de Tecnología en Sistema de Cultivo Arroz - Pacu", Autores: Mar-





## Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés



tin Meichtry, Eduardo Meichtry y Néstor Gromeni-  
da de la Leonesa, Provincia de Chaco

**3° Premio** "Innovación Tecnológica y Mecaniza-  
ción en una finca de Mendoza", Autor: Rolando M.  
Kaiser de la Provincia de Mendoza

**Categoría "actividad agropecuaria con orienta-  
ción educativa".**

**1° Premio** - "Instituto de Reproducción Animal  
Córdoba", Autores: Dr. Humberto Tribulo, Dr. Ga-  
briel Bo y Dr. Ricardo Tribulo de Paraje del Pozo,  
Provincia de Córdoba.

**2° Premio** - "Remodelación y Ampliación del Tam-  
bo Bovino", Autores: Escuela de Educación Agraria

Nº1 Manuel Belgrano y miembros de la Asociación  
Cooperadora Pro- Formación Escuela Agraria de  
30 de agosto, Provincia de Buenos Aires.

**3° Premio** - "Agro Informática Aplicada", Autor:  
Martin Aboaf Petit de Murat de Brandsen, Provin-  
cia de Buenos Aires

**Categoría "actividad agropecuaria con orienta-  
ción ecológica y conservacionista".**

**1° Premio** - "Metalfor S.A", Autor: "Metalfor S.A" de  
Marcos Juárez, Provincia de Córdoba.

**2° Premio** - "Tambo Santa Maria del Pueblo Nue-  
vo", Autores: Dr. Juan José Chiaravalle y Dr. Diego  
C. Chiaravalle de Lujan, Provincia de Buenos Aires.

## 6. Patrocinios y alianzas

Durante 2013, apoyamos a diversas organizaciones, ONG e instituciones:



### En el ámbito educativo

- **Junior Achievement.** Auspiciamos diversas actividades educativas a fin de colaborar con la formación de jóvenes de Argentina e incentivar el espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus objetivos y mejorar su calidad de vida en un marco de responsabilidad y libertad.
- **Universidad Torcuato Di Tella.** Participamos con un aviso en el programa de la 3° Cena de Recaudación de Fondos para la Construcción del Campus Alcorca realizada el pasado 24 de septiembre en el Faena Arts Hotel de Puerto Madero.
- **Universitat Pompeu Fabra** Contribuimos con la donación de becas para alumnos del programa de postgrado en Gestión de Entidades Deportivas. El postgrado se dirige a aquellos que quieran orientar su actividad profesional hacia el ámbito del deporte, así como a sectores relacionados con el entretenimiento, el turismo y la cultura.
- **Colegio Madre Teresa.** Participamos como sponsor de plata en la 2 "Comida solidaria 10° Aniversario", que se llevo a cabo el 02 de junio, en el Tattersall San Isidro.
- **CEEJIR (Comisión, Episcopal de Ecumenismo, Relaciones con el Judaísmo, el Islam y las Religiones).** Nuestro aporte contribuyo con las actividades interreligiosas que lleva a cabo la Comisión Episcopal.
- **Colegio las Lomas Oral.** Nuestro aporte contribuyo con un aviso en el programa de la XIII Noche Solidaria que se llevo a cabo el día 03 de octubre en el Salón Tattersall del Hipódromo de San Isidro. El colegio brinda servicios educativos a niños con pérdidas auditivas desde el momento de su nacimiento. Es uno de los nuevos colegios Curricula Moog en todo el mundo.
- **Educar 2050** acompañamiento mediante un aviso en el programa de la comida anual que se llevo a cabo el día 12 de septiembre en Darwin Palermo. Lo recaudado ha sido destinado al Programa "Contra la pobreza, buena educación" con el objetivo de mejorar la calidad de la Educación Argentina trabajando desde la Practica y desde la Teoría.
- **Las Tunas ONG** Contribuimos con un aviso en el Programa de la Cena solidaria 10° aniversario de la Fundación que se realizo el día 01 de octubre en el Tattersall San Isidro.

### En el ámbito institucional



- **IDEA.**
- **Fundación Red de Acción Política (RAP).**
- **Fundación Universitaria Río de la Plata (FURP).**
- **FARN Fundación Ambiente y Recursos Naturales.**
- **CARI Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales**
- **Fundación FIEL (Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas )**
- **Fundación Libertad.**
- **Fundación Mediterránea.**
- **Ciclo de Conferencias "Contexto 2013",** organizado por el Estudio Balter & Asociados.
- **Foro Ecueménico Social:** Como miembros fundadores y promotores del Premio al Emprendedor Solidario, en 2013 participamos en las distintas actividades del Foro y colaboramos con su difusión: Premio al Emprendedor Solidario, Campaña de Inserción Laboral de Jóvenes, Cátedra Abierta de Responsabilidad Social y Ciudadana.

## En el ámbito de la acción social

- **Fundación Conin** - Cooperadora para la nutrición infantil. Contribuimos con un aporte para la 3° Cena Anual Solidaria que se llevo a cabo el día 26 de septiembre, en Espacio Pilar.
- **La Casa de Ronald McDonald** - Asociación Argentina de Ayuda a la Infancia. Participamos en la 19° Cena Anual 2013, que se llevo a cabo el día 11 de junio, en el Centro Costa Salguero, con el objetivo de recaudar fondos para los diferentes proyectos a favor de la infancia.
- **Observatorio Social.** Nuestro aporte institucional contribuye a la realización de diversos programas e investigaciones que lleva adelante la ONG.
- **Fundación Temaiken.** Contribuimos con un aporte en el programa de la 1° Gala Solidaria, que se llevo a cabo el pasado 7 de mayo, en el Hotel Four Seasons de Buenos Aires. Lo recaudado en la noche será destinado a los proyectos de la Fundación, cuyo objetivo es la protección de la naturaleza generando un cambio cultural e implementando acciones en favor de la conservación del planeta.
- **Boca Social** Participamos como main sponsor en la segunda Cena Anual Solidaria de Boca Juniors y UNICEF, que se llevo a cabo el día 09 de agosto en La Rural.
- **Circulo de Ajedrez de Villa Martelli (Centro matemáticas "Pierre Fernet").** Realizamos una donación para el apoyo educativo en matemática y la olimpiada de Matemáticas que lleva adelante dicho centro.
- **Foro Nacional de RSE y Sostenibilidad.** Auspicio en el Foro Nacional de RSE Y Sostenibilidad que se llevo a cabo en la Bolsa de Comercio de Rosario el pasado 24 de mayo de 2013, organizado por MoveRSE junto a la Red Argentina de RSE.
- **Fundación Ruta 40.** Realizamos un aporte para la 4ta. Comida Solidaria, que se llevo a cabo el 17 de septiembre con el objeto de recaudar fondos para los proyectos de la Fundación, cuya misión es la de contribuir al desarrollo integral de las escuelas rurales próximas a la Ruta Nacional 40, constituyendo un puente y generando vínculos entre quienes pueden y quieren ayudar y quienes mas lo necesitan.
- **Fundación RECIDUCA.** Participamos con un aviso en el programa de la V Cena Anual de Recaudación de fondos, celebrada el 08 de mayo en Espacio Markez. Lo recaudado en la noche permitió cumplir con el objetivo de la Fundación de seguir incrementando cada año la cantidad de jóvenes que participan en sus diversos programas.
- **Fundación Santa Rafaela María.** Contribuimos con un aporte en el programa de la XVIII Noche a beneficio de los hogares de la Fundación, que se llevo a cabo el pasado 22 de agosto, en el Salón Tattersall del Hipódromo de San Isidro.
- **Fundación CUBA.** Realizamos un aporte en la VII Comida Anual a Beneficio, que tuvo lugar el pasado martes 18 de junio en La Rural. El monto recaudado se destina a actividades relacionadas con el desarrollo social, educativo, cultural y deportivo.
- **Maratón Hispano Argentina.** Contribuimos como Auspiciantes Premium en la Maratón Baires corre Madrid 2020, que se llevo a cabo el pasado 19 de agosto 2013, en Plaza de Mayo.
- **Semana de la gastronomía española.** Participamos como patrocinadores en la 1° Semana Gastronómica Española, que tuvo lugar del 15 al 21 de abril 2013. En la semana participaron 18 restaurantes españoles de la ciudad de Buenos Aires.
- **Maratón solidaria Alto Paraná.** Participamos como sponsor en la edición 2013 de la Maratón Alto Paraná, que se llevo a cabo el 01 de septiembre, en el Centro de El Dorado, Provincia de Misiones. Lo recaudado beneficio a los Hospitales de Pueblo Esperanza.
- **Centro Integral Casita del Niño de Lourdes.** Auspiciamos la 3° Maratón Solidaria por la infancia realizada el pasado 12 de mayo.
- **Fundación Banco Francés.** La Fundación recibe una donación mensual de BBVA Francés.





