



BBVA Francés

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

IARC 2011

Datos relevantes

BBVA Banco Francés S.A. es un banco líder de la República Argentina que opera en todo el país desde su constitución en 1886 bajo el nombre de Banco Francés del Río de la Plata S.A. Actualmente, su principal accionista es el Grupo BBVA, con sede central en España y presencia internacional en Europa, América y Asia. Opera en 32 países, emplea a más de 110.645 personas en todo el mundo, atiende a aproximadamente 50 millones de clientes y cuenta con más de 987.277 accionistas.

En la Argentina BBVA Banco Francés S.A. está presente en 23 provincias y Capital Federal, asistiendo a más de 1.761.722 clientes a través de 240 sucursales minoristas, donde trabaja con responsabilidad y compromiso hacia sus grupos de interés, generando valor ambiental y social en pos del desarrollo sostenible.

Variación anual 2010/ 2011

+71 Becas
de Integración
BBVA Francés

-21% Consumo
de energía

-14,22%

Consumo de gas natural

- 66,67%

Consumo Diesel

+1 Punto porcentual de participación
de mujeres en el total de empleados

+156% Volumen de transacciones
en Francés Móvil

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO (en millones de pesos arg)	2011	2010	2009
Valor económico generado (VEG)	5.365,4	4.450,3	3.742,5
Ingresos Financieros	3.751,2	3.265,9	3.016,4
Otros Ingresos Operativos Netos ⁽¹⁾	1.593,3	1.250,8	1.024,0
Otras ganancias y pérdidas netas	20,9	-66,4	-297,9
TOTAL (por productos y servicios y otros ingresos)	5.365,4	4.450,3	3.742,5
Valor económico distribuido (VED)	4.359,9	4.056,1	3.504,1
Accionistas: Dividendos en efectivo ⁽²⁾	-	804,0	480,0
Accionistas: Dividendos en acciones ⁽²⁾	-	-	-
Proveedores y otros gastos de administración (Gastos de transformación menos Gastos de Personal) ⁽⁴⁾	800	622,5	494,3
Empleados: gastos de personal	1.291,5	1.204,1	958,4
Clientes ⁽¹⁾	1.300,8	868,4	973,2
Sociedad (impuestos) ⁽³⁾	967,2	557,2	598,2
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)	1.005,6	394,2	238,5
Reservas	201,1	239,6	143,7

(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 el IARC 2010 para los años 2009 y 2010 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 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 descrito por la misma para la distribución de resultados. (3) Incluye impuesto a las ganancias, impuesto a los ingresos brutos e impuestos a las transacciones bancarias. La diferencia en el valor de lo reportado en el IARC 2010 para los años 2009 y 2010 se debe a que a partir de este año se incluyen impuesto a las ganancias, impuesto a los ingresos brutos e impuestos a las transacciones bancarias. (4) Los datos sobre 2009 y 2010 informados en el IARC anterior fueron modificados, ya que a partir de este año se cambió el criterio de obtención de los datos. Se incluye impuesto a las ganancias, impuesto a los ingresos brutos e impuestos a las transacciones bancarias.

DATOS BÁSICOS DE BBVA BANCO FRANCÉS (en miles de pesos arg)	2011	2010	2009
Resultados			
Resultado neto	1.005.577	1.198.179	718.462
Total Acciones ordinarias en circulación para el ejercicio	536.620	536.361	487.611
Total ADS para el ejercicio	178.873	178.787	162.537
Balance			
Total Activos	38.528.294	29.118.689	23.300.039
Préstamos Netos	22.378.806	15.053.640	10.527.830
Sector Público	46.027	197.778	315.958
Sector Privado	22.332.779	14.855.862	10.211.872
Total de Depósitos	29.284.916	22.543.010	18.373.907
Patrimonio neto	3.868.257	3.746.915	2.926.472
Actividad			
Número de accionistas	7.259	6.244	6.797
Número de clientes ⁽¹⁾	1.761.722	1.642.878	1.553.154
Número de empleados	5.005	4.576	4.082
Número de sucursales ⁽²⁾	240	240	240
Número de principales proveedores ⁽³⁾	708	644	489
Otros datos			
Depósitos	6,2%	5,9%	6,6%
Préstamos	6,5%	6,3%	6,2%
Depósitos del Sector Privado	8,6%	8,4%	8,6%
Préstamos al Sector Privado	7,1%	7,1%	6,8%
Resultado por acción	1,87	2,2	1,5
Resultado por ADS	5,61	6,7	4,4
Dividendo en efectivo por acción ⁽⁴⁾	-	1,50	0,89
Dividendo en efectivo por ADS ⁽⁴⁾	-	4,50	2,68
Retorno sobre Activo promedio	2,97%	4,6%	3,1%
Retorno sobre Patrimonio neto promedio	26,41%	35,9%	28,7%
Solvencia	11,2%	14,8%	14,4%
Liquidez	40,5%	49,7%	56,0%
Inmovilizado	17,7%	16,2%	19,3%
Endeudamiento	8,96x	6,77x	6,96x

(1) Incluye clientes titulares y cotitulares. (2) Los datos sobre 2009 y 2010 informados en el IARC anterior fueron modificados, comunicándose a partir de este año la cantidad de sucursales minoristas. En 2011 contamos, además, con 28 sucursales exclusivas para las pequeñas y medianas empresas, 14 bancos en planta y 2 puntos de ventas.

(3) Solo se incluye información de proveedores que son gestionados por Compras. (4) 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 descrito por la misma para la distribución de resultados.

Trabajamos permanentemente para ser un banco social y ambientalmente responsable, fortalecer nuestra marca para que siga generando confianza en toda nuestra cadena de valor y diferenciación en el mercado, y construir un equipo de profesionales a partir del respeto por las personas.

Índice

2	Carta del Presidente	
4	Principios y Políticas de Responsabilidad Corporativa	
10	Participación de los grupos de interés	
14	Banca Responsable	
	> Orientación al cliente	15
	> Finanzas responsables	21
	> Gestión responsable de Recursos Humanos	24
	> Compras responsables	32
	> Medioambiente	34
38	Compromiso con la Sociedad	
48	Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio	
51	Informe Deloitte	
53	Criterios del Informe	
55	Indicadores GRI	
63	Progresos 2011 y Objetivos 2012	

Carta del Presidente

Un año más presento con orgullo el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, documento que comunica a nuestros grupos de interés -empleados, accionistas, clientes, proveedores y la sociedad en general- sobre los datos más relevantes de nuestro desempeño económico, social y ambiental durante 2011.

BBVA Francés es hoy un referente dentro de la banca argentina, demostrando día a día su estabilidad y solvencia, así como también su gran flexibilidad para adaptarse y adelantarse a los cambios del mercado. La cartera de préstamos al sector privado creció un 50% interanual, liderada principalmente por la expansión de la cartera de préstamos a pequeñas y medianas empresas; además se produjo un incremento de las financiaciones al consumo, y los depósitos totales del Banco subieron un 30% en relación a 2010.

Focalizados en nuestro rol social, y en la responsabilidad por la ética y nuestro compromiso con los públicos clave al momento de gestionar nuestro negocio, definimos una estrategia de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC) que es avalada por el Directorio del Banco y traducida a un plan anual RRC implementado por todas las áreas de la empresa.

En este marco, continuamos avanzando en nuestro programa de Becas de Integración que tiene como objetivo la integración y permanencia en el sistema educativo a nivel secundario de jóvenes de 12 y 19 años pertenecientes a familias de muy bajos ingresos económicos. Actualmente se gestionan, conjuntamente con 16 ONGs de la comunidad educativa, 1.240 becas de alumnos de 23 centros educativos de 20 localidades del país, pertenecientes a 9 provincias y Ciudad de Buenos Aires. A su vez, con el objetivo de difundir el Programa Becas de Integración, este año celebramos un acuerdo de patrocinio con el Teatro Colón que promueve el canto lírico en ciudades del interior del país. Por su parte, continuamos entregando anualmente el Premio al Emprendedor Agropecuario, un reconocimiento a la innovación de empresarios, productores y profesionales del agro.

Estamos orientados en el crecimiento del segmento minorista y de pequeñas y medianas empresas a través de nuestra estrategia comercial de centrar las acciones y políticas en el cliente. En 2011 profundizamos nuestro vínculo en cada uno de los segmentos de nuestro negocio, dando prioridad al apoyo al sector productivo, manteniendo líneas de préstamos y leasing a tasa fija y variable, para pequeñas y medianas empresas. También lanzamos una nueva campaña de préstamos personales "Prés-

tamo Simple", buscando transmitir la idea de un producto ágil, simple y accesible, alcanzando una cifra récord en la colocación de préstamos al consumo.

De cara al público interno, desarrollamos el Programa de Diversidad de Género a partir de la Certificación MEGA 2009. En esta línea, creamos un Comité Estratégico y un Comité Operativo de Diversidad encargados del despliegue de la Política Corporativa de Diversidad, el diseño de planes, la definición de prioridades, así como también de la medición del impacto de las acciones desarrolladas.

Con el fin de mantener una relación de confianza con nuestros proveedores, fomentamos el diálogo permanente con ellos para estar informados de sus inquietudes, necesidades y expectativas. Organizamos encuentros donde abordamos temas de interés tanto para ellos como para el Banco, como el impacto de los índices de inflación y paritarias sobre los contratos de servicios.

A su vez, seguimos mejorando nuestra gestión ambiental, implementando prácticas de uso eficiente de nuestros recursos como así también la Política Medioambiental del Grupo BBVA, basado en la lucha contra el cambio climático, la mejora continua, la identificación de riesgos, la ecoeficiencia y la sensibilización de grupos de interés.

Los invito a conocer estas y otras iniciativas de nuestra gestión responsable realizadas en 2011 en este Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y a hacernos llegar sus opiniones y sugerencias. 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) y que su vez representa nuestra Comunicación sobre el Progreso en la cual mostramos el cumplimiento a los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas para el año 2011.

Atentamente,



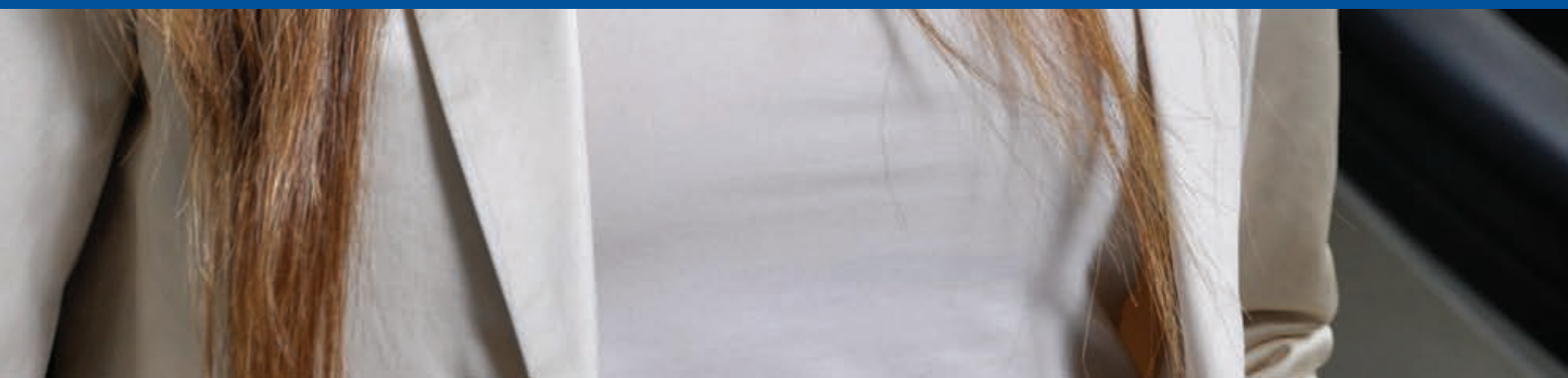
Jorge Bledel
Presidente



“Focalizados en nuestro rol social, en la responsabilidad por la ética y nuestro compromiso con los públicos clave; definimos una estrategia de Responsabilidad y Reputación Corporativa que es avalada por el Directorio del Banco y traducida a un plan anual implementado por todas las áreas de la empresa.”



Principios y Políticas de Responsabilidad Corporativa



Nuestra misión de Responsabilidad Corporativa (RC) es poder definir e impulsar comportamientos que permitan generar valor para todos los grupos de interés: clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad. Todo ello con la máxima integridad, prudencia y transparencia.

Principios y Políticas de Responsabilidad Corporativa

A partir de nuestra visión corporativa "Trabajamos por un futuro mejor para las personas", nuestro foco está puesto en poder satisfacer las expectativas de nuestros grupos de interés -accionistas, empleados, clientes, proveedores y la sociedad en general-, logrando la diferenciación en pos del desarrollo sustentable.

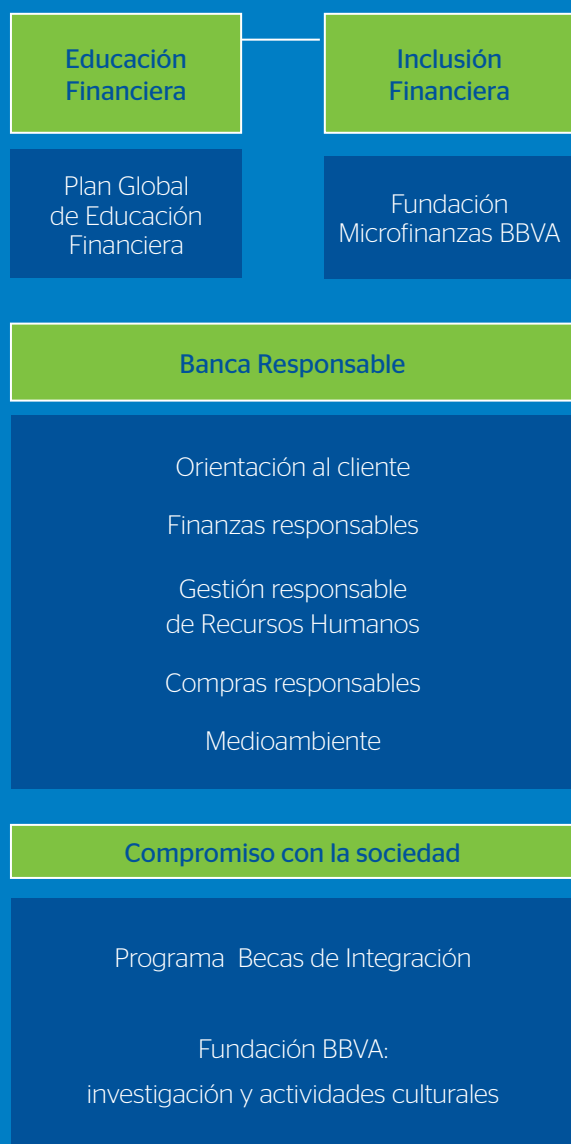
Nuestra política de Responsabilidad Corporativa (RC) se basa en compromisos del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, que asumimos a nivel local para guiar la gestión del negocio:

- Desarrollar en todo momento nuestra actividad principal de forma excelente.
- Minimizar los impactos negativos derivados de la actividad del negocio.
- Impulsar iniciativas que generen valor social y económico especialmente a través de la inclusión financiera.
- Invertir en las sociedades en las que estamos presentes mediante el apoyo a las iniciativas sociales, fundamentalmente las relacionadas con la educación.

En este marco, desarrollamos acciones y programas que nos permiten dar respuesta a las expectativas de los grupos de interés con prácticas que les generen valor social, y al mismo tiempo aportan un valor económico y reputacional para el Banco.



Nuestros cuatro pilares de Responsabilidad Corporativa son la educación y la inclusión financiera, la banca responsable y el compromiso con la sociedad.



Estrategia de Responsabilidad Corporativa

En BBVA Francés, la Responsabilidad Corporativa se gestiona de manera transversal al Banco y está íntimamente ligada al negocio financiero. Basados en los cuatro pilares de RC a nivel global; la educación y la inclusión financiera, la banca responsable y el compromiso con la sociedad; el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa elabora anualmente un plan de acción con iniciativas relevantes en relación al contexto local y el perfil de nuestros grupos de interés, con alto valor social y reputacional.

Esta estrategia de RC tiene fundamento también en el Plan BBVA X3, un modelo estratégico de diferenciación y crecimiento que busca dar un giro radical en nuestra forma de trabajar, y pone foco en las necesidades del cliente a partir de modelos de negocio más accesibles y sencillos. Éste se centra en tres pilares:

- **Customer centric:** que trabaja sobre la visión “emocional” del cliente, enriqueciéndola con una mirada más amplia hacia la persona.
- **Modelo de distribución y relación:** para generar más alianzas con entidades y organizaciones, y así llegar mejor y de forma más eficiente a través de una accesibilidad universal centrada en las redes sociales.
- **Organización lean:** con el fin de mejorar los procesos y reducir los costos mediante la ecoeficiencia y la fidelización del cliente.

Por su parte, con “Actitud y talento”, como la base para el desarrollo de los tres pilares, impulsamos el orgullo de pertenencia con perspectiva a largo plazo y orientados en la calidad de la gestión a través de la anticipación a nuevas oportunidades y riesgos.

De esta forma integramos la estrategia del negocio con variables ambientales, sociales y éticas, gestionando riesgos extrafinancieros, basada en una metodología de Rentabilidad Ajustada a Principios, no solo la tradicional Rentabilidad Ajustada al Riesgo.

Como parte de la estrategia de RC, durante 2011 el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC) junto con el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, puso en marcha proyectos planteados el año anterior. Éstos recorren los pilares de RC y definen la gestión responsable del Banco. Entre ellos se encuentran prácticas con comunidad, clientes, empleados y medioambiente.

El detalle de los proyectos se encuentra en el capítulo de “Participación de los grupos de interés”.

Gobierno corporativo

El máximo órgano de gobierno de BBVA BANCO FRANCÉS S.A. es su Directorio, compuesto por seis directores titulares y un director suplente. Éste cuenta con el apoyo técnico de los siguientes Comités: Comité de Auditoría (Decreto 677/01), Comité de Nominamientos y Remuneraciones, Comité de Auditoría Interna (BCRA), Comité de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, Comité Local de Nuevos Productos, Comité de Disclosure, Comité de Dirección, Comité Técnico de Operaciones, Comité de Tecnología Informática, Comité de la Integridad Corporativa y Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa.

El Directorio es responsable de la administración de la sociedad y el Presidente es su Representante Legal. Además tiene la responsabilidad de aprobar el Plan estratégico de RRC y éste Informe Anual de Responsabilidad Corporativa. 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 Sarbanes Oxley (SOX), resultando pionero en la Argentina en la aplicación de estos principios.

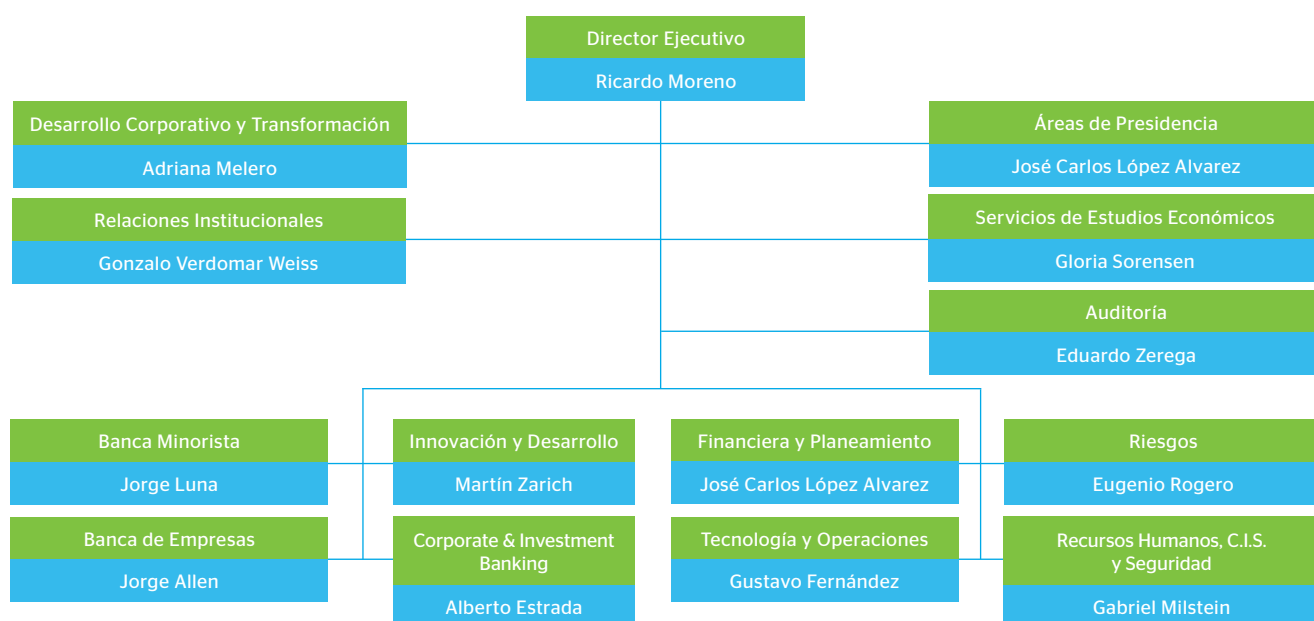
En relación a su remuneración, se ha determinado que el monto máximo de las retribuciones que por todo concepto puedan percibir sus miembros, incluidos sueldos y otras remuneraciones por el desempeño de funciones técnico-administrativas de carácter permanente, no podrán exceder del veinticinco por ciento (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.

BBVA Francés, mediante la aprobación del Código de Gobierno Societario, ha ratificado su compromiso con las pautas establecidas por la normativa en materia de transparencia de las sociedades que cotizan sus acciones en los mercados de valores del país y del exterior. 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 del Grupo BBVA*). Durante 2011 el Banco trabajó en la actualización del Código de Gobierno Societario, adaptándolo a los principios que emanan tanto de la Comisión Nacional de Valores (CNV) como del Banco Central de la República Argentina (BCRA).

Composición del Equipo Directivo (%)	2011	2010	2009
Rangos de edad			
De 30 a 50 Años	60%	67,39%	62,96%
Más de 50 Años	40%	32,61%	37,04%
Por género			
Femenino	14,55%	19,57%	18,52%
Masculino	85,45%	80,43%	81,48%

Estructura organizativa general



Gobierno de Responsabilidad Corporativa

El Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC) está compuesto por los Directores de las principales áreas del Banco y es coordinado desde la Dirección de Relaciones Institucionales. Entre sus responsabilidades se encuentra la de definir, impulsar y supervisar la estrategia de RRC del Banco; analizar las opiniones y expectativas de los grupos de interés recogidas en encuestas, diálogos y estudios de mercado; y proponer nuevas líneas de acción en función al contexto local y al del negocio, que agreguen valor social y ambiental a las operaciones del Banco.

Miembros del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa

Director Ejecutivo

RICARDO MORENO

Dirección de Relaciones Institucionales - Secretaría

GONZALO VERDOMAR WEISS

Director Desarrollo Corporativo y Transformación

ADRIANA MELERO

Director Áreas de Presidencia

JOSÉ CARLOS LÓPEZ ALVAREZ

Director Tecnología y Operaciones

GUSTAVO FERNANDEZ

Director Recursos Humanos y CISS

GABRIEL MILSTEIN

Director Innovación y Desarrollo

MARTÍN ZARICH

Director Financiera y Planeamiento

JOSÉ CARLOS LÓPEZ ALVAREZ

Director Riesgos

EUGENIO ROGERO

Director Banca Minorista

JORGE LUNA

Director Banca de Empresas

JORGE ALLEN

Director Corporate & Investment Banking

JUAN ALBERTO ESTRADA

Durante 2011 el Comité se reunió 2 veces, donde en una oportunidad contó con la participación de Antonio Ballabriga, Director de Responsabilidad y Reputación Corporativa del Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia. Dentro de los temas tratados se encuentra la definición y puesta en marcha de los proyectos de RRC, la elaboración de este Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, la implementación de un Manual de Riesgo Reputacional, entre otros aspectos de relevancia para la gestión responsable del Banco.

Este año el Comité de RRC siguió participando activamente del Taller de Responsabilidad y Reputación Corporativa propuesto por el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, a todos los países que lo componen. En esta segunda oportunidad se presentaron los avances y resultados alcanzados de los proyectos "rompedores", definidos como acciones masivas, innovadoras, de alto impacto y alcance dentro de nuestros grupos de interés y con resultados medibles. *Para mayor información sobre el Taller ver el capítulo de "Participación de los grupos de interés".*

Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

Código de conducta

Nuestro Código de Conducta se aplica a todos los empleados del Banco e 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. Es de conocimiento público y se encuentra en la página Web corporativa y en la Intranet para nuestro personal.

Contamos con dos modalidades de instancias de capacitación para que nuestros empleados conozcan y renueven su contenido. Una de ellas es a través nuestra plataforma online E-campus en la cual participaron 718 personas en 2011, y la segunda es presencial con una audiencia de 167 empleados durante este año.

Líneas de denuncias

Contamos con varios canales de comunicación con nuestros empleados en caso de un incumplimiento al Código de Conducta. Ellos pueden informar a la Unidad de Cumplimiento Normativo o la Dirección Corporativa de Cumplimiento vía correo electrónico o por teléfono en ambos casos. 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 2011 no se registraron denuncias que ameritaran la convocatoria del Comité.

Un banco simple

BBVA Francés

A partir del lanzamiento de la nueva marca "BBVA Francés", lanzamos una campaña de Préstamos Simples que refleja los valores del plan BBVA X 3, entre los que se destaca especialmente la sencillez como diferencial. Simplificamos los procesos de otorgamiento para que Préstamos Simples sea la manera más sencilla y conveniente para que los clientes concreten sus proyectos. Las características del producto son: aprobación inmediata, tasa fija y plazo flexible.

De esta forma, no sólo buscamos transmitir el concepto de sencillez a través de la campaña, sino también se hace llegar a nuestros clientes un producto ágil y simple que les hace la vida más fácil.

Acuerdos internacionales suscritos

Desde su constitución en 2004 formamos parte de la Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas, donde participamos en las reuniones de la Mesa Directiva. Asimismo, estuvimos presentes en la III Asamblea del Pacto Global realizada el 22 de noviembre de 2011, en la cual se designaron los nuevos integrantes de la Mesa Directiva. A su vez, formamos una alianza estratégica con el Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias (CPB), organización que guía al sector en prácticas responsables.

El Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, ha suscripto en el año 2004 los Principios de Ecuador y desde ese momento se encuentra comprometido con la evaluación y gestión de los impactos sociales y medioambientales de los proyectos que financia en cada país. Es por ello que en BBVA Francés incorporamos a nuestras normas internas, un procedimiento que recoge los Principios aludidos.

Cumplimiento Normativo

La Unidad de Cumplimiento Normativo tiene por objetivo promover el desarrollo y velar 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. Concretamente, se le atribuye a la función de Cumplimiento la gestión del riesgo asociado a las siguientes cuestiones:

- 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.