## 7. Fundación BBVA Banco Francés

La Fundación BBVA Banco Francés se orienta a colaborar con diversos emprendimientos de ONG y promover el arte. Tiene como sede la "Casona Alsina", declarada Monumento Histórico Nacional y ubicada frente a las barrancas de Belgrano. Funciona como museo y exhibe una muestra permanente del artista plástico Líbero Badii.

En 2013, se cedió el espacio del Auditorio de la Fundación BBVA Banco Francés para la realización de 56 actividades entre comités y eventos institucionales del Banco.

### La Noche de los Museos

"La casona Alsina", sede de la Fundación BBVA Banco Francés y Monumento Histórico Nacional,

que alberga al Museo Líbero Badii, participa desde su 1<sup>era</sup> edición de la "Noche de los Museos".

Este año abrió sus puertas para participar de la 10<sup>ma</sup> Edición de la Noche de los Museos, organizada por la Dirección General de Museos del Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se ofreció una programación especial de actividades con entrada libre y gratuita con el objetivo de acercar nuevos públicos a los museos.

En el marco de este evento, el Museo Líbero Badii ofreció visitas guiadas de la muestra permanente del artista y de las dependencias de la Casona Alsina. Más de 1.300 personas visitaron el museo.





## 8. Programas del Grupo BBVA, con adhesión de BBVA Francés

### Metas Educativas 2021

En 2010 el Grupo BBVA firmó una alianza con la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) que selló nuestro compromiso con la educación. Así, adherimos al proyecto "Metas educativas 2021: La educación que queremos para la generación de los bicentenarios".

Deseamos una educación que responda a las demandas sociales inaplazables: conseguir que más alumnos estudien durante más tiempo, con una oferta de calidad reconocida, equitativa e inclusiva, y en la que participe la gran mayoría de las instituciones y sectores de la sociedad. Este proyecto se lleva a cabo con la concesión de becas educativas a través del programa "Niños Adelante" en los once países de Latinoamérica donde el Banco está presente. En la Argentina, se lo conoce como el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés.

### Premio Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento

La Fundación BBVA expresa la vocación de responsabilidad social del Grupo BBVA y su compromiso con la mejora de las sociedades en las que desarrolla su actividad empresarial. Fomenta la investigación, promueve la formación avanzada y difunde conocimiento científico, prestándole especial atención al análisis de cuestiones emergentes en cinco áreas estratégicas: Medio ambiente, Biomedicina y Salud, Economía y Sociedad, Ciencias Básicas y Tecnología, y Cultura.

En estas áreas, la Fundación BBVA diseña, desarrolla y financia proyectos de investigación; facilita la formación avanzada y especializada mediante becas, cursos, seminarios y workshops; concede premios a investigadores y profesionales que hayan contribuido significativamente al avance del conocimiento; y comunica y difunde dicho conocimiento mediante publicaciones, debates y conferencias.

La promoción del conocimiento es una de las vías más eficaces para abordar los problemas que afectan a la sociedad (medio ambiente, desarrollo sostenible, salud, cambio demográfico, globalización, integración social e innovación al

servicio de la ampliación de oportunidades para toda la sociedad). Este es el punto de partida de la Fundación BBVA.

Los Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento reconocen e incentivan la investigación y la creación cultural de excelencia, en especial, aquellas contribuciones de amplio impacto por su originalidad y significado teórico, así como por su capacidad para desplazar hacia delante la frontera de lo conocido. Están dotados con 400.000 euros, un diploma y un símbolo artístico en cada una de sus categorías. Por dotación pueden considerarse los segundos más importantes del mundo, tras los Nobel. La Fundación BBVA, de forma conjunta con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), designa una comisión técnica de evaluación para cada una de las categorías de los Premios Fundación.

Estos galardones de carácter internacional se convocan en ocho categorías: Ciencias Básicas (Física, Química, Matemáticas), Biomedicina, Ecología y Biología de la Conservación, Tecnologías de la Información y la Comunicación, Economía, Finanzas y Gestión de Empresas, Música Contemporánea, Cambio Climático y Cooperación al Desarrollo.

Los galardonados en la quinta edición 2012 fueron:

- en la categoría de Economía, Finanzas y Gestión de Empresas el matemático estadounidense Paul Milgrom, por sus contribuciones en materia de subastas y organización industrial; en la categoría de Cooperación al Desarrollo la Iniciativa Medicamentos para Enfermedades Olvidadas (DNDi por sus siglas en inglés) por "desarrollar y distribuir junto a sus colaboradores tratamientos nuevos y accesibles para enfermedades ligadas a la pobreza";
- en la categoría de Música Contemporánea ha sido concedido a Pierre Boulez por la influencia tanto de sus composiciones como de su compromiso con la reflexión y transmisión de la música;
- en la categoría Ecología y Biología de la Conservación a la ecóloga marina estadounidense Jane Lubchenco por explicar con métodos experimentales la dinámica de los ecosistemas costeros marinos y sentar las bases científicas para el

diseño de áreas protegidas; en la categoría de Biomedicina al químico Douglas Coleman y al médico Jeffrey Friedman por "revelar la existencia de los genes involucrados en la regulación del apetito y del peso corporal, un descubrimiento fundamental para entender patologías como la obesidad";

-en la categoría de Ciencias Básicas ha sido concedido a los matemáticos Ingrid Daubechies y David Mumford por influir desde la matemática pura en ámbitos de aplicación como la comprensión de datos o las técnicas de imagen médica; en la categoría de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) al ingeniero electrónico Lotfi A. Zadeh, por la invención y el desarrollo de la lógica difusa y hacer posible que ordenadores y máquinas funcionen y decidan como los humanos; -y en la categoría de Cambio Climático a la estadounidense Susan Solomon por ayudar a comprender cómo la actividad humana afecta a la composición de la atmósfera, y cómo estos cambios repercuten a su vez en el clima.

Los resultados de la edición 2013 se anunciarán en enero y febrero 2014.

### Ruta Quetzal BBVA

Este programa, creado en 1979, tiene por objetivo consolidar entre los jóvenes de 16 y 17 años los cimientos de la comunidad iberoamericana de naciones entre todos los países de habla hispana, incluidos Brasil y Portugal.