Creación de valor para los grupos de interés

Generar valor a nuestros grupos de interés es parte fundamental de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa y gestión sustentable del negocio. Nuestro principal aporte a los públicos clave se traduce en beneficios económicos, sociales y ambientales.

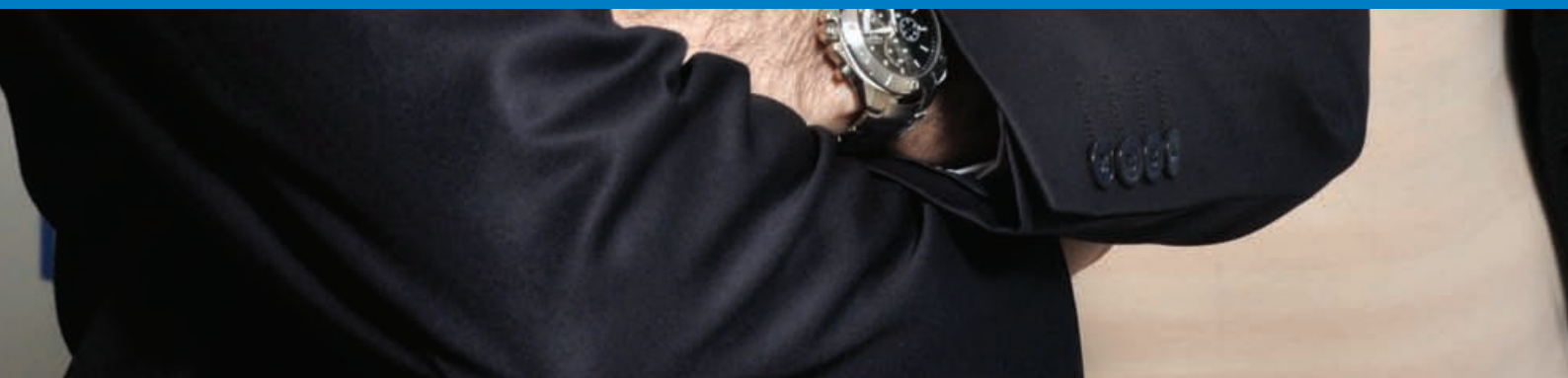
VALOR ECONOMICO AÑADIDO (EVA): Detalle por grupo de interés Millones de Pesos arg	2011	2010	2009
Accionistas: Dividendos en efectivo ⁽¹⁾	-	804,0	480,0
Accionistas: Dividendos en acciones ⁽¹⁾	-	-	-
Empleados: gastos de personal	1.291,5	1.204,1	958,4
Clientes: intereses y cargas asimiladas ⁽²⁾	1300,8	868,4	973,2
Proveedores: otros gastos de administración	800,38	622,51	494,27
Sociedad: contribuciones a la comunidad: recursos destinados	8,7	7,0	5,1
Valor Económico Añadido (EVA)	3.401,4	3.506,0	2.911,0

(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 descrito 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 el IARC 2010 para los años 2009 y 2010 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.



Participación de los grupos de interés



Conocer a nuestros grupos de interés y los temas que les importan es clave para el éxito de la gestión de Responsabilidad Corporativa.

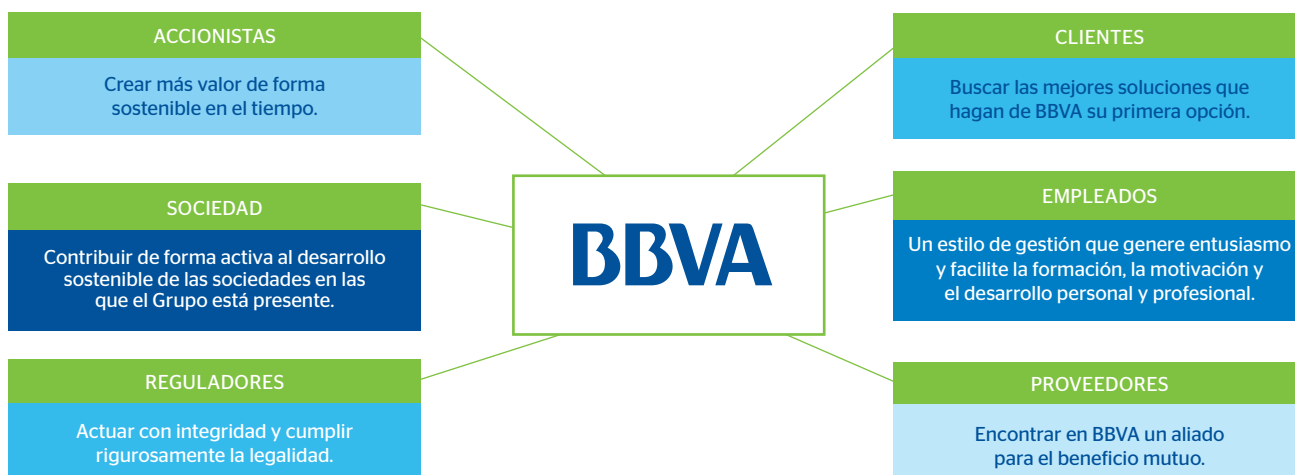
Definición de nuestros grupos de interés

Definimos nuestros grupos de interés como aquellas 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.

Aquí incluimos a nuestros accionistas, empleados, clientes, proveedores, la sociedad, el medioambiente, y los entes públicos y reguladores. Cada uno de ellos, al mismo tiempo, es un grupo

heterogéneo formado por diferentes perfiles de personas, instituciones o empresas. Es por eso, que dentro de nuestra gestión de Responsabilidad Corporativa nos ocupamos permanentemente de mapearlos y conocerlos a través de diálogos, encuestas e informes. Por ejemplo, lo realizamos por medio de la encuesta de satisfacción del cliente, la encuesta de satisfacción 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 Reprack, entre otras. Estos canales de comunicación nos permiten generar una relación más cercana y afianzar el vínculo en el largo plazo como así también identificar las líneas de acción materiales para nuestra gestión de RC tanto para los grupos de interés como para el Banco.

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



Identificación de temas relevantes en la gestión de Responsabilidad Corporativa

Como parte de nuestra gestión en Responsabilidad Corporativa (RC), este año profundizamos nuestro análisis de materialidad siguiendo el Protocolo Técnico elaborado por la Iniciativa de Reporte Global (GRI) en el marco del lanzamiento de la nueva Guía G3.1 y el principio de AccountAbility.

Dentro de este proceso identificamos, priorizamos y revisamos los temas relevantes que forman parte de nuestras líneas de acción y proyectos clave de RC, que son de interés para nuestros públicos y el Banco, y que se adaptan a la coyuntura local.

Proyectos rompedores

En este marco, el 22 de marzo de 2011 se organizó en Buenos Aires el segundo Taller de Responsabilidad y Reputación Corporativa con la presencia de Antonio Ballabriga, Director de Responsabilidad y Reputación Corporativa del Grupo BBVA, el Comité de RRC, Directores del Banco y mandos medios. Allí se presentaron los siguientes proyectos rompedores como mejores prácticas de innovaciones con valor social y valor para la empresa, con impacto en responsabilidad corporativa o reputación:

- **Doná tu promo:**
con el objetivo de promover que nuestros clientes donen parte de los beneficios promocionales que el Banco les otorga, a entidades de bien público.
- **Artistas por la educación:**
con el objetivo de concientizar a la sociedad de la necesidad de involucrarse a fin de ofrecer igualdad de oportunidades a los jóvenes argentinos.
- **Investigación y Análisis de Programas sociales en materia educativa:**
un diagnóstico de la situación educativa en la Argentina y el buen posicionamiento en este contexto del Programa Becas de Integración BBVA Francés.
- **Donaciones para nuevos becados:**
con el fin de ofrecer a la sociedad la oportunidad de convertir a un alumno en nuevo becado a través de un canal innovador y masivo - como es Internet. A partir de esta acción se fomenta el espíritu solidario y el valor de ayudar a los sectores vulnerables entre nuestros públicos clave, incrementando la vinculación 'emocional' con el Banco.
- **Oficina Voluntarios:**
crear una oficina que administre y proponga proyectos de vo-

luntariado, a fin de dinamizar y darle cuerpo a la temática entre los empleados del Grupo en Argentina.

- **Concurso de Proyectos Sociales - Voluntarios BBVA Argentina:**
crear un concurso para empleados, a través del cual puedan proponer proyectos en temas de ayuda social, premiando a las mejores ideas con apoyo económico y trabajo voluntario.
- **Auditoria Ambiental de Proveedores:**
seleccionar y priorizar proveedores ambientalmente responsables y que estén comprometidos con la política medioambiental del Grupo.

Estos proyectos fueron aprobados por el Comité de RRC y el Grupo BBVA, y actualmente se encuentran en el proceso de implementación. *Para mayor información ver capítulo de "Compromiso con la Sociedad".*

Consulta al Grupo Operativo

Por su parte, realizamos una encuesta a los miembros del Grupo Operativo, como una aproximación a un ejercicio de consulta y complemento de los resultados arrojados por los estudios que realiza el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, el cual se encuentra en permanente diálogo con los diferentes grupos de interés locales para conocer y gestionar sus diferentes expectativas y los asuntos relevantes de una manera proactiva, equilibrada y planificada.

Los miembros del Grupo Operativo - quienes conocen el negocio del Banco y sus grupos de interés debido a su continua interacción - ordenaron según el grado de importancia de ser incluido en el IARC 2011 los temas identificados en el Análisis de Materialidad realizado por el Grupo. Este ejercicio permitió conocer la mirada interna y local sobre cuáles son los contenidos más relevantes para la Argentina que el Banco debe comunicar en este Informe.

El orden de relevancia que, en promedio, el Grupo Operativo asignó a los temas, fue el siguiente:

1. Lenguaje claro y transparente
2. Calidad en los productos y servicios
3. Transparencia en los mercados
4. Estabilidad y robustez financiera de la entidad
5. Educación financiera
6. Accesibilidad al crédito
7. Promoción y fomento de la diversidad
8. Financiación de proyectos sociales y/o ambientales
9. Riesgos éticos, sociales y ambientales en la financiación de proyectos
10. Contribución a una economía sólida
11. Presión del marco regulatorio

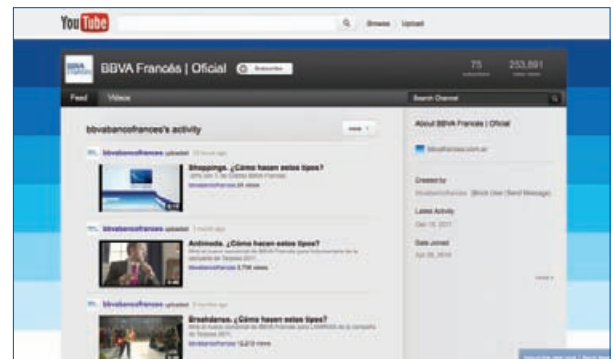
12. Bancarización de la población de bajos ingresos
13. Alineamiento con las iniciativas públicas
14. Retribución de los puestos directivos

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 Reprack.

Presencia en redes sociales

Como parte de nuestro diálogo permanente con los grupos de interés y del servicio Francés Go, estamos presentes en las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube. Dentro de estas plataformas brindamos información sobre el Banco, promociones y novedades; como así también recibimos consultas y monitoreamos las respuestas de nuestros clientes. En Twitter contamos con 3.287 seguidores, en Facebook 8.070 usuarios, mientras que en Youtube alcanzamos un total de 272.429 reproducciones de nuestros 11 videos.





Banca Responsabile



Orientación al cliente

Calidad, satisfacción y orientación al cliente

Durante 2011, hemos afianzado nuestro objetivo de "Orientación al Cliente", trabajando activamente en el impulso de los planes de mejora definidos hacia fines de 2010.

A través de acciones concretas, buscamos acelerar la mejora de la calidad en distintos frentes, con la finalidad máxima de mejorar la experiencia del cliente en cada contacto que tiene con el Banco.

El índice de satisfacción global del cliente fue de 8,2/10 en 2011. Un 43% de nuestros clientes valora a BBVA Francés con puntajes de 9 y 10.

Encuesta de Satisfacción - Indicadores clásicos ⁽¹⁾	2011	2010	2009
Nivel de Satisfacción general del Banco (sobre 10 puntos)	8,2	8	8
Tiempos Medios de Resolución de reclamaciones (días)	11,90	18,31	16,08

(1) El Nivel de Satisfacción ha sido actualizado en 2011, cambiando la fuente de información en forma histórica. A partir del presente año, se toman los resultados de la Encuesta de Satisfacción de Clientes, del Estudio Sindicado de Bancos 2011, realizado por la Consultora Knack Argentina S.A.

En el segundo trimestre de 2011, lanzamos el Nuevo Plan de Calidad, con foco en los siguientes pilares:

- Entender mejor al cliente.
- Mejorar los procesos con impacto en la calidad, desde la percepción del cliente.
- Impulsar una cultura de servicio al cliente.
- Definir un modelo de gobierno y una metodología de medición de la calidad.

Dentro de este Plan de Calidad, incluimos distintos aspectos comerciales y operativos, con claro impacto en la relación con nuestros clientes.

A su vez, avanzamos en los desafíos que nos propusimos en 2010, referente a los indicadores de seguimiento de la calidad.

En este sentido, incorporamos el Índice de Recomendación Neta (NPS, por sus siglas en inglés *Net Promoter Score*) como métrica de seguimiento, la cual nos indica en qué medida el cliente está dispuesto a recomendar a BBVA Francés a sus amigos, colegas y familiares teniendo en cuenta su experiencia.

El índice de recomendación Neta (NPS) de 2011 fue de 41%, impulsado por un incremento de casi 20% en los clientes promotores de BBVA Francés.

Recomendación de Clientes			
	2011	2010	Variación 2011-2010
NPS	41%	32%	28%
% Promotores (9 y 10)	53%	45%	18%
% Neutros (7 y 8)	35%	39%	-10%
% Detractores (0 a 6)	12%	13%	-8%

Fuente: Encuesta de Satisfacción de Clientes - Estudio Sindicado de Bancos 2011, Consultora Knack Argentina S.A.

Si bien en la última medición bajó el porcentaje de clientes insatisfechos con el Banco (de 29% de los encuestados en 2010, a 22% en 2011), renovamos nuestro compromiso de seguir trabajando en la mejora de los atributos de imagen de mayor importancia para nuestros clientes: **ser un banco innovador, ágil en la operatoria y que resuelve las peticiones en un primer contacto.** Para cumplir con dicha meta, nos enfocamos en dos aspectos principales:

- **Mejorar la experiencia en sucursales,** a través de la búsqueda permanente de la reducción de los tiempos de espera y la actualización de los medios automáticos de mayor utilización
- **Resolver la mayor cantidad de cuestiones posibles en el primer contacto con el cliente.** Esto se realiza entendiendo, como primera medida, los motivos de los reclamos y generando a partir de ello las acciones correctivas necesarias sobre los productos con mayor impacto en nuestros clientes y sobre los procesos de mayor criticidad. Asimismo, mediante la mejora de los tiempos de respuesta, junto con la calidad de la misma.

Tiempos de espera (en minutos)	
Tiempo óptimo de espera según última encuesta ⁽¹⁾	7,30
Tiempo de espera habitual (percibido) ⁽¹⁾	13,60
Tiempo real de espera - Cartera General ⁽²⁾	29,58
Tiempo real de espera - Clientes VIP ⁽²⁾	11,05

(1) Resultados última Encuesta de Satisfacción de Clientes - Estudio Sindicado de Bancos 2011, Consultora Knack Argentina S.A.
 (2) Fuente de información: Encoladores sucursales, mayo 2011.

Mejoras en la Gestión de Reclamos

En 2011 consolidamos el proceso de Centralización de Reclamos en el Servicio de Atención al Cliente (SAC) a través del cual se atienden todos los reclamos que ingresan por teléfono y correo electrónico.

Ayudados en este logro, trabajamos en conjunto con Línea Francés y el Centro de Soluciones en la detección de los circuitos y procesos críticos para el cliente e impulsamos las mejoras necesarias; incluso a través del tratamiento de estos temas en los Comités de Calidad mensuales, en los cuales participa la Alta Dirección del Banco.

El Servicio de Atención al Cliente (SAC) concentra el 90% de los reclamos de clientes y resuelve el 40% de los mismos en 72 horas hábiles.

Habiendo identificado los principales motivos de reclamos y ante la necesidad de brindar una respuesta adecuada en tiempo y forma a nuestros clientes, en el mes de septiembre implementamos con éxito el Modelo de First Contact Resolution (FCR), a través del cual dotamos a los operadores de Línea Francés y Centro de Soluciones de las facultades necesarias para resolver los reclamos recibidos en el primer llamado del cliente o en un plazo máximo de 72 horas hábiles.

El 40% de los reclamos que ingresaron al SAC se canalizaron a través de este nuevo circuito, logrando resolver el 89% de los mismos dentro de las 24 horas. Por este motivo, el tiempo medio de resolución para estos reclamos, pasó de 12 días promedio a menos de 24 horas.

Como consecuencia de la reducción de derivaciones diarias al Centro de Soluciones, logramos cumplir con el compromiso de resolución en 72 horas que nos propusimos al inicio, como así también mejorar los tiempos medios de resolución de los reclamos en general, pasando de 18,31 días en 2010 a 11,90 días promedio en 2011. A su vez, continuaremos trabajando en mejorar la comunicación con nuestros clientes, buscando brindarles la respuesta que esperan en la oportunidad en que la demandan.

Modelo de Relación, y Canales de Atención y Servicio

Respecto al modelo de relación, este año avanzamos en enfocar los perfiles comerciales hacia los segmentos de clientes para los

cuales su rol está previsto y a los tipos de productos o gestiones en los cuales se quiere priorizar. De esta forma, no solo se fue clarificando la distribución de la gestión saliente, sino también el abordaje para la captación de nuevos clientes y las necesidades de atención, retención y cuidado de cada uno.

En este marco, durante 2011 capacitamos a toda la red de sucursales en el modelo de sistemática comercial, con el objetivo que la gestión, seguimiento y percepción de los clientes sea la misma independientemente de la sucursal donde asistan. También avanzamos en proyectos como *First Contact Resolution*, dando un mejor servicio al cliente que es atendido en el Centro de Soluciones, a la vez que incluimos nuevas funcionalidades a las herramientas actuales, ya sea de gestión de personal del Banco, como de autogestión, que permiten dar un mejor servicio, brindando más información y anticipándonos a necesidades que puedan requerir nuestros clientes.

Además, este año implementamos tanto el nuevo modelo de atención como una versión mixta del mismo en 28 sucursales de distintos territorios, con lo cual son 83 las casas con el nuevo modelo de imagen, sumando sucursales minoristas, unidades dependientes y sucursales empresas. Están actualmente en obra otras 19 sucursales que se sumarán al nuevo modelo de atención. En relación a la accesibilidad en las sucursales, continuamos aplicando la política de trabajar para contar con toda la infraestructura necesaria para la accesibilidad de todas las personas. Contamos con 218 sucursales con rampas o medios de acceso mecánico y 69 con baños especiales para discapacitados.

Continuamos contando con un equipo de azafatas que orientan al cliente para la realización de trámites en la red de sucursales. Las mismas van siendo rotadas por las diferentes sucursales donde se detecta necesidad de capacitar a los clientes en sus transacciones y uso de canales.

En cuanto a la herramienta de gestión "Escenarios Comerciales", que facilita la atención personalizada de clientes, este año brindamos acceso a la aplicación para aquellos que no estaban contemplados hasta el momento (Centros de Gestión Comercial, fuerza

de venta externa). A su vez, introducimos mejoras en las consultas y nuevos filtros para optimizar la funcionalidad de la herramienta en la planificación y la gestión.

Continuando con nuestro modelo de atención basado en la multicanalidad, realizamos mejoras a los canales existentes:

- **Francés Net:** incluimos la opción de realizar donaciones a nuestro programa de voluntariado por medio de este canal, a la vez que mejoramos diversos aspectos de la gestión de esta herramienta, incluyendo temas claves para la seguridad de nuestros clientes.
- **Atención Telefónica - Línea Francés:** incorporamos los seguros dentro de la posición integral del cliente.
- **Atención Telefónica en Sucursales:** realizamos un ruteo de las llamadas entrantes hacia un área central de atención, con el objetivo de alcanzar una menor pérdida de llamadas de nuestros clientes y una mejor calidad de atención.
- **Francés Express:** este año concluimos la expansión para tener este servicio en todas las sucursales, que brinda acceso a consultas de extractos de tarjetas de crédito, acceso al Home Banking (consultas de sus productos, acceso a pago de cuentas, entre otros), acceso a Línea Francés y Francés Inversiones para consultas, reclamos, inversiones y operaciones que se resuelven desde dichos canales.
- **Depósitos Inteligentes en ATMs:** expandimos esta funcionalidad a 41 ATMs instalados en sucursales BBVA Francés, permitiendo a los clientes realizar depósitos directamente en el ATM con acreditación en línea independientemente del horario en que lo realicen, permitiendo al cliente disponer de los fondos de manera instantánea.
- **Modelo de atención en cajas:** en 28 sucursales del Banco implementamos un sistema de encolamiento que permite ordenar el flujo de clientes en las cajas, para que puedan esperar en un ambiente más cómodo y distendido.

Volumen de transacciones realizadas por canal	Año 2011	Año 2010	Año 2009
Cajeros Automáticos	124.831.116	63.649.768	57.878.880
Francés Autoservicio	15.301.759	15.647.696	15.529.505
Francés Móvil	442.085	172.355	122.415
Francés Inversiones	1.170.127	1.308.158	1.559.480
Francés Net	176.193.161	163.369.729	146.294.082
Línea Francés	9.233.884	10.249.586	9.998.806
Francés net cash	254.955	45.645	(1)

(1) Dichos datos no están disponibles dado que el canal Francés net cash se habilitó a los clientes el 23 de marzo de 2010. La migración de las bancas electrónicas anteriores (BBVA Cash y Francés net empresas) comenzó en abril de 2010 y finalizó en diciembre de 2011, afectando los volúmenes operados.

Consultas realizadas a través de canales tecnológicos

	Año 2011		Año 2010		Año 2009	
	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones
Fnet Individuos	159.721.490	16.471.671	126.641.077	12.771.963	113.804.471	8.638.994
Fnet Empresas	9.563.494	622.550	22.685.006	1.271.683	22.427.038	1.423.579
ATMs	40.244.179	84.586.937	20.662.356	42.987.412	18.862.894	39.015.986
Francés Autoservicio	3.676.700	11.625.059	4.460.031	11.187.665	6.027.742	9.501.763
Línea Francés	8.761.118	472.766	9.460.225	789.361	9.385.062	613.744
Francés Móvil	399.794	42.291	150.106	22.249	121.761	654
Francés Inversiones	1.028.738	141.389	1.143.980	164.178	1.439.219	120.261
Francés net cash	(1)	254.955	(1)	45.645	(1)	(1)

(1) Dichos datos no están disponibles dado que el canal Francés net cash se habilitó a los clientes el 23 de marzo de 2010. La migración de las bancas electrónicas anteriores (BBVA Cash y Francés net empresas) comenzó en abril de 2010 y finalizó en diciembre de 2011, afectando los volúmenes operados.

- **Maquinas expendedoras:** instalamos 20 máquinas autoservicio expendedoras que dan cambio en monedas en sucursales del Banco.

En BBVA Francés mantenemos unos excelentes índices de atención de operaciones por canales automáticos. Los indicadores más significativos del tercer trimestre del año 2011 en este sentido son:

- Depósito de efectivo:
75,8% de las operaciones se realizan por canales automáticos.
- Depósito de cheque:
83,1% de las operaciones se realizan por canales automáticos.
- Retiro de efectivo:
95,5% de los retiros susceptibles a ser gestionados se realizan por canales automáticos.

Beneficios para nuestros clientes

Durante 2011 seguimos brindando a nuestros clientes una amplia gama de beneficios, entre los que se encuentran promociones para tarjetas de débito y de crédito, alianza con LANPASS, preventa de entradas con descuento por medio de "Time 4 Fun", acceso a tasas de préstamos personales preferenciales y disponibilidad de créditos para casa habitación y segunda vivienda.

En el mes de diciembre realizamos el sorteo anual de El Libreton con la entrega de diferentes premios del cual participaron todos los clientes que poseen caja de ahorro en pesos o dólares El Libreton y aquellos con acreditación de haberes en el Banco.

En noviembre de 2011 habilitamos la apertura de cajas de ahorro y tarjeta de débito para personas físicas que acrediten el

pago de haberes o prestaciones de la seguridad social que integran el Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA) y aquellas comprendidas en el Sistema de Pensiones No Contributivas. Además, las Cuentas Asignación Universal por Hijo, se convirtieron en "Cuentas para pagos o programas de ayuda social" para que puedan ser utilizadas para el pago de cualquiera de los planes o programas de ayuda social implementados por el Gobierno Nacional y las distintas provincias.

Seguridad, protección al cliente y continuidad del negocio

En 2011 continuamos con el desarrollo y despliegue del Plan Director de Seguridad Informática (PDSI), 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. A fines de 2011, el PDSI se encuentra con un grado de avance del 50% aproximadamente.

En relación a la banca por Internet, avanzamos con mejoras en los procesos y herramientas de detección y prevención de operaciones fraudulentas, y el robustecimiento del esquema de seguridad. También lanzamos por diferentes medios (mails, redes sociales y nuestro sitio de Internet) una campaña dirigida a clientes orientada a profundizar la concientización sobre los riesgos asociados al uso de Internet y reforzar sus habilidades para la detección de situaciones irregulares.

A su vez, continuamos con el despliegue de nuevas funcionalidades para la herramienta de monitoreo "Barcelona04", ampliando los controles existentes sobre sistemas operativos e incorporando el control de bases de datos. Seguimos difundiendo el Programa

"Dale Valor a tu Información", dirigido a nuestros empleados, enviando newsletters mensuales sobre temas de seguridad, dictando cursos para personal de Diseño y Desarrollo de Sistemas, así como también enrolando a todo el personal en el curso de la plataforma *e-Campus* "Seguridad en Internet".

Transparencia y publicidad

Durante 2011 reflejamos en nuestras comunicaciones el posicionamiento global del Grupo BBVA: la simplicidad. De esta manera hicimos más sencillas nuestras piezas yendo lo más concretamente posible a la información de interés de los clientes. Despejamos contenido que no sea de utilidad e incluimos siempre información legal, teléfonos de contacto, a la vez que ampliamos nuestra red de contacto: gráfica, televisión, radio, vía pública, sitio institucional, telemarketers, refuerzo de promociones a través de Francés Go, Facebook y Twitter, marketing directo y por correo electrónico, poniéndonos más cerca de nuestros clientes y a la par de la diversificación de los canales tecnológicos.