Ruta Quetzal es un viaje iniciático, ilustrado y científico, en el que se mezclan cultura y aventura. Gracias a él, más de 8.000 jóvenes europeos, americanos y de países como Marruecos, Guinea Ecuatorial, Filipinas y China han tenido la oportunidad de viajar y descubrir las dimensiones humanas, geográficas e históricas de otras culturas.

En 2013, la vigésimo octava edición de Ruta Quetzal BBVA conmemoró el quinto centenario del descubrimiento del océano Pacífico realizado por Vasco Núñez de Balboa en 1513. Así, 225 expedicionarios de 53 países viajaron a Panamá y atravesaron la Selva del Darién hasta llegar al Mar del Sur, siguiendo los pasos del descubridor extremeño. En esta edición, participaron 5 jóvenes argentinos.



Durante 2013, hemos invertido un total de 12 millones de pesos en proyectos para la comunidad, incluyendo BBVA Francés y su Fundación.

#### Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad Fundación BBVA Francés (en pesos)

Área de actuación	Número de proyectos	Aportación monetaria	Contribución en especie	Valor del tiempo	Otros gastos de gestión	TOTAL
Cultura	2	325.564	0,00	0,00	0,00	325.564
Comunicación	1	44.629	0,00	0,00	0,00	44.629
Otros	1	1.401.342	0,00	0,00	0,00	1.401.342
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>1.771.534</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.771.534</b>

#### Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad BBVA Francés (en pesos)

Área de actuación	Número de proyectos	Aportación monetaria	Contribución en especie	Valor del tiempo	Otros gastos de gestión	TOTAL
Becas de Integración	4	7.034.511	0,00	1.092.384	0,00	8.126.895
Otros Educación	15	562.010	0,00	182.519,16	0,00	744.529,16
Cultura	1	3.000	0,00	36.412,80	0,00	39.412,80
Apoyo a entidades sociales	18	528.600	0,00	24.578,64	0,00	553.178,64
Comunicación	3	821.491	0,00	125.624,16	0,00	947.115,16
Ciencia y Salud	1	8.000	0,00	1.365,48	0,00	9.365,48
Otros	4	1.315.117	0,00	466.994,16 <sup>(1)</sup>	0,00	1.782.111,16
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>10.272.729</b>	<b>0,00</b>	<b>1.929.878,40</b>	<b>0,00</b>	<b>12.202.607,40</b>

(1) En el área de actuación OTROS en Valor del tiempo se encuentra incluida la gestión de la Fundación BBVA Francés pero no el aporte monetario.





Fundación  
BBVA Microfinanzas



En el marco de nuestro compromiso con la inclusión financiera, en el 2007 se creó la Fundación Microfinanzas BBVA con el objetivo de promover el desarrollo económico y social sostenible e inclusivo de las personas más desfavorecidas de la sociedad, a través de las finanzas productivas (la provisión de productos y servicios financieros y acompañamiento en el desarrollo de actividades productivas).

A cierre del 2013, la Fundación Microfinanzas BBVA atiende a 1.493.709 clientes en América Latina, lo que supone impactar directamente en la vida de 6 millones de personas, cuenta con 7069 empleados, y una red de 481 oficinas en los siete países de la región en los que está presente.

Desde su constitución, la Fundación ha entregado créditos por valor de 6.000 millones de dólares, en términos acumulados, a sus clientes, cuyo 59% son mujeres y el 85% perciben ingresos menores a 10 dólares al día. Clientes que, además del autoempleo, han dado empleo a personas en sus emprendimientos, generando riqueza en su comunidad.

Durante 2013, la Fundación avanzó en la consolidación y ampliación de su grupo de entidades microfinancieras en la región, con la fusión de sus dos entidades en Perú, Caja Nuestra Gente y Financiera Confianza, y la creación de la nueva entidad resultante Financiera Confianza. Una entidad que se ha posicionado como uno de los actores principales del mercado microfinanciero peruano por número de clientes, con liderazgo y foco en el desarrollo de las personas de menores ingresos y con el objetivo de liderar las finanzas rurales inclusivas en el país.

Con esta nueva entidad, la Fundación cuenta con ocho instituciones microfinancieras en la región: el Banco de las Microfinanzas-Bancamía en Colombia; Financiera Confianza, en Perú; Banco Adopem, en República Dominicana, Empepre Microfinanzas y Fondo Esperanza en Chile; Contigo Microfinanzas en Argentina; Microserfin en Panamá; y la Corporación para las Microfinanzas en Puerto Rico.

Este grupo de entidades especializadas en finanzas productivas han situado a la Fundación Microfinanzas BBVA como el primer operador en número de clientes con metodología individual y

(1) La Fundación Microfinanzas BBVA nace de la Responsabilidad Corporativa del Grupo BBVA, pero como entidad sin ánimo de lucro, es independiente del mismo, tanto en su gobierno como en su gestión. Por ello, es intención del Grupo BBVA reflejar en su Informe Anual la circunstancia de que la Fundación Microfinanzas BBVA no forma parte del grupo financiero BBVA. Como consecuencia de lo anterior, el Grupo BBVA ni gestiona ni responde la actividad desarrollada por la fundación o por las entidades financieras que la fundación adquiera para el cumplimiento de sus fines.



por cartera en Centro y Suramérica. En cuanto a la expansión de su actividad, la fundación continúa trabajando para consolidar su posición en la región, profundizando en los mercados más necesitados.

En Argentina, donde la Fundación está presente a través de la entidad Contigo Microfinanzas, la Fundación ha apoyado a 1.417 emprendedores desfavorecidos del país, clientes cuyo 59% son mujeres, y cuyo importe de préstamo medio se sitúa en 1194 USD.

Personas vulnerables del país que, gracias a los créditos y acompañamiento de la Fundación, han podido desarrollar modestas actividades productivas que les han permitido mejorar su nivel de vida y el de sus familias, de manera sostenible.

Personas como el caso de Laura Marcela Mercado, quien obtuvo el "Premio al Microemprendedor del año 2013", otorgado por Citi, Avina y La Nación en Argentina, por su empresa de cosmética natural, que inició y desarrolló gracias a los créditos y acompañamiento otorgado por Contigo Microfinanzas.

En relación a proyectos estratégicos realizados durante 2013, la Fundación publicó su primer Informe de Desempeño Social 2012, para conocer de manera detallada el impacto de su actividad en la vida de sus clientes. El informe, disponible en versión digital, permite conocer el perfil de los clientes de la Fundación de manera agregada y por país, caracterizados en sus condiciones socio-económicas y segmentados por grupos homogéneos, con la valoración de su desarrollo y progreso económico-social.

Como complemento a su actividad principal, la Fundación también llevó a cabo iniciativas para impulsar y transformar altruistamente el desarrollo del sector microfinanciero. En esta línea, continuó realizando en 2013 sus "Talleres de Capacitación en Gobierno Corporativo" que han permitido la formación de más de 300 miembros de Consejos de Administración y directivos de entidades microfinancieras, desde su puesta en marcha en 2011.







# Pacto Mundial y Objetivos de desarrollo del Milenio

## Pacto Mundial de Naciones Unidas

Desde 2004 estamos adheridos a la Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas, y desde entonces presentamos anualmente la Comunicación sobre el Progreso (COP). Esta publicación corresponde a la COP 2013, donde damos a conocer el cumplimiento a los diez principios basados en los derechos humanos, laborales y medioambientales y de lucha contra la corrupción a través de las acciones realizadas durante este período.