Todas nuestras alianzas y red de sucursales poseen suficiente cantidad de material publicitario donde se detalla claramente el alcance de la promoción en el punto de venta. Donde están nuestros clientes estamos nosotros. Finalmente, tanto en Internet como por teléfono y redes sociales, equipos especialmente capacitados evacúan consultas derivadas de nuestra publicidad. Nuestras campañas de Préstamos Simples y de Beneficios con Tarjetas tuvieron altos índices de aceptación y recordación.

Apoyo a las pequeñas y medianas empresas

Con el objetivo de contribuir con el desarrollo de nuestro país, continuamos manteniendo y desarrollando alianzas con organismos gubernamentales e instituciones nacionales e internacionales para brindar líneas de préstamos con financiamiento especial para pequeñas y medianas empresas (PyMes), quienes cumplen un importante rol en la economía argentina. Las alianzas con la Agencia Calidad San Juan, Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR), Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (Sepyme) y Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) siguieron vigentes durante 2011 así como también generamos nuevos acuerdos con el Banco Central de la República Argentina (BCRA), el Ministerio de Economía, el Ministerio de Industria y la provincia de Mendoza.

También contribuimos con el desarrollo de las Pymes por medio de capacitaciones en temáticas relevantes para este tipo de organizaciones. Este tipo de actividades nos permiten mantenernos cerca de nuestros clientes. El plan de capacitación para empresas tiene por objetivo tanto fidelizar a los clientes así como brindar

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 2011, continuamos brindando capacitaciones sobre comercio exterior en conjunto con el Centro de Despachantes de Aduana, la Universidad del Salvador y la Cámara Argentino Brasileña. Estos acuerdos estratégicos dieron excelentes resultados por tratarse de operadores referentes, cada uno en su especialidad. En el primer semestre del año realizamos eventos en las localidades de Río Grande (Tierra del Fuego), General Roca (Río Negro), Salta, Mendoza, Ciudad de Buenos Aires y El Calafate (Santa Cruz). Las actividades de la última etapa del año se llevaron a cabo en la ciudad de Santa Fe y en Rosario (Santa Fe), sumándose a Mar del Plata (Buenos Aires), Tucumán, Córdoba y Río Cuarto (Córdoba), donde participaron tanto operadores de comercio exterior como directivos, con una segmentación temática acorde a sus intereses y necesidades. Así, los operadores recibieron información normativa, aduanera y cambiaria y los directivos, entre ellos dueños, directores y gerentes financieros, profundizaron el panorama sobre la situación económica nacional e internacional, la crisis y las expectativas. También realizamos, como todos los años, la Convención Comex, un encuentro clásico en el mercado que cierra el año, al cual asistieron 312 gerentes y funcionarios de empresas clientes.

De este modo, en 2011 capacitamos a más de 2.000 empresas, lo que nos consolida como banco referente en la formación de profesionales del Comercio Internacional.

A su vez, seguimos manteniendo la alianza con el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) para ofrecer productos y servicios especiales para sus Centros Científicos Tecnológicos y Unidades Ejecutoras.

También promocionamos la 22ª edición del Premio Emprendedor Agropecuario, que estimula y premia a la innovación de empresarios emprendedores. *Para más información sobre el Premio ver el capítulo Compromiso con la Sociedad.*

Brindamos líneas de préstamos con financiamiento especial para PyMes y apoyamos su desarrollo por medio de capacitaciones sobre temáticas relevantes para este tipo de organizaciones.

En millones de pesos ARG	Año 2011	Año 2010	Año 2009
Stock de financiamiento a PyMes	6.871.165	4.324	2.323

Préstamos a Empresas con Líneas de Financiamiento Especial

(en miles de pesos ARG)	2011		2010	
	Operaciones realizadas	Total liquidado	Operaciones realizadas	Total liquidado
Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR)	2	754,19	1	769,00
Mendoza Productiva	12	1.680,00	-	-
Calidad San Juan	21	10.895,00	11	7.460,00
Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (Sepyme)	359	76.316,42	259	66.514,28
Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) PESOS - Proyectos de inversión	69	33.476,76	11	17.384,92
SGR	22	18.227,00	-	-
Programa del Bicentenario	1	15.000,00	0	0

Accionistas

En BBVA Francés continuamos gestionando nuestro plan estratégico de largo plazo adaptándolo a las diferentes situaciones de mercado. Desarrollamos un modelo de gestión con el cliente como centro de la relación, a través de lineamientos estratégicos que permiten maximizar el beneficio conjunto, generando al mismo tiempo valor para sus accionistas. En septiembre de 2011 regresamos al mercado de capitales, colocando exitosamente la primera emisión de Obligaciones Negociables bajo el programa vigente por 500 millones de dólares, con el objetivo de financiar el crecimiento del negocio.

Con el fin de mantener una estrecha relación con la comunidad inversora desde el área de Relaciones con Inversores, publicamos comunicados de prensa con periodicidad trimestral, detallando la

estrategia de negocio y los sólidos resultados obtenidos durante el período. Por otro lado, mantuvimos reuniones periódicas con analistas locales e internacionales brindándoles información precisa, transparente y oportuna sobre el desarrollo de la actividad, situación económica financiera del país y posición competitiva del Banco.

Además, continuamos manteniendo una estrecha relación con las calificadoras de riesgo del Banco: *Fitch Ratings* y *Standard & Poors*, así como también con los entes de control en los países donde cotizamos acciones: *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.

Para mayor información sobre la estructura accionaria, propiedad y forma jurídica de la organización ver la Memoria y Balance 2011 de BBVA BancoFrancés S.A..

	2011	2010	2009
Accionistas	7.259	6.244	6.797
Acciones	536.877.850	536.361.306	536.361.306
Propiedad Acciones % sobre capital			
Particulares			
Menor e igual a 4.500 acciones	1,15%	0,97%	1,15%
Mayor a 4.500 acciones	4,25%	4,02%	4,94%
Inversores Institucionales			
Nacionales	9,69%	10,41%	10,17%
Extranjeros	0,39%	0,47%	0,65%
BBVA	76,00%	75,97%	75,97%
BONY (ADRs)	8,51%	8,16%	7,12%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



Finanzas responsables

Principio de precaución: gestión del riesgo

En BBVA Francés aplicamos el principio de precaución en todas nuestras operaciones, siguiendo los lineamientos de BBVA, nuestro accionista de referencia. Mediante este principio, buscamos gestionar el riesgo que forma parte del negocio bancario, vinculado no sólo con aspectos financieros sino también sociales, ambientales y reputacionales.

En primer lugar, buscamos preservar la solvencia de la entidad y trabajamos para que la exposición al riesgo se mantenga en unos límites controlados, basados en parámetros previamente establecidos y con un perfil equilibrado. También buscamos que todas las decisiones que tomemos contribuyan a crear valor mediante la minimización de situaciones desventajosas para el Banco. Esto se logra con principios básicos de actuación bien definidos y un control del riesgo a lo largo de todo nuestro negocio.

En BBVA Francés, como en el resto de los bancos del Grupo, contamos con un Manual Corporativo de Riesgo Reputacional, que actualmente aplicamos en nuestra organización. Dicho Manual contiene el marco de actuación que el Grupo BBVA requiere para hacer frente al Riesgo Reputacional, incluyendo procesos para la identificación, evaluación y gestión de los diversos riesgos reputacionales.

Es importante destacar que durante el mes de mayo de 2011, el Banco Central de la República Argentina publicó dos comunicaciones trascendentes en relación a la administración de riesgos por parte del Gobierno Societario ("A" 5201 y "A" 5203). Mientras que una de ellas incluye las directrices generales para el gobierno societario, la otra da a conocer los principios para la gestión de riesgos. La implementación efectiva de los lineamientos establecidos en estas Comunicaciones fue un verdadero desafío para las entidades financieras, ya que las modificaciones debieron realizarse durante este año, para comenzar a operar con el nuevo modelo durante 2012.

Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas

La prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo constituye, ante todo, un objetivo prioritario que en BBVA Francés asociamos a nuestro compromiso de favorecer y preservar el bienestar de los distintos entornos sociales en los que desarrollamos actividades.

Evitar que nuestros productos y servicios sean utilizados con finalidad delictiva constituye, igualmente, un requisito indispensable para preservar la integridad y con ello, uno de nuestros principales activos: la confianza de las personas e instituciones con las que nos relacionamos diariamente.

Para lograr estos dos objetivos, contamos con un Modelo de Gestión del Riesgo de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación de Actividades Terroristas. Este Modelo tiene en consideración el modelo corporativo del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, las regulaciones en la materia y las mejores prácticas de la industria financiera internacional. Se compone principalmente de los siguientes elementos:

- Una estructura organizativa que dispone de los recursos necesarios para gestionar esta función y una clara asignación de responsabilidades.
- Un cuerpo normativo que determina las obligaciones y cautelas en este ámbito; de especial relevancia son las relativas a las medidas de identificación y conocimiento del cliente.
- La implantación de medidas de monitorización de los clientes, orientadas a identificar potenciales actividades sospechosas y garantizar su reporte a las autoridades competentes.
- La ejecución de planes de comunicación y formación de los empleados. Estos planes se diseñan en función del nivel de exposición de cada colectivo al riesgo de blanqueo de capitales y su finalidad consiste en mantener un nivel de sensibilización apropiado y en dotar de las capacidades necesarias para cumplir con la normativa aplicable.
- Finalmente, una revisión independiente, con el objeto de verificar y comprobar de forma independiente la implantación y eficacia del resto de elementos del Modelo.

El Modelo de Gestión del Riesgo de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación de Actividades Terroristas tiene en consideración el modelo corporativo del Grupo BBVA, las regulaciones en la materia y las mejores prácticas de la industria financiera internacional.

Durante 2011, se llevaron adelante las siguientes actividades con el objetivo de potenciar este Modelo:

- Adaptamos las políticas y procedimientos a los **cambios normativos** producidos e incorporamos las mejores prácticas en esta materia.

- Tareas de perfeccionamiento de los **sistemas de monitorización**, que constituyen una aportación relevante a las capacidades de detección de actividades sospechosas de la entidad financiera.
- Asimismo, continuamos con la **colaboración** que mantenemos con organizaciones internacionales, organismos gubernamentales y otras instituciones en la lucha contra el crimen organizado, el terrorismo y otras formas de delincuencia.
- **Capacitamos a 1.040 empleados** en 6.366 horas de formación.
- Focalizamos también nuestros esfuerzos en **charlas de inducción de cumplimiento normativo**, dirigido a las nuevas incorporaciones, de carácter presencial, con un total de 174 empleados.
- Complementariamente dictamos **cursos y visitas a la red de sucursales**, abarcando tanto el colectivo de atención a clientes como así también a gerentes y zonales. Dentro de este marco se realizaron 8 encuentros, con un total de 146 empleados capacitados.

Gestión, control y prevención del fraude

Desde la perspectiva de prevención del fraude el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, formalizó y publicó en 2010 su Programa Antifraude sobre la base del Código de Conducta, que sirvió como afianzamiento de la gestión del riesgo de fraude. En este marco, en BBVA Francés llevamos a cabo las siguientes acciones durante 2011:

- Se definió un plan global corporativo para la estandarización de las herramientas para la prevención y gestión, conocido como **"Proyecto EGIDA"**. En BBVA Francés avanzamos durante 2011 con las primeras fases del mismo.
- Definimos una **Política Antifraude**, como adecuación local del Programa Global Antifraude.
- Continuamos realizando las reuniones del **Comité Local Antifraude**, como órgano de contralor general de los procesos de gestión del tema.
- Instrumentamos y pusimos en funcionamiento el mecanismo de **reporte mensual de seguimiento de fraude**, que incluye información detallada de la evolución del fraude.

Principios de Ecuador: financiación de proyectos

El Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, es firmante desde el año 2004 de los Principios de Ecuador, comprometiéndose

a evaluar y gestionar los impactos sociales y medioambientales de los proyectos que financiamos en cada país.

En este marco, en BBVA Francés contamos con un Procedimiento de Principios de Ecuador mediante el cual todas las financiaciones de proyectos y actividades de asesoría en la financiación de proyectos quedan reguladas y describe la metodología de valoración, y administración del riesgo ambiental y social. A tal fin exige:

- Categorización de Principios de Ecuador a la propuesta del proyecto.
- Informe del asesor técnico

Las categorías de acuerdo al riesgo que puede surgir son las siguientes:

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

Por otro lado, estamos trabajando en la revisión del contenido de los cursos de Riesgos, tanto los de formación a distancia como los cursos presenciales, con el objeto de adecuarlos a las nuevas normas del BCRA sobre gestión de riesgos y Principios de Ecuador.

Gestión de Control Interno

La gestión de Auditoría Interna durante 2011 tuvo como principal función evaluar y monitorear en forma permanente el normal y adecuado funcionamiento del sistema de control interno del Banco con el objetivo de asegurar una razonable efectividad y eficiencia en el desarrollo de las operaciones, una adecuada confiabilidad de la información contable-financiera y un adecuado cumplimiento de las leyes y normas aplicables.

El sistema de Control Interno fue testeado como todos los años, obteniéndose muy buenos resultados, y por medio de la permanente evaluación de los procesos se identificaron los riesgos inherentes y los controles que los mitigan. También consideramos los lineamientos y recomendaciones dados por los distintos reguladores. Asimismo, Auditoría Interna verificó el cumplimiento del Programa de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo y los controles relacionados. A fin de asegurar la

homogeneidad y calidad de los trabajos realizados en materia de control interno, contamos con evaluaciones independientes del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, que permiten que cumplamos con las normas más exigentes de calidad.