La COP 2013 está disponible en la web [www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org).

Categorías	Principios	Indicadores GRI
Derechos Humanos	<b>Principio 1</b> - Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	EC5, LA4, LA 6-9, LA13-14, HR 1-9, SO5, PR1-2, PR8
	<b>Principio 2</b> - Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	HR 1-9, SO5
Trabajo	<b>Principio 3</b> - Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	LA 4-5, HR 1-3, HR5, SO5
	<b>Principio 4</b> - Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR 1-3, HR7, SO5
	<b>Principio 5</b> - Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	HR 1-3, HR6, SO5
	<b>Principio 6</b> - Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	EC7, LA2, LA13-14, HR1-4, SO5
Medio Ambiente	<b>Principio 7</b> - Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	EC2, EN18, EN26, EN30, SO5
	<b>Principio 8</b> - Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	EN 1-30, SO5, PR3-4
	<b>Principio 9</b> - Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN2, EN5-7, EN10, EN18, EN26-27, EN30, SO5
Anti-corrupción	<b>Principio 10</b> - Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	SO2-6

## Los Objetivos del Milenio

En BBVA Francés seguimos los lineamientos del Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, y desarrollamos acciones de Responsabilidad Social Corporativa vinculadas con los Objetivos del Milenio (ODM). Estas metas para 2015 son promovidas por las Naciones Unidas a partir de un acuerdo internacional sobre la reducción de la pobreza y las desigualdades que afectan a millones de personas en el mundo.

Objetivos del Milenio	Iniciativa principal de BBVA Francés
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés
2. Educación universal	Plan de Acción social de BBVA
	Plan Estratégico de RRC
	Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés
3. Igualdad entre los géneros	Programa de Certificación en Equidad de Género (MEGA 2009) promovido por el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI)
4. Reducir la mortalidad de los niños	No existen iniciativas específicas
5. Mejorar la salud materna	No existen iniciativas específicas
6. Combatir el VIH/SIDA	No existen iniciativas específicas
7. Sostenibilidad del medio ambiente	Plan Global de Ecoeficiencia (PGE)
8. Fomentar una asociación mundial	Participación en la Mesa Directiva de la Red local del Pacto Mundial.



## Informe de Revisión Independiente

### Informe de Revisión Limitada del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2013 de BBVA Banco Francés

#### Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de los contenidos del Informe anual de Responsabilidad Corporativa 2013 (en adelante "Informe RC") del BBVA Banco Francés S.A. (en adelante "BBVA Francés") y su adaptación a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 3.0 (G3), así como los indicadores centrales propuestos por dicho estándar. Dicho examen se efectuó sobre el conjunto de las actividades del BBVA Banco Francés en Argentina, llevadas a cabo desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2013.

Nuestra revisión ha sido planteada como una Revisión Limitada, basada en el *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 International Federation of Accountants (IFAC).

#### Responsabilidades de la Dirección de BBVA Banco Francés y de Deloitte

La preparación del Informe RC, así como el contenido del mismo, son responsabilidad del Departamento de Relaciones Institucionales del BBVA Francés, 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.

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la *International Federation of Accountants* (IFAC).

El alcance de una revisión limitada es sustancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe RC.

#### Procedimientos realizados

Nuestra revisión consistió en la formulación de preguntas al Departamento de Relaciones Institucionales del BBVA Francés, así como a los diversos sectores que han participado en la elaboración del Informe RC, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del BBVA Francés para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe RC.
- 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.
- Comprobación de que el contenido del Informe RC no contradice ninguna información relevante suministrada por el BBVA Banco Francés S.A. en su Informe Anual sobre los Estados Contables al 31 de diciembre de 2013.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del Informe RC a los recomendados en la Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales incluidos en el Informe RC se corresponden con los recomendados por dicho estándar y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión sobre bases selectivas, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el Informe RC y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del BBVA Francés.

#### Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión podemos concluir que no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga presumir que la información incluida en el Informe RC por el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2013 contenga errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo al nivel B+ establecido por la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI en su versión 3.0 (G3).

## Recomendaciones

Adicionalmente, en el día de la fecha hemos presentado al Departamento de Relaciones Institucionales del BBVA Francés 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:

- Aumentar la comunicación y concientización sobre la comparabilidad de los reportes, favoreciendo un desempeño transparente y continuo en la metodología de cálculo a nivel local y corporativo.
- Establecer un plan de monitoreo e inventario de sucursales y edificios con sus características, cantidad de empleados y detalle de consumos, definiendo un control formal sobre los mismos y así poder consolidar los indicadores al final de cada año fiscal.
- Seguir procedimientos y plazos específicos para la gestión de los indicadores, asegurando un proceso más eficiente en cuanto a la captura y procesamiento de la información a reportar.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de BBVA Banco Francés S.A. de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Compromiso.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 28 de febrero de 2014

**DELOITTE & Co. S.A.**  
(Registro de Sociedades Comerciales  
C.P.C.E.C.A.B.A. - T° 1 - F° 3)



**Martín M. Carmuega**  
Contador Público (UBA)  
C.P.C.E.C.A.B.A. - T° 264 - F° 198





# Criterios del Informe



## Alcance y cobertura de la memoria

El IARC 2013 constituye nuestro séptimo Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC). En este documento damos a conocer a nuestros grupos de interés clave - empleados, clientes, accionistas, proveedores, la comunidad y el medioambiente -nuestras acciones en materia económica, social y ambiental realizadas en el año 2013. A su vez, para fines comparativos, mostramos la evolución de nuestra gestión de Responsabilidad Corporativa a través de indicadores cuantitativos de periodos anteriores.

## Proceso de selección de contenidos y elaboración del Informe

Como parte de nuestra gestión en Responsabilidad Corporativa (RC), este año continuamos realizando nuestro análisis de materialidad siguiendo el Protocolo Técnico elaborado por la Iniciativa de Reporte Global (GRI) en el marco la Guía G3 y el principio de AccountAbility. Este proceso nos ayuda a identificar, priorizar y revisar los temas relevantes de interés para nuestros públicos y para el Banco, que forman parte de nuestra gestión de RC.

Este año, en el marco de una consulta a nivel global, incluimos a los empleados de BBVA Francés en una encuesta de reputación interna y a nivel externo, realizamos una consulta de opinión pública sobre las dimensiones más importantes para construir reputación en un banco.

Como parte de la detección y priorización de los temas que consideramos clave para la gestión de Responsabilidad Corporativa en Argentina, los miembros del Grupo Operativo realizaron un ejercicio de ordenar por relevancia los temas identificados por en el Análisis de Materialidad del Grupo. De esta manera, obtuvimos el enfoque local sobre los contenidos a comunicar en el Informe que son relevantes en el contexto de la Argentina.

## Referencias básicas y estándares internacionales

El IARC 2013 fue elaborado siguiendo los lineamientos y principios de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative - GRI) con el Suplemento Sectorial para la Industria Financiera (Versión final, noviembre de 2008), adaptando los indicadores al contexto local, al negocio de BBVA Francés, y a los perfiles particulares de los grupos de interés. En cuanto a los protocolos GRI, en el caso de los indicadores de Recursos Humanos, Comunidad y Medioambiente, estos fueron tomados de adaptaciones de los originales al negocio del Banco realizadas por el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario.

Asimismo, tuvimos como referencia la Norma Internacional ISO 26000:2010 de Responsabilidad Social, los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, los Objetivos del Milenio, y la serie AA1000 de Accountability.

En este Informe hemos alcanzamos un Nivel de Aplicación B+, y fue presentado ante el Pacto Mundial de Naciones Unidad como la Comunicación sobre el Progreso 2013.

## Rigor y verificación

Esta publicación fue revisada y validada por el Comité de Responsabilidad Corporativa compuesto por los Directores del Banco y también por el Presidente de esta entidad y fue auditada externamente por Deloitte Argentina. En miras a profundizar y profesionalizar aun más la práctica de rendición de cuentas, las recomendaciones y oportunidades de mejora identificadas fueron tenidas en cuenta en el proceso de elaboración de este documento y considerados como oportunidades de mejora para los próximos informes.

Los datos cuantitativos de nuestra gestión ambiental y relaciones con la comunidad fueron estimados a partir de datos cerrados a octubre de 2012, siguiendo con lineamientos de sistematización pautados por el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia. Siendo que esta metodología es usada desde el inicio de la publicación del IARC, dicha estimación no afecta la comparabilidad de la información en las tablas presentadas.





# Indicadores GRI

INDICADORES GRI		PÁGINAS
<b>1. VISIÓN Y ESTRATEGIA</b>		
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	2-3
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	SIT, 7, 10, 12-13, 27-29, 92-95
<b>2. PERFIL</b>		
2.1	Nombre de la organización.	SIT
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	SIT, 20-26
2.3	Estructura operativa de la organización.	SIT, 8, 9
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	(1)
2.5	Número de países en los que opera la organización y en los que desarrolla actividades significativas.	SIT
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	SIT
2.7	Mercados servidos.	SIT, 24-26
2.8	Dimensiones de la organización informante.	SIT, 12-13, 24-25, RC (2)
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	(3)
2.10	Premios y distinciones recibidos.	39
<b>3. PARÁMETROS DEL INFORME</b>		
<b>Perfil del Informe</b>		
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en el Informe.	79
3.2	Fecha del Informe anterior más reciente.	79 (4)
3.3	Ciclo de presentación de informes.	(4)
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al Informe o su contenido.	RC
<b>Alcance y cobertura del Informe</b>		
3.5	Proceso de definición del contenido del Informe.	79
3.6	Cobertura del Informe.	79
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Informe.	79
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	(5)
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	79
3.10	Efecto de la expresión de información de informes anteriores.	(5)
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Informe.	(6)
<b>Índice del contenido GRI</b>		
3.12	Tabla de contenidos GRI.	82-88
<b>Verificación</b>		
3.13	Política y práctica sobre verificación externa.	76, 77
<b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		
<b>Gobierno</b>		
4.1	Estructura de gobierno la organización.	8-10, (2)

INDICADORES GRI		PÁGINAS
<b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS (continuación)</b>		
<b>Gobierno</b>		
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	(7)
4.3	Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	(7)
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	24-25, 40-42, (2)
4.5	Vínculo entre la retribución del máximo órgano de gobierno, y el desempeño de la organización, incluido el desempeño social y ambiental.	8, 9, (2), (8)
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	8-12 (2)
4.7	Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano en temas de sostenibilidad.	10
4.8	Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.	6, 7, 10-12 (9)
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.	8-12
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	8,9
<b>Compromisos con iniciativas externas</b>		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	27-29, 46
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	25, 26, 43, 44, 60, 61
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya	10-12, 25-26, 29, 46, 62, 63, 74, 75
<b>Participación de los grupos de interés</b>		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	12-15
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	12-15
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	12-15, 18-20, 24-25, 33-35, 38-42, 52-58
4.17	Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.	12-15, 18-23, 24, 25, 38-45, 52-58
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		12, 13, 24-26 (2)
<b>Desempeño económico</b>		
EC1 (P)	Valor económico directo generado y distribuido	SIT, 13, 67
EC2 (P)	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	N/D
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	(10)
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N/D
<b>Presencia en el mercado</b>		
EC5 (A)	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	30, 31
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	N/D
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	(11)
<b>Impactos económicos indirectos</b>		
EC8 (P)	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público.	N/D
EC9 (A)	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	24-26, 52-61, 70, 71

INDICADORES GRI		PÁGINAS
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		30-36
<b>Empleo</b>		
LA1 (P)	Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región.	30, 31
LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	30, 31
LA3 (A)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal.	38-40
<b>Relaciones empresa/trabajadores</b>		
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	33
LA5 (P)	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	(12)
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>		
LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.	(13)
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	43
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos en relación con enfermedades graves.	42, 43
LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	(14)
<b>Formación y educación</b>		
LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	38
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	36, 37
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	36 (15)
<b>Diversidad e igualdad de oportunidad</b>		
LA13 (P)	Órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad y pertenencia a minorías.	8,9,30,31
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	35
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		10-12, 31-35, 44, 70, 71
<b>Prácticas de inversión y abastecimiento</b>		
HR1 (P)	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.	N/D
HR2 (P)	Porcentaje de los distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	44, 45 (19)
HR3 (A)	Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos.	10-12, 36-38
<b>No discriminación</b>		
HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	(16)
<b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>		
HR5 (P)	Actividades en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas.	33 (17)
<b>Explotación infantil</b>		
HR6 (P)	Actividades que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas.	74, 75, (18)



INDICADORES GRI		PÁGINAS
<b>Trabajos forzados</b>		
HR7 (P)	Operaciones con riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas.	74, 75, (16), (17)
<b>Prácticas de seguridad</b>		
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.	N/D
<b>Derechos de los indígenas</b>		
HR9 (A)	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	(16)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		52
<b>Comunidad</b>		
SO1 (P)	Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	52-61, 64-67 (19)
<b>Corrupción</b>		
SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	8-11, 27-29
SO3 (P)	Porcentaje de empleados formados en anti-corrupción.	11, 27-29
SO4 (P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	(16)
<b>Política pública</b>		
SO5 (P)	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	N/D
SO6 (A)	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	N/D
<b>Comportamiento de competencia desleal</b>		
SO7 (A)	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	(16)
<b>Comportamiento normativo</b>		
SO8 (P)	Valor monetario de sanciones, multas y sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes y regulaciones.	(16)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		18-20, 25-29
<i>Salud y seguridad del cliente</i>		
PR1 (P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	24
PR2 (A)	Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación relativa a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de clientes.	(16)
<i>Etiquetado de productos y servicios</i>		
PR3 (P)	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa.	24 (18)
PR4 (A)	Nº total de incumplimientos de la regulación relativa a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	(16)
PR5 (A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.	19-24
<i>Comunicaciones de marketing</i>		
PR6 (P)	Programas de cumplimiento de las leyes y códigos voluntarios en comunicaciones de marketing.	(18)
PR7 (A)	Nº total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	(16)

INDICADORES GRI		PÁGINAS
<b>Privacidad del cliente</b>		
PR8 (A)	Nº total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	(16)
<b>Cumplimiento normativo</b>		
PR9 (P)	Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	(16)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		46-47
<b>Materiales</b>		
EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen.	49
EN2 (P)	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	49
<b>Energía</b>		
EN3 (P)	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	48
EN4 (P)	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	47
EN5 (A)	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	N/D
EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía, y las reducciones logradas.	N/D
EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.	47, 48
<b>Agua</b>		
EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes.	47
EN9 (A)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	N/D
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	N/A
<b>Biodiversidad</b>		
EN11 (P)	Terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	(20)
EN12 (P)	Impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	(20)
EN13 (A)	Hábitats protegidos o restaurados.	(20)
EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	(20)
EN15 (A)	Nº de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	(20)
<b>Emisión, vertidos y residuos</b>		
EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	48
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	48
EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	48
EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	(21)
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	(22)
EN21 (P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	(23)
EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	49, (24)
EN23 (P)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	(25)