Auditoría Interna busca alcanzar el cumplimiento a las normas y exigencias de los reguladores, asegurando un razonable nivel de control para el desarrollo y expansión de los negocios de BBVA Francés.

Gracias a las tareas realizadas alcanzamos una razonable cobertura de los riesgos operacionales de crédito, de mercado, normativos y reputacionales, para lo cual se emitieron 112 Informes de Auditorías de Red de Oficinas, 17 Informes de Auditoría Financiera (incluyendo procesos del Banco, Pensiones y Seguros, Negocios Globales y Sociedades Vinculadas), 7 de Auditoría de Sistemas y 12 Trabajos Regulatorios que comprenden también los de Auditoría de la Tecnología. Por su parte, el Comité de Auditoría tomó conocimiento de la totalidad de los informes emitidos y de las debilidades en ellos señaladas a través de reuniones mensuales, habiéndose puesto especial énfasis en los temas relevantes y en el seguimiento y control de la implantación de las recomendaciones efectuadas a las distintas áreas auditadas.



Gestión responsable de Recursos Humanos

Compromiso con nuestros empleados

Para la construcción de un negocio sustentable, necesitamos contar con una plantilla comprometida, diversa y motivada. Es por eso que nuestra gestión de Recursos Humanos prioriza y hace foco en acciones relacionadas con la equidad de género, la igualdad de oportunidades, la no discriminación y la libertad de asociación. Sabemos que la calidad de vida y el desarrollo de los empleados generan valor para nuestra organización y todas las iniciativas que desarrollamos tienen como propósito hacer de BBVA Francés el mejor lugar para trabajar.

Nuestra gestión de Recursos Humanos hace foco en la equidad de género, la igualdad de oportunidades, la no discriminación y la libertad de asociación.

Indicadores de Recursos Humanos	2011	2010	2009
Cantidad de empleados	5.005	4.576	4.082
Por categoría			
% Comité Dirección y Direc. Corporativos	0,22%	0,22%	0,10%
% Equipo Directivo	0,88%	0,79%	1,20%
% Mandos Medios	11,37%	11,80%	13,10%
% Especialistas	21,64%	22,81%	22,50%
% Fuerza Ventas	35,80%	33,26%	39,90%
% Puestos Base	30,09%	31,12%	23,20%

Indicadores de Recursos Humanos	2011	2010	2009
Por edad			
Edad Promedio Mujeres	35	36	36
Edad Promedio Hombres	41	41	41
Menores a 25 años	5,05%	5,31%	4,40%
De 25 a 45 años	71,43%	70,76%	71,20%
Más de 45 años	23,52%	23,93%	24,40%
Por género			
Mujeres	2.266	2.027	1.707
Hombres	2.739	2.549	2.375
Por región			
AACC (Áreas Centrales)	2.324	1.887	1.592
Suc - Cap y GBA	1.511	1.546	1.418
Suc - Interior	1.170	1.143	1.072
Por tipo de contrato			
Contratos plazo fijo	15	15	2
Efectivos	4.990	4.561	4.080
Por jornada laboral			
Parcial	271	245	54
Completa	4.734	4.331	4.028
Otros indicadores			
Antigüedad promedio	12	12,0	13
Número de altas de empleados	519	395	24
Rango entre el salario inicial y SMVM	2,52	2,57	2,28

Índice de Rotación	2011	2010	2009
Índice de Rotación total	4,38%	3,23%	4,83%
Rotación no deseada total	1,84%	1,20%	0,66%
Por género			
Mujeres	46,12%	31,76%	35,20%
Hombres	53,88%	68,24%	64,80%
Por edad			
Menores a 30 años	1,10%	0,52%	0,49%
Entre 30 y 50 años	1,94%	1,62%	1,42%
Mayores de 50 años	1,34%	1,09%	2,89%
Por región			
AACC (Áreas Centrales)	2,24%	2,01%	2,20%
Sucursales de CABA y Provincia de Buenos Aires	1,12%	0,76%	1,20%
Sucursales del Interior	1,02%	0,46%	1,40%

No discriminación e igualdad de oportunidades

A partir de la Política Corporativa de Diversidad, creamos un Comité Operativo de Argentina integrado por 9 representantes de diferentes áreas del Banco.

En BBVA Francés continuamos velando por la aplicación de la Política de Equidad de Género, la cual asegura la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el acceso al empleo, la formación y el desarrollo profesional; favorece la prevención del acoso sexual y promueve una imagen diversa.

Las iniciativas implementadas a partir de la Certificación MEGA 2009 cobraron nuevo impulso a través del Programa de Diversidad de Género, un programa corporativo 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. En este marco, se han creado un Comité Estratégico y un Comité Operativo de Diversidad encargados del despliegue de la Política Corporativa de Diversidad, el diseño de planes, la definición de prioridades, así como también de la medición del impacto de las acciones desarrolladas.

A nivel local, hemos replicado este dispositivo a través de la creación del **Comité Operativo de Argentina** integrado por 9 representantes de distintas áreas de BBVA Francés y BBVA Consolidar; responsable de impulsar, proponer, apoyar, adaptar y dinamizar las iniciativas corporativas en nuestro país.

Dentro de este Programa, realizamos una investigación diagnóstica local por medio de *focus group* para relevar expectativas y oportunidades de mejora dentro de nuestros equipos, que sirvan de puntapié para desarrollar propuestas superadoras de las ya implementadas a través de la Certificación en Equidad de Género MEGA 2009. Asimismo, a través de dicha investigación pudimos evaluar si las iniciativas corporativas resultaban acordes con las necesidades y expectativas locales.

En este marco, y con la finalidad de facilitar la inserción de la mujer en los equipos de trabajo luego de regresar del período de maternidad y / o excedencia, es que a partir de este año implementamos las siguientes iniciativas: cobertura transitoria del puesto ocupado por la mujer que entra en licencia por un reemplazante y realización de una prueba piloto para la futura instalación de salas que funcionarán como lactarios en los edificios centrales.

A su vez, continuamos participando de la red interna de *networking* General, proyecto piloto destinado a fomentar la participación, el debate, el intercambio de las mejores prácticas, y la generación de propuestas y soluciones en temas como conciliación de vida laboral y familia, liderazgo femenino, desarrollo profesional, maternidad, entre otros.

Por su parte, hemos integrado el Curso de Diversidad de Género como parte de los cursos de bienvenida obligatorios que se imparten a través de nuestra plataforma de *e-learning* a todos los colaboradores que se incorporan en nuestra organización.

Indicadores de diversidad	2011	2010	2009
Por diversidad laboral			
% Empleados Hombres	55%	56%	58%
% Empleados Mujeres	45%	44%	42%
Otros indicadores			
Mujeres en cargos gerenciales	9	11	11
Empleados con capacidades especiales	9	9	9

Empleados por segmento	2011		2009	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Equipo Directivo	85,45%	14,55%	80,43%	19,57%
Mandos Medios	78,03%	21,97%	79,44%	20,56%
Especialistas	54,29%	45,71%	54,60%	45,40%
Fuerza de Ventas	52,06%	47,94%	53,42%	46,58%
Puestos Base	48,27%	51,73%	49,16%	50,84%

Libertad de asociación

Nuestro compromiso con la libertad de asociación y nuestro respeto por la legislación vigente permite y facilita la representación gremial de todos nuestros empleados a nivel nacional. Es así que el 100% de nuestros colaboradores están incluidos en algún convenio colectivo, aún cuando las negociaciones y acuerdos salariales alcanzan hasta la categoría de Jefe Principal de Departamento.

Consideramos que el diálogo y el consenso con las representaciones sindicales son claves para la resolución de conflictos, y es por eso que buscamos mantener una comunicación fluida con las Comisiones Gremiales Internas (CGI) de las diferentes localidades

del país y con todas las seccionales de la Asociación Bancaria a nivel nacional.

Empleo, selección y política de remuneraciones

El área de Selección del Banco continúa regulándose por los Principios Básicos de actuación definidos corporativamente que garantizan la igualdad de oportunidades, la no discriminación de los candidatos, la profesionalidad de los intervinientes, y la objetividad y confidencialidad en los procesos de selección.

Como parte de nuestro compromiso con la equidad de género en la selección de nuestros colaboradores, buscamos evitar que las ofertas de empleo contengan requisitos no acordes al criterio de idoneidad para cada puesto, y prestamos especial atención a la redacción de los avisos de búsqueda de personal con el fin de no alterar la igualdad de oportunidades de los trabajadores en el acceso al empleo. En el mismo sentido, toda presentación de candidatos para cubrir una vacante incluye, siempre que sea posible, al menos una candidata mujer.

A partir de 2011 asumimos la responsabilidad de gestionar el desarrollo del Modelo de Valoración por Competencias implementado por el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia. Este Modelo permite distinguir y evaluar las habilidades y conocimientos claves de cada puesto y facilitar el crecimiento profesional de cada uno de nuestros empleados, a partir de la construcción de un Plan de Desarrollo Individual (PDI) de cada colaborador. Esta integración tiene por objetivo asegurar una correcta sinergia entre los procesos de reclutamiento y los procesos de desarrollo de nuestros empleados, propiciando la detección y el mejor aprovechamiento de las capacidades y talentos individuales, brindando la posibilidad de detectar aspectos de mejora y facilitando las herramientas de desarrollo para lograr el mayor crecimiento profesional de cada uno de nuestros colaboradores.

En 2011 comenzamos a gestionar el Modelo de Valoración por Competencias implementado por el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, cuyo objetivo es asegurar una correcta sinergia ente los procesos de reclutamiento y los procesos de desarrollo de nuestros empleados.

Plan de atracción de talentos

Con el fin de difundir nuestras búsquedas laborales, continuamos promocionando nuestra feria virtual de empleo BBVA, estando presentes activamente en las más reconocidas redes sociales como Facebook, LinkedIn y Twitter, participando en ferias de empleo presenciales y virtuales, y promocionando nuestras oportunidades en las bolsas de trabajo de prestigiosas universidades.

También continuamos utilizando la herramienta de *job posting* para búsquedas internas, que sirve para generar condiciones oportunas para que los empleados puedan desarrollar al máximo su potencial. Con esta herramienta se vela por la transparencia y la objetividad en las promociones. Para ello, en la medida de lo posible, todas las vacantes existentes en el Grupo independientemente de su nivel, naturaleza o área, deben darse a conocer en toda la organización y cualquier empleado interesado puede solicitar ser tenido en cuenta en el proceso interno de selección que le interese.

Desde fines del 2010 incorporamos dentro de nuestra herramienta publicaciones de vacantes con oportunidades de desarrollo profesional dentro del Grupo, en el exterior.

Indicadores de búsquedas internas 2011	Búsquedas internas publicadas	Cobertura interna	% de cobertura
Nacionales	183	107	58
Internacionales	53	1	2
Total	236	108	-

Asimismo, continuamos aplicando el Plan de Presentación de Candidatos, invitando a los empleados a colaborar en la incorporación de los mejores candidatos a trabajar en el Banco, recomendando a personas de su entorno personal, familiar o social que cumplan con los perfiles requeridos por la organización.

Evaluaciones de candidatos

Con motivo de la reglamentación impuesta por el Banco Central de la República Argentina, se incorporó dentro de la batería de estudios preocupacionales el Control de Terroristas, con el objetivo de verificar la no inclusión de nuestros futuros empleados en las nóminas correspondientes. Además, por disposición de la misma entidad, todas las personas que se incorporan en nuestra organización reciben un cuadernillo informativo sobre la Política Corporativa en el Ámbito de los Mercados de Valores, comprometiéndose en el mismo acto a asumir una conducta responsable en este aspecto.

Política de Remuneraciones

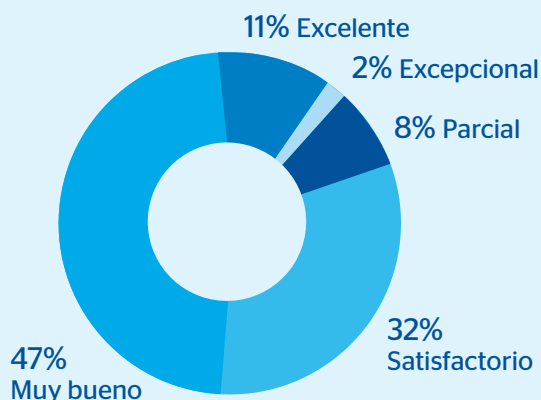
Mediante la política de remuneraciones nos proponemos compensar a las personas de acuerdo a su nivel de responsabilidad, actuación individual y obtención de resultados. Contamos con un esquema de administración salarial basada en la transparencia y la equidad, y aseguramos la competitividad externa y equidad interna de las remuneraciones. Consideramos que estos principios refuerzan nuestra capacidad de atraer y retener al capital humano así como también facilitan la generación de un adecuado ambiente de trabajo.

En este contexto, continuamos con el sistema de retribución variable que abarca a toda la plantilla, con el objetivo de compensar la consecución de resultados. A su vez, seguimos participando de las encuestas de mercado salarial tanto en el sector bancario como en el mercado general, para asegurar la competitividad externa de nuestra compensación total. La posición del Banco respecto al mercado es de 75 percentil para el equipo directivo y 50 percentil para el resto de la población.

Evaluación de actuación

La evaluación de la actuación tiene alcance a todos los empleados y su fin es evaluar el desempeño profesional y la consecución de los objetivos planteados a principios de año. La misma se realiza en dos etapas, en el mes de marzo se establece por parte de la supervisión la fijación de objetivos y al 31 de enero del año siguiente se cierran las evaluaciones consignando el cumplimiento real de objetivos de cada empleado.