INDICADORES GRI		PÁGINAS
EN24 (A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	N/D
EN25 (A)	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	N/D
<b>Productos y servicios</b>		
EN26 (P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción.	N/D
EN27 (P)	Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje recuperados al final de su vida útil.	(26)
<b>Cumplimiento normativo</b>		
EN28 (P)	Coste de multas significativas y nº de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	(16)
<b>Transporte</b>		
EN29 (A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	48 (19)
<b>General</b>		
EN30 (A)	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	N/D

SUPLEMENTOS SECTORIALES		
FS1	Políticas con componentes ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas.	6, 7, 27-29, 70, 71
FS2	Procesos para evaluar y controlar los riesgos ambientales y sociales en las líneas de negocio básicas.	27-29, 46
FS3	Procesos de monitoreo de la implementación y cumplimiento por parte de los clientes de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos o transacciones.	N/D
FS4	Procesos para mejorar las competencias de los empleados para implementar las políticas y procedimientos ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas.	27-29, 49
FS5	Interacciones con clientes / sociedades participadas / socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades sociales y ambientales.	N/D
FS6	Porcentaje del total de unidades de negocio por región específica, tamaño y sector.	N/D
FS7	Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios sociales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.	29, 70, 71
FS8	Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios ambientales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.	N/D
FS9	Alcance y frecuencia de las auditorías que evalúan políticas y procedimientos de gestión de riesgos ambientales y sociales.	46, 47
FS10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la empresa con las cuales se hayan interactuado en temas ambientales y sociales.	70, 71
FS11	Porcentaje de activos sujetos a un control ambiental y social positivo y negativo.	N/D
FS12	Políticas de voto en materias medioambientales y sociales aplicables a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	N/D
FS13	Puntos de acceso en áreas poco pobladas o económicamente desfavorecidas por tipo.	N/D
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros.	6, 7, 21-23, 25, 26, 52-58
FS15	Políticas para el diseño justo y venta de productos y servicios financieros.	N/D
FS16	Iniciativas para realzar la educación financiera por tipo de beneficiario.	25-26, 52-61, 64-67

SIT: Solapas internas de la tapa | RC: Retiración de contratapa | N/D: no disponible | N/A: no aplica

## Notas Indicadores GRI

- (1) Nuestra casa matriz se encuentra en Buenos Aires, Argentina.
- (2) Información en el Informe Anual 2013 de BBVA Francés.
- (3) No hubo cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.
- (4) BBVA Francés publica el IARC anualmente, siendo el reporte anterior más reciente el IARC 2012.
- (5) En caso de que algún indicador haya sufrido modificaciones en su cálculo o en la composición del mismo se indica en el Informe respectivamente.
- (6) No se registraron cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, cobertura y métodos de valoración aplicados en el IARC 2013.
- (7) El presidente del Directorio no tiene funciones ejecutivas. Todos los miembros titulares del Directorio de BBVA Francés son independientes y no tienen funciones ejecutivas.
- (8) La retribución de los miembros del Directorio se rige por lo dispuesto en el Estatuto Social y en la normativa aplicable (art 261 Ley de Sociedades Comerciales) y Normas de la CNV. El Comité de Auditoría debe opinar sobre la razonabilidad de las propuestas acerca de honorarios y de planes de opciones sobre acciones de los directores y administradores de la Sociedad y elevar dicho informe al Directorio.
- (9) El Banco cuenta además con un Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores (RIC) que regula operaciones de BBVA S.A. y BBVA Banco Francés S.A. en este ámbito.
- (10) BBVA Francés no emplea planes de pensión/ jubilación por sobre los exigidos por la ley.
- (11) 74,43% de los miembros del directorio son argentinos.
- (12) BBVA Francés solo notifica los vencimientos de Contratos a Plazo Fijo.
- (13) BBVA Francés no cuenta con un Comité de Salud y Seguridad.
- (14) No existen acuerdo formal con sindicatos sobre asuntos de salud y seguridad.
- (15) Al cierre del IARC, los datos sobre la evaluación de actuación del periodo correspondiente aún no se han procesado. Es por eso que en este informe se presentan los resultados de la evaluación de actuación 2012.
- (16) Ninguno. No se registran casos con sentencia firme y consentida.
- (17) Las horas extras se liquidan de acuerdo a la legislación vigente.
- (18) Se opera según el entorno regulatorio argentino: Banco Central de la República Argentina (BCRA), Comisión Nacional de Valores (CNV), Defensa al Consumidor, Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN), Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias (CPB), Código de Conducta en ámbito de los mercados de valores, Código de Prácticas Bancarias y Normas SEC. En Septiembre del 2013, la CNV dictó la reglamentación de la nueva ley de mercado de capitales, 26.831 dictada a fines del año pasado. Dicha normativa impone nuevas medidas para operar en el mercado y el Banco se encuentra adaptando sus estructuras a la nueva reglamentación.
- (19) Parcial.
- (20) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información de Responsabilidad Corporativa 2012 disponible en [www.bancaparatodos.com](http://www.bancaparatodos.com). El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
- (21) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información de Responsabilidad Corporativa 2012 disponible en [www.bancaparatodos.com](http://www.bancaparatodos.com). Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, las instalaciones de los edificios del Grupo BBVA no contienen cantidades significativas de CFCs.
- (22) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información de Responsabilidad Corporativa 2012 disponible en [www.bancaparatodos.com](http://www.bancaparatodos.com). Dada la actividad del Grupo BBVA las emisiones de SO y NO no son relevantes, pues derivan únicamente de los viajes de los empleados.
- (23) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información de Responsabilidad Corporativa 2012 disponible en [www.bancaparatodos.com](http://www.bancaparatodos.com). El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que los vertidos se hacen a través de redes urbanas de saneamientos.
- (24) La información publicada corresponde únicamente a la gestión de residuos de papel.
- (25) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información de Responsabilidad Corporativa 2012 disponible en [www.bancaparatodos.com](http://www.bancaparatodos.com). El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que la captación de agua y su vertido se hacen a través de redes urbanas.
- (26) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información de Responsabilidad Corporativa 2012 disponible en [www.bancaparatodos.com](http://www.bancaparatodos.com). Los productos comercializados por el Grupo BBVA no tienen un impacto significativo en este sentido.









# Progresos 2013 y Objetivos 2014

## Progresos 2013 y Objetivos 2014

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2013	*	CUMPLIMIENTO EN 2013	DESAFÍO 2014
<b>Plan de Acción Social</b>	Diseño y ejecución del Plan de Acción Social	Cumplir con los programas diseñados para el año 2013.	100%	Desarrollamos el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés, el Programa Artistas por la Educación, Jornadas y Publicaciones. Por 3er año consecutivo patrocinamos al Instituto Superior de Arte del Teatro Colón. Realizamos la 24va edición del Premio Emprendedor Agropecuario.	Cumplir con los programas diseñados para el año 2014.
<b>Desarrollo de la Fundación de RRC</b>	Matriz Local de RRC	Continuar con la profundización de la implementación de la herramienta RepTrak.	100%	Se presentaron periódicamente los resultados de la medición externa. Llevamos adelante reuniones con el fin analizar y profundizar en los datos obtenidos por las mediciones con el fin de poder aplicar las mejores a los procesos internos y externos del Banco. Asimismo se presentaron los resultados de la medición interna.	Optimizar y profundizar la aplicación de la herramienta RepTrak.
	Grupos de Trabajo	Continuar con las reuniones periódicas con los grupos de trabajo.	100%	Continuamos realizando reuniones periódicas con los grupos de trabajo, que también realizamos a través de los Comités de RRC.	Continuar con las reuniones periódicas con los grupos de trabajo.
	Informe Anual de Responsabilidad Corporativa	Realizar el proceso de elaboración y publicación del IARC 2013.	100%	Designamos los diferentes referentes de las diversas áreas que aportan información a para la confección del IARC 2013.	Realizar el proceso de elaboración y publicación del IARC 2014 y continuar mejorando en el proceso.
	Formación en RRC para empleados	Continuar y profundizar la RRC a nivel interno a través de reuniones especiales, comunicación interna, los viajes a las diferentes provincias y sucursales.	100%	Continuamos difundiendo el Programa de Becas de Integración y todas las acciones de RRC que realiza el Banco en cada uno de los viajes realizados a las provincias, generando así un mayor conocimiento sobre las actividades de RRC que realizamos a través del mismo y haciendo partícipes a los empleados e importantes empresarios y clientes del Banco.	Continuar y profundizar a través de talleres, reuniones especiales, comunicación interna, los viajes realizados a las diferentes provincias y a las sucursales.
<b>Compromiso con Principios de RRC</b>	Comunicación para el Progreso de Pacto Global en Argentina	Cumplir con el plan de trabajo relacionado al Pacto Global.	100%	Atendimos al programa de trabajo del Pacto Global. Participación en las reuniones organizadas por el Pacto Global.	Cumplir con el plan de trabajo relacionado al Pacto Global.
	Foro Ecuménico Social	Continuar patrocinando a diversas entidades en las diferentes actividades que lleven adelante.	100%	Continuamos patrocinando a diversas entidades: por 3° año consecutivo al Instituto Superior de Arte perteneciente al Teatro Colón.	Se continuará patrocinando a diversas entidades en las variadas actividades que lleven adelante.
<b>Voluntariado Corporativo</b>	Voluntariado Corporativo	Continuar fomentado la actitud solidaria de nuestros colaboradores, para desarrollar e implementar más acciones de voluntariado.	100%	Cumplimos con los talleres "Adelante con tus sueños" llegando a más localidades de nuestro país y a chicos de diferentes edades, ya que adaptamos el taller a un formato pensado para estudiantes de colegios secundarios. Redoblamos la participación de los empleados en una nueva edición del Concurso de Proyectos Solidarios, subiendo los montos destinados. Logramos que crezcan notablemente las iniciativas vigentes para colaborar con la Fundación Garrahan recolectando tapitas plásticas y papel para su posterior reciclado.	Profundizar las acciones vigentes enfatizando en la educación, llegando a más localidades del interior del país y fortaleciendo el taller para colegios secundarios. Continuar fomentando la participación de los empleados con el objetivo de que ellos mismos sean los protagonistas de este programa de voluntariado.

\* Porcentaje de cumplimiento en 2013

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2013	*	CUMPLIMIENTO EN 2013	DESAFÍO 2014
<b>Fortalecimiento de reputación en la gestión comercial</b>	Calidad de atención	Continuar mejorando en las soluciones técnicas y funcionales en relación a la Gestión de filas.	100%	Implementamos proyectos destinados a mejorar la calidad de atención, dotando a las sucursales de herramientas y tecnología para optimizar la gestión.	Continuar profundizando el plan de derivación a canales de autogestión e incorporando tecnología y nuevas funcionalidades a los mismos.
	Reducción de riesgos, en la gestión comercial	Continuar concientizando sobre riesgos a nivel general y focalizar en los grupos más sensibles.	80%	Llevamos adelante medidas de concientización a través de publicaciones en la intranet sobre la temática.	Continuar con la concientización sobre riesgos a nivel general y profundizar en la temática.
	Mejora en el ambiente de trabajo	Diseñar planes de acción y continuar comunicando los resultados de la Encuesta de Satisfacción del Empleado 2012 a las diferentes áreas y niveles.	100%	Confeccionamos junto a las áreas los distintos planes de acción para la mejora del clima laboral y se realizó la comunicación de los resultados a los diferentes equipos de trabajo y niveles.	Continuar mejorando el ambiente de trabajo junto a nuestros empleados y diseñar acciones a partir de la próxima medición.
	Beneficios para clientes de Banca de Empresas	Continuar desarrollando este Programa en 2013.	100%	Profundización en los proyectos y mejoras continuas en torno a conceptos como la multicanalidad y la productividad. Se establecieron pautas para el Segmento Premium. Modelo de atención con un protocolo de calidad y seguimiento para garantizar una solución.	Continuar mejorando el vínculo con el cliente y el no cliente.
<b>Acceso al sistema de sectores menos favorecidos</b>	Bancarización de sectores menos favorecidos	Continuar con el Programa Becas de Integración y su difusión.	100%	Llevamos adelante el Programa Becas de Integración que beneficia en forma directa a 1.333 alumnos, en 12 provincias y Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en 28 centros educativos, en 21 localidades del país, a través de alianzas con 22 ONG en vinculación con 128 colegios.	Continuar con el Programa Becas de Integración BBVA Francés en 2014, y su difusión masiva.
		Generar nuevas becas por donaciones.	100%	Como resultado de las donaciones de personas físicas o jurídicas, 80 alumnos se vieron beneficiados con la beca.	Continuar con el Programa Becas de Integración y su difusión en 2014.
<b>Facilitar la accesibilidad a colectivos desfavorecidos o necesidades especiales</b>	BBVA Francés y personas con discapacidad	Impulsar el concepto de diversidad a través de la iniciativa de teletrabajo, y continuar profundizando en la transparencia y la equidad.	100%	Continuamos llevando adelante el Programa Piloto de Teletrabajo con 20 madres de Áreas Centrales recién reincorporadas de la licencia por maternidad.	
<b>Desarrollo de la equidad de género</b>	Promover la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres	Analizar si es posible ampliar el programa de Teletrabajo y Jornada reducida a mayor cantidad de mujeres, a partir de los resultados de la prueba piloto.	50%	El Comité de Equidad de Género dispuso ampliar el Programa de Nuevas Formas de Trabajo-Teletrabajo a todas aquellas madres de áreas centrales que voluntariamente acepten esta propuesta de flexibilidad.	