Resultados del proceso de evaluación de actuación



Datos publicados correspondientes a 2010. Los datos del 2011 aún se estaban recolectando al cierre de la presente publicación.

A partir del 2010 se ha incorporado objetivos relacionados con las actitudes definidas en el plan BBVA x 3, es decir:

- **Ambición:** No nos conformamos
- **Sencillez:** Hazlo Sencillo
- **Foco en el cliente:** El cliente, primero
- **Cooperación:** Todos juntos

En el 2011 se mantuvo el mismo modelo que en el año anterior, es decir con valoración de resultados de objetivos cuantitativos, tácticos y de cultura corporativa (Actitudes plan BBVAx3).

Programas de formación en conocimientos y habilidades

Planes de Desarrollo Individual

En 2011 continuamos apostando a la formación de nuestros empleados por medio de los Planes de Desarrollo Individual (PDI). Esta herramienta permite gestionar las acciones de formación de cada empleado, por medio de cursos brindados en la plataforma e-campus. La matriculación de los cursos se realiza de acuerdo con la información proporcionada por el sistema de competencias, como resultado de la elección de cada jefe con sus colaboradores en el caso de existir brechas de competencias entre los conocimientos y habilidades específicas para el puesto de trabajo y el grado de desarrollo de las mismas. Participaron 303 empleados en 2.380 horas de formación.

E-campus

Continuamos promoviendo el uso de nuestra plataforma online de capacitación *e-campus* como una herramienta disponible para todos los empleados. Ofrecemos tanto cursos corporativos como de desarrollo enteramente local y foros cerrados asociados a una actividad de capacitación presencial. La plataforma fue utilizada por 3.584 empleados que alcanzaron un total de 68.463,67 horas de capacitación.

Programas de Management

Con el objetivo de desarrollar a los líderes de BBVA Francés, seguimos llevando a cabo los Programas de *Management* tanto locales como corporativos. Realizamos las ediciones planeadas del "Programa Liderazgo Positivo" dirigido a supervisores, jefes y gerentes de la organización, así como también dictamos una nueva edición del Programa de Desarrollo Directivo (PDD) en la Universidad de San Andrés. Los programas tuvieron 100 participantes en un total de 4.487 horas de formación.

Becas para Posgrados

En BBVA Francés seguimos aplicando la Política de becas y descuentos para estudios de posgrado. Las universidades con las que tenemos becas o descuentos son la UCA, UADE, UP, UCES y ESEADE. 13 empleados fueron beneficiados, quienes cursaron 3.526 horas de clase.

Diversidad de género

Continuamos inscribiendo en el curso de Diversidad de Género a todas las personas que ingresan en la organización. En 2011, 1.686 empleados realizaron este curso, para lo cual dedicaron 8.620 horas de capacitación.

Responsabilidad Corporativa

Continuamos llevando adelante el Plan de Responsabilidad Corporativa y sus proyectos relacionados. En 2011 desarrollamos un proyecto en conjunto con la Red SEKN, una red de formadores en Responsabilidad Social y emprendimientos sociales.

Cursos de inglés

Nuestra "Escuela de Inglés" local está dirigida a empleados que poseen el idioma como competencia crítica. Los contenidos de los distintos niveles se desarrollan en clases presenciales de una hora y media, dos veces por semana y se complementan con lecciones a través de la plataforma e-campus. Para aprobar un nivel se rinden exámenes parciales escritos y un examen final oral y escrito. A nivel presencial, 117 participantes alcanzaron un total de 5.714 horas de formación, mientras que por medio de e-campus, 261 empleados dedicaron 936 horas de aprendizaje.

Cantidad de horas de Formación			
Por Modalidad	2011	2010	2009
Presencial	81.484,66	85.157,8	65.388
Distancia	0	0	20.649
E-learning	68.463,7	67.442,93	52.183
Total	154.545,2	152.600,7	138.220

Promedio de Horas de Formación al año por empleado			
Por Segmento	2011	2010	2009
Equipo Directivo	30	38	24
Especialistas	28	33	27
Fuerza de Ventas	23	37	37
Mandos Medios	27	45	38
Puestos base	33	29	27

Clima laboral

Cada dos años llevamos a cabo la Encuesta de Clima Laboral, que alcanza a todos los empleados con una antigüedad superior a los seis meses. La última medición fue realizada en 2010, y este año realizamos la devolución de resultados a cada una de las áreas. Desde el área de Comunicación y Cultura brindamos los resultados parciales de cada sector a los principales responsables, y luego colaboramos en el proceso de desarrollo de planes de acción para trabajar en áreas de mejora y continuar fortaleciendo los aspectos que se muestran como más valorados por la gente.

De la edición 2010 destacamos la credibilidad en el instrumento, reflejada en una alta participación de los empleados, y el orgullo de pertenencia y de marca como las dimensiones más valoradas. A su vez, logramos identificar áreas de mejora que se resumen en el liderazgo y la agilidad de los procesos internos, así como también detectamos la necesidad de trabajar más de cerca en los sistemas de premios y distribución. Los planes de acción que se están desarrollando actualmente tienen que ver con la Calidad de Servicio, un proyecto de Voluntariado, Liderazgo Innovador, Compensación y Calidad de Vida y la Movilidad.

De los resultados de la edición 2010 de la Encuesta de Clima Laboral destacamos el orgullo de pertenencia y de marca como las dimensiones más valoradas.

Pasión por las personas

En BBVA Francés queremos que nuestros colaboradores estén motivados y se sientan orgullosos de trabajar en el Banco y es por eso que llevamos adelante diversas iniciativas enfocadas en el bienestar de nuestro personal:

- **Sorteo de entradas para espectáculos:** realizamos sorteos de entradas para los empleados en función a los diferentes shows de primer nivel que auspiciamos. Entregamos 514 pares de entradas correspondientes a 22 shows.
- **Alianza BBVA Francés y LAN:** durante 2011 continuó vigente el beneficio que permite acumular puntos y canjearlos por kilómetros según políticas LAN,
- **Beneficio telefonía móvil:** continuamos brindando este beneficio que incluye precio preferencial para empleados, y durante 2011 incorporamos el servicio de *Blackberry Profesional* para empleados que cuenten con un equipo *Blackberry* propio.

- **Liga de Fútbol Profesional:** nuevamente realizamos un sorteo para que hijos de empleados participen de una semana de entrenamiento en uno de los mejores campus de fútbol de España. Este año, 131 chicos participaron de la iniciativa de los cuales 10 salieron sorteados, y vivieron una experiencia inolvidable en el complejo "El Montayá", a pocos kilómetros de Barcelona y realizaron una excursión a los estadios Camp Nou en Barcelona y Santiago Bernabeu, en Madrid.
- **Beneficio Hotelopia:** continuamos comunicando los descuentos y beneficios a la vez que se realizaron campañas especiales para los fines de semana largos y vacaciones. Durante 2011 se realizaron 188 reservas.
- **Concursos internacionales:** realizamos la séptima edición del Concurso Internacional de Dibujo Infantil para hijos de empleados. El concurso tiene una etapa local y otra internacional, y se prevén premios para ambas fases. El ganador a nivel internacional recibe como premio un viaje al parque Disneyworld más cercano a su lugar de residencia, junto a su familia. Además, el dibujo ganador será la Tarjeta de Navidad corporativa para empleados y clientes. Participaron 434 hijos de empleados.
- **Leasing Reloaded:** el leasing es uno de los beneficios crediticios que ofrecemos a nuestro personal. En el mes de septiembre vencía la opción de compra de las operaciones de empleados, y como beneficio definimos que los mismos puedan optar por prolongar el plazo del leasing y repactar el precio de la opción de compra.
- **Talleres de salud:** seguimos desarrollando talleres destinados a mejorar el bienestar de los empleados e incentivarlos sobre la importancia de tener una calidad de vida saludable. *Para más información ver la sección Salud y Seguridad en este capítulo.*
- **Torneos deportivos:** en 2011 realizamos torneos deportivos de diferentes disciplinas (voley, fútbol femenino y masculino, bowling, tenis, paddle, tenis de mesa y golf). En los mismos se inscribieron 1.662 empleados.

Beneficios personales

Contamos con un Sistema de Beneficios que, como complemento del programa "Pasión por las personas", busca ofrecer una auténtica red que cubra las necesidades de nuestros empleados.

Nos esforzamos para actualizar y mejorar permanentemente los acuerdos existentes en los diferentes rubros tales como: belleza, comidas y bebidas, deportes, electrónica y tecnología, decoración, formación y educación, hotelería, indumentaria, jugueterías, servicios y vinerías. A su vez, estamos trabajando para implementar una tarjeta transaccional y así asegurar una mayor comodidad para el empleado a la hora de utilizar el beneficio en los comercios que se encuentran en el Programa.

Además, otorgamos beneficios crediticios y ayuda financiera a empleados, brindando flexibilidad en cuanto a montos, tasas y

precancelación de los préstamos. También ofrecemos planes de medicina prepaga a precio diferencial respecto del mercado, y una mayor cantidad de días de vacaciones por sobre lo establecido en el Convenio Colectivo de Trabajo.

Comunicación interna

Continuamos desarrollando y ampliando los canales de comunicación con nuestros empleados, a fin de estar en contacto con sus necesidades a la vez que los mantenemos informados. De la gestión realizada durante 2011 destacamos las siguientes novedades:

- **Revista interna "Protagonistas":** en abril lanzamos una nueva revista de periodicidad trimestral cuyo nombre fue elegido por los mismos empleados y tiene por objetivo informar, entretener e integrar a quienes conforman BBVA Francés. También desarrollamos una versión digital de esta publicación disponible en intranet para todos los empleados. En 2011 publicamos 4 números con una tirada promedio de 6.000 ejemplares por revista.
- **Servicio de Atención al Empleado (SAE):** esta herramienta sirve como canal diferenciado para vehicular las consultas de los empleados y su objetivo es proporcionar un servicio universal de atención, para brindar respuestas rápidas y satisfactorias. Durante 2011 realizamos una encuesta de calidad corporativa sobre el nivel de atención del servicio, obteniendo como resultado un alto nivel de satisfacción de nuestros empleados.
- **"Encuentros BBVA":** continuamos desarrollando esta serie de desayunos ofrecidos a distintos colaboradores y coordinados por los miembros del Comité de Dirección en calidad de anfitriones. Los invitados pueden dialogar de manera franca y abierta con los directivos y la actividad permite monitorear los temas más relevantes y las inquietudes o preocupaciones de los empleados. Durante 2011 realizamos 41 encuentros, con la participación de 286 empleados.

Además seguimos contando con diversas herramientas: Intranet, línea anónima y confidencial para el tratamiento de temas referidos al Código de Conducta, casilla de correo de "Comunicaciones Internas", encuestas online, cartelería, blogsfera y espacio de avisos clasificados.

Salud y seguridad laboral

En BBVA Francés administramos la atención de la salud laboral con un cuerpo médico para todo el país. Contamos con consultorios médicos instalados en los edificios centrales con mayor nómina del Banco y disponemos de 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.

Mediante el Programa Salud Para Vos, continuamos dictando en el

Centro de Desarrollo BBVA los talleres de Tabaquismo, Estrés, Reanimación Cardiopulmonar y de Primeros Auxilios. Además, dictamos un taller de Contención Psíquico Física por la erupción del Volcán Puyehue en las localidades de San Martín de los Andes, Villa La Angostura y Bariloche, con la concurrencia de una psicóloga, el médico del Banco y el Gerente Territorial. También brindamos el curso Higiene y Seguridad Laboral por medio de la plataforma e-campus, conformado por cinco módulos y una evaluación final.

El Departamento Médico asesoró al Comité de Continuidad del Negocio en relación a la prevención de los efectos de la gripe durante el invierno. En este sentido, continuamos brindando información por medio de la Intranet, respondimos las dudas del personal así como también distribuimos alcohol en gel para todas las áreas del Banco. También informamos sobre las características de la vacuna y brindamos el beneficio del reintegro del costo de la vacunación a los empleados que quisieran vacunarse voluntariamente.

En relación a la seguridad de los empleados, trabajamos sobre dos aspectos claves:

- El primero de ellos apunta a la prevención de seguridad en todos los accesos de los edificios, con el propósito de evitar el ingreso de personas y elementos que atenten en forma directa contra la integridad física y/o material de los empleados. Para ello contamos con personal debidamente capacitado y equipos de seguridad destinados a tal fin (sistema de control de acceso mediante molinetes con lectoras, tarjetas de ingreso, computadoras con acopio de información, detectores de metales manuales, etc.).
- Acorde a lo exigido en la Ley 1.346/04 "Plan de evacuación y simulacros en caso de incendio, explosión o advertencia de explosión", realizamos la capacitación y formación anual del personal de seguridad y empleados del Banco, distribuyendo funciones y asignando roles específicos para cumplimentar con la ley. Asimismo, en forma semestral realizamos los ejercicios de simulacro de evacuación de los distintos edificios. En forma periódica se efectúan controles de todos los elementos de lucha contra incendios (matafuegos, nichos hidrantes, sensores de humo, equipos de extinción automáticos, máscaras con filtro de protección contra humo).

Salud y Seguridad ⁽¹⁾	2011	2010	2009
Tasa de accidentes	1,21	1,35	1,02
Tasa de enfermedades profesionales	0,06	0,09	0,02
Tasa de absentismo	377,52	455,34	474,49
Tasa de días perdidos	23,75	30,37	22,38
Total accidentes y enfermedades profesionales	91	94	63
Víctimas mortales	0	0	0

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

Voluntariado Corporativo

Durante 2011 trabajamos en la creación y puesta en marcha del Programa "Voluntarios BBVA" y del Concurso de Proyectos Sociales.