## Progresos 2013 y Objetivos 2014

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2013	*	CUMPLIMIENTO EN 2013	DESAFÍO 2014
<b>Posicionamiento de BBVA Francés</b>	Observar y analizar donde la óptica de los valores corporativos y condicionamientos del entorno los mensajes emitidos por BBVA Banco Francés	Continuar con la actualización de la página web. Realizar una mayor difusión de las novedades.	100%	Continuamos informando en la página web <a href="http://www.compromisobvvafrances.com">www.compromisobvvafrances.com</a> , todas las acciones a favor de la sociedad que se realizaron durante 2013.	Continuar con la actualización de la página web, dando una mayor difusión a todas las acciones realizadas y novedades.
<b>Política de financiamiento de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo</b>	Política de financiación de armamento, prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo	Capacitar al personal que ingresa al Banco en Política de financiación de armamento, prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo.	50%	Realizamos 10 charlas de prevención de lavado de dinero que contó con la participación de 116 personas. No realizamos capacitaciones en materia de financiación de armamento.	Capacitar al personal que ingrese al Banco en Prevención de Lavado de dinero.
		Continuar con el dictado de charlas zonales y talleres dirigidos especialmente a Gerentes zonales, gerentes de sucursales y Jefes de Gestión Administrativa.	100%	Dictamos 15 charlas a Gerentes que contaron con 281 participantes en total. Realizamos tres Talleres a Jefes de Gestión Administrativa donde participaron 63 personas.	Continuar con la capacitación de los distintos colectivos.
		Realizar charlas y compliance testing en aquellas sucursales que se considere más necesario, ya sea por auditoría deficiente, falta de respuesta, cantidad de recursos, entre otras causas.	80%	Realizamos dos visitas a sucursales y una reunión zonal que contó con 22 y 34 participantes respectivamente.	-
		Actualizar el material de los cursos a distancia en Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo en función a la normativa vigente.	100%	Actualizamos la totalidad del material.	El material se encuentra actualizado.
		Incorporar al Sistema Integral de Gestión de Alertas (SIGA) todas las mejoras que se consideren necesarias, en base a las experiencias del primer año en ejecución.	80%	Estamos ajustando y mejorando el sistema SIGA.	-
		Continuar con los planes de redocumentación de nuestros clientes, actualizando la documentación presentada con anterioridad.	90%	Se ha cumplimentado una gran cantidad de casos y se continúa con la gestión.	Continuar con los planes de redocumentación.
		Continuar las acciones de formación, concientización y sensibilización relativas a temas de Integridad, Protección de Datos Personales y Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.	100%	Realizamos 8 Visitas Zonales de las cuales participaron 184 Gerentes, 2 Charlas donde asistieron 34 Jefes de Gestión Administrativa y Responsable de Servicing.	Continuar con el plan de capacitación, formación y concientización

\* Porcentaje de cumplimiento en 2013

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2013	*	CUMPLIMIENTO EN 2013	DESAFÍO 2014
		Intensificar las acciones en relación a la capacitación de Protección de Datos Personales.	100%	Se volvieron a matricular 2.355 empleados que era el remanente que no había concluido el curso.	Continuar con el plan de capacitación.
<b>Política de Defensa</b>	Principios, Criterios y Normas de actuación para solicitudes de Financiaciones relacionadas con el Sector de Defensa	Actualizar la norma conforme al nuevo modelo corporativo.	100%	Actualizamos la norma conforme al nuevo modelo. Incorporamos a las funciones del Risk Management Committee el examen de operaciones que pudieran tener relación con el comercio de armas con entidades o países con alto riesgo de violación de los derechos humanos.	Continuar actualizando esta política en la medida que se agreguen nuevos países de alto riesgo, países con embargo de armas, nuevos materiales y servicios de doble uso, empresas relacionadas con armas que se consideren controvertidas que deban ser tenidas en cuenta
		Brindar capacitación al personal de Riesgos que tiene que presentar las solicitudes al Comité de Gestión de Riesgos (CGR), conforme a la nueva norma corporativa.	0%	Reprogramamos la actividad para 2014.	Brindar capacitación al personal de Riesgos que tiene que presentar las solicitudes al Comité de Gestión de Riesgos (CGR), conforme a la nueva norma corporativa.
<b>Consideración de factores ambientales y sociales en el análisis del riesgo crediticio</b>	Factores ambientales y sociales en el análisis del riesgo crediticio	Implementar el check list de evaluación de los clientes según su nivel de riesgo.	90%	Comenzamos a analizar las medidas a implementar por nivel de riesgo.	Implementar el check list de evaluación de los clientes según su nivel de riesgo
<b>Compras y gestión ambiental</b>	Ampliación de los criterios RC en las compras	Retomar las iniciativas para inducir a todos nuestros proveedores a que implementen un sistema de gestión ambiental, certificable o no, que dé como resultado el cumplimiento de toda la legislación ambiental vigente. Selección de proveedores que demuestren ser ambientalmente responsables.	0%	Por el momento y por cuestiones de presupuesto, no hemos avanzado con el proyecto.	Retomar las iniciativas para inducir a todos nuestros proveedores a que implementen un sistema de gestión ambiental, certificable o no, que dé como resultado el cumplimiento de toda la legislación ambiental vigente. Selección de proveedores que demuestren ser ambientalmente responsables.
	Sistema de Gestión Ambiental	Organizar cursos o talleres de medio ambiente.	0%	Por el momento y por cuestiones de presupuesto, no hemos avanzado con el proyecto.	Organizar cursos o talleres de medio ambiente. Asimismo, queremos empezar a seleccionar proveedores ambientalmente responsables.
		Realizar las gestiones para el cumplimiento de requisitos legales de las 30 sucursales implementadas. Certificar el sistema de gestión en 10 sucursales de la red.	100%	Contamos con 60 sucursales de la red que han certificado el sistema de gestión ambiental bajo la norma 14001, de las cuales 30 tienen los trámites de inscripción como generador de residuos peligrosos iniciados. Estamos aguardando a que la Secretaría de Desarrollo Sustentable de la Nación y la Agencia de Protección Ambiental se expidan sobre los mismos. De todos modos destacamos que los residuos peligrosos que generan las 30 sucursales que están certificadas pero no inscriptas, son retirados por el gestor especialmente contratado.	Inscribir como generadoras de residuos peligrosos a las 30 sucursales restantes de nuestra red.







## Indicadores de Responsabilidad Corporativa

	2013	2012	2011
<b>ECONÓMICOS</b>			
Resultado neto	2.024.244	1.263.679	1.005.577
Resultado por acción	3,8	2,4	1,87
<b>SOCIALES</b>			
Tiempos Medios de Resolución de reclamaciones (días) <sup>(1)</sup>	13,5	8,1	11,90
Mujeres en cargos gerenciales	9	9	9
Diversidad hombres y mujeres (%)	54/46	55/45	55/45
Rotación no deseada Total	1,65	1,61	1,84%
Cantidad de horas de participación en formación anual	149.558,33	127.074,58	154.545
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido (%)	0,95	0,96	0,72
<b>MEDIOAMBIENTALES</b>			
Reciclado de Papel (Kg)	7.210,00	181.180,00	76.980,00
Consumo Agua (m3)	73.868,00 <sup>(2)</sup>	41.503,84 <sup>(3)</sup>	76.395,76 <sup>(4)</sup>
Consumo de Energía Eléctrica (kwh)	31.084.728 <sup>(5)</sup>	31.991.900,17	30.627.043,33

(1) El tiempo medio de resolución de los reclamos, ha sido actualizado informando el promedio de resolución sobre el total anual de reclamos.

(2) Se toman los datos de diciembre 2012 ya que al cierre del informe no se cuentan aún con los datos de diciembre 2013.

(3) No se reportan las sucursales que no cuentan con sistema de medición.

(4) Mientras que en el 2010 se realizó una estimación, a partir del 2011 el cálculo es con indicadores reales. 187 sucursales no tienen medidor o datos sobre el consumo.

(5) Se toman los datos de diciembre 2012 ya que al cierre del informe no se cuentan aún con los datos de diciembre 2013.

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

Dirección de Relaciones Institucionales BBVA Francés  
[www.bbvafrances.com.ar](http://www.bbvafrances.com.ar)

Diseño:  
**Luz Fiumara | diseño + fotografía**  
[www.luzfiumara.com.ar](http://www.luzfiumara.com.ar)

Fotografía: **Luz Fiumara | Livio Giordano**

Impresión: **FP Compañía Impresora**

Facilitadores externos en el Proceso de elaboración del IARC 2013:  
**ReporteSocial**  
[www.reportesocial.com](http://www.reportesocial.com)