El Programa "Voluntarios BBVA" tiene por finalidad proponer acciones de voluntariado orientadas a la educación de todos los estratos sociales, priorizando a la infancia y al cuidado del medio ambiente y ofrecer un espacio donde los empleados de todo el país puedan sugerir acciones de voluntariado de entidades con las que se encuentren involucrados. Para ello realizamos una fuerte campaña de comunicación por medio de la intranet y por mail para comunicar las novedades e incentivar a los empleados a involucrarse. Durante el mes de septiembre llevamos a cabo la primera acción de voluntariado "Bariloche nos Necesita", orientada a ayudar a los afectados por la erupción del Volcán Puyehue. Durante la campaña, que tuvo una duración de 26 días, juntamos pañales, calzado y dinero destinado a la compra de alimento para el ganado ovino. Trabajaron 23 personas como voluntarios desde la recolección, clasificación, y entrega de las donaciones recibidas dedicando un total de 137 horas. Entregamos 320 pares de calzado donados por empleados del grupo, \$14.564 para la compra de alimento y donamos 18.362 pañales. Los testimonios recibidos luego de la entrega demuestran el sentido de pertenencia y de equipo que genera en las personas unirse para brindar servicio a una causa solidaria.

En cuanto al Concurso de Proyectos Sociales, trabajamos en la definición de las características del concurso y adaptación de bases y condiciones a la realidad local. Durante el mes de noviembre lanzamos el Concurso, habiendo logrado la presentación de 14 proyectos. La recepción de consultas demostró el interés de los empleados por participar del Concurso y el sentido de solidaridad presente en quienes participan activamente de actividades de voluntariado en sus círculos de influencia. Destacamos también el rol de los empleados que presentaron proyectos y a la vez sumaron a sus compañeros de equipo para que los acompañen en su participación en el Concurso.

A principios de 2012 las propuestas serán evaluadas por un jurado integrado por miembros del Comité de Dirección, quienes realizarán una preselección de aquellas propuestas que mejor respondan a los objetivos del Concurso. Luego, todos los empleados tendrán la oportunidad de votar por aquellos que más los representen, con lo cual se elegirá a los ganadores del Concurso.

Además, este año brindamos la posibilidad de que empleados del Banco puedan convertirse en protagonistas de la transformación, participando del Programa Becas de Integración BBVA Francés, becando a nuevos alumnos de las ONGs que participan de nuestro Programa, mediante una donación para cubrir el dinero "de bolsillo" que recibe el becado. Bajo este sistema se otorgaron 32 becas aportadas por directivos y empleados del Banco.



Compras responsables

Política y principios de gestión con proveedores

Los principios que guían la relación de BBVA Francés con nuestros proveedores vienen determinados por el Código de Conducta del Grupo; basándose en el respeto a la legalidad, el compromiso con la integridad, la concurrencia, la objetividad, la transparencia, la creación de valor y la confidencialidad

En BBVA Francés trabajamos para eficientizar los procesos que involucran a nuestros proveedores, poniendo foco en la transmisión de nuestros valores y cultura corporativa, de manera de dar un impulso a los principios de Responsabilidad Corporativa a lo largo de nuestra cadena de valor.

En esta línea de acción, difundimos entre nuestros proveedores, mediante la incorporación de estos temas en los procesos de compras, el compromiso que asumimos en 2004 con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, y la importancia de las prácticas sociales y ambientales en la gestión del negocio.

Mediante la firma de una Carta de Adhesión los proveedores de BBVA Francés se comprometen con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Sistema de homologación de proveedores

Mediante el procedimiento de homologación de proveedores, en BBVA Francés nos aseguramos que los proveedores conozcan y respondan a preguntas relacionadas a los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y sobre mejores prácticas sociales y ambientales. Mediante auditorías posteriores, realizamos un control sobre lo reportado por los proveedores.

La Normativa de Compras del Banco que rige el sistema de homologación exige del proceso a los proveedores no residentes, con facturación inferior a 50.000 dólares anuales, y las compras no recurrentes o de carácter urgente.

También se encuentran eximidos los proveedores incluidos en las siguientes categorías:

- 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.

Durante 2011 se analizaron 264 proveedores con el objetivo de garantizar que los mismos cuenten con la capacidad productiva, técnica, financiera y de calidad comercial requerida por el Banco. Se procedió a la homologación de 211 proveedores, mientras que 2 fueron rechazados.

Sistema de homologación de proveedores ⁽¹⁾		
	2011	2010
Proveedores a Homologar ⁽²⁾	271	195
Proveedores analizados ⁽³⁾	264	182
Proveedores Homologados	211	166
Proveedores rechazados	2	2
Porcentaje analizados	97,42%	93,33%

(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 50.000.
 (3) Incluye proveedores homologados, rechazados y en proceso de homologación.

Herramientas de gestión y de aprovisionamiento

Para administrar la gestión de compras utilizamos la plataforma de Comercio Electrónico "Adquire", que permite tramitar los pedidos en forma automática, brinda información para el armado de un estudio comparativo de precios y servicios de diferentes empresas, y permite ingresar las cotizaciones a través de Internet generando mayor transparencia en el proceso de selección de proveedores.

Durante 2011 desarrollamos un sistema *work flow* de solicitudes de aprovisionamiento que permite llevar un registro de las solicitudes de compras desde el inicio hasta su aprobación. Este sistema se está llevando a cabo por etapas; este año implementamos el sistema para las compras de tecnología informática.

Por su parte, con el objetivo de continuar mejorando la gestión de la cadena en el marco de un modelo global de procesos de valor, el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, está trabajando a nivel corporativo en la implementación de un sistema de aprovisionamiento (GPS - Global Procurement System), bajo una misma plataforma tecnológica. Estimamos su implementación en Argentina en el año 2013 con un trabajo previo de campo durante el año 2012.

Diálogo con nuestros proveedores

Con el fin de mantener una relación de confianza con nuestros proveedores, fomentamos el diálogo permanente con ellos para estar informados de sus inquietudes, necesidades y expectativas.

También continuamos realizando encuentros de diálogo donde abordamos temas de interés tanto para ellos como para el Banco. A las jornadas concurren, en general, proveedores que prestan servicios recurrentes con mano de obra intensiva. Así como en años anteriores, se abordaron temáticas relativas al impacto de los índices de inflación y paritarias sobre los contratos de servicios.



Medioambiente

Política medioambiental y sistema de gestión ambiental

En BBVA somos conscientes del impacto de nuestra compañía sobre el medioambiente, y es por eso que tomamos un enfoque proactivo considerando no sólo el impacto directo de nuestra actividad, sino también el indirecto generado mediante las actividades de financiación, gestión de activos y en nuestra cadena de valor.

Adoptamos la Política Medioambiental del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, que establece que el desarrollo sostenible es una prioridad para la Compañía y se basa en la lucha contra el cambio climático, la mejora continua, la identificación de riesgos, la ecoeficiencia y la sensibilización de grupos de interés. .

Es importante destacar que durante 2011 tomamos la decisión de implementar y certificar el sistema de gestión ambiental en la red de sucursales. Esto se llevó a cabo en los edificios Reconquista 281, Alsina 1717 y 30 sucursales de la red, expandiendo el sistema de gestión basado en la ISO 14001 que comenzó a implementarse en 2010. De esta manera, BBVA Francés se convirtió en el único banco iberoamericano en haber implementado y certificado su sistema de gestión ambiental en la red de sucursales.

Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012

Durante 2011, continuamos trabajando los objetivos del Plan Global de Ecoeficiencia desarrollado por el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, que se propone contribuir a optimizar el uso de los recursos naturales y así minimizar el impacto directo sobre el medioambiente. Entre sus objetivos se encuentran: reducir un 20% las emisiones de CO2 por empleado, un 10% el consumo de papel, un 7% el consumo de agua y un 2% el consumo de energía, así como certificar la Norma ISO 14001 en edificios donde trabaje el 20% de la plantilla de empleados del Grupo.

Entre las acciones que realizamos para contribuir con el Plan Global de Ecoeficiencia se encuentran:

- **Eficiencia energética.** En la sucursal 999 reemplazamos 356 lámparas de bajo consumo fluorescentes por las de Led, que consumen menos energía, tienen una mayor vida útil, no contienen elementos tóxicos como el mercurio y pueden ser to-

Líneas de actuación en la Argentina del Plan de Ecoeficiencia

- Segregación y reciclado de residuos sólidos urbanos y residuos peligrosos.
- Segregación y reciclado de residuos informáticos.
- Reducción del consumo eléctrico por empleado.
- Reducción del consumo de agua por empleado.
- Reducción del consumo de papel por empleado.
- Política de compras sostenibles.
- Certificación de la norma internacional ISO 14001.
- Uso de videoconferencias y reducción de viajes.
- Compensación de emisiones de CO2.
- Programas de formación, difusión y sensibilización.

El Plan Global de Ecoeficiencia se basa en cinco aspectos fundamentales: recursos naturales, ecosocios, eficiencia energética, compras sostenibles y emisiones.

talmente reciclables. Por su parte, luego de ser re-evaluados en 2011 los proyectos de eficiencia energética y lumínica planteados en 2010, el Banco decidió no ponerlos en práctica ya que el beneficio de implementarlos era bajo en relación a la inversión que debía realizarse. De todas formas, hay que destacar que actualmente todas las luminarias utilizadas en nuestros edificios centrales y sucursales son de tipo bajo consumo.

- **Sistema de supervisión y control de las instalaciones.** Durante 2011 no hubo inversión en obras relacionadas con los sistemas de control. Sin embargo, hay un proyecto en evaluación sobre la ampliación del sistema de control de los edificios de Venezuela

540 y Reconquista 40, para el control de 75 equipos de aire acondicionado tipo *splits*. Todos los sistemas instalados durante 2010, se mantienen en funcionamiento sin inconvenientes.

- **Certificación ISO 14001.** Desde 2010, nuestro sistema de gestión ambiental cuenta con la certificación conforme con la Norma ISO 14001. Este año implementamos el sistema de gestión en los edificios Alsina 1717, Reconquista 281 y en 30 sucursales, obteniendo la certificación correspondiente. Los mismos se suman a los edificios Reconquista 199, Maipú 356, Reconquista 40, Independencia 169 y Venezuela 538/40 ya certificados en ISO 14001.

Indicadores Medioambientales

BBVA Francés	2011	2010	2009	Coefficiente Emisión CO2	Emisiones CO2 2011	Emisiones CO2 2010
Consumo de Agua (en m3)	76.395,76 ⁽¹⁾	171.768,42 ⁽²⁾	98.255,20	-	-	-
Consumo de Energía Eléctrica (en KWh)	30.624.043,33	27.691.068,75	33.130.628,40	0,306 * Kg CO2 / KWh (Argentina)	9.370.957,26	8.478.575

(1) Mientras que en el 2009 y 2010 se realizaron estimaciones en las sucursales que no contaban con medidor, en el 2011 se informa el indicador con datos reales. Son 187 las sucursales que no tienen medidor o datos sobre el consumo. (2) Mayor consumo respecto a 2009 debido al hecho de que el año 2010 fue uno de los años más cálidos jamás registrados, junto con 2005 y 1998, según la Organización Meteorológica Mundial (OMM).

Auditorías ambientales en la red de sucursales

En 2010 se auditaron 123 sucursales con el objeto de determinar las posibilidades de racionalizar los consumos de agua y energía eléctrica. Como resultado de dicha auditoría, en 41 sucursales realizamos la instalación de 306 canillas automáticas y de 142 sensores de presencia para controlar el encendido y apagado de luminarias en sanitarios y cocinas. Se están licitando los trabajos a realizar en las 83 sucursales restantes. Durante 2012 continuaremos con los trabajos de racionalización.

Emisiones atmosféricas

La mayor parte de las emisiones que generamos son indirectas, debido al uso de recursos. Es por ello que continuamos realizando acciones para el uso racional de la energía eléctrica, papel, agua, gas, combustible, y uso del transporte público y privado.

Debemos destacar que el consumo de gas natural se está discontinuando en todo el Banco.

En 2011 realizamos las evaluaciones de chimeneas en forma anual tal cual lo requerido por la Agencia de Protección Ambiental del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

BBVA Francés	2011	2010	2009	Coefficiente Emisión CO2	Emisiones CO2 2011	Emisiones CO2 2010
Consumo Gas Natural (en m ³)	71.332,22	83.158,00	142.290,22	2,19 Kg CO2/m ³	156.217,56	182.116
Consumo Diesel (en litros) ⁽¹⁾	400,00	1.257,00	12.598,20	2,74 Kg CO2/l	1.096	3.288
Kilómetros recorridos Flota vehículos Directivos	149.000,00	117.121,00	210.321,00	0,20 Kg CO2 por pasajero Km	29.800	23.424
Kilómetros recorridos Flota vehículos Servicios	50.411,30	121.237,23	378.642,29	0,20 Kg CO2 por pasajero Km	10.082,25	24.159
Kilómetros recorridos Vehículos propiedad empleados	984.195,6	948.825,00	1.045.894,00	0,20 Kg CO2 por pasajero Km	196.839	189.765
Kilómetros recorridos Avión en tramos hasta 452 Kms	185.122,8	202.330,80	91.542,20	0,18 Kg CO2 por pasajero Km	33.322,10	36.420
Kilómetros recorridos Avión en tramos hasta 1.600 Kms	3.043.331,3	2.838.076,60	2.652.073,70	0,15 Kg CO2 por pasajero Km	456.499,70	425.711
Kilómetros recorridos Avión en tramos sup. a 1.600 Kms	4.846.064,9	4.002.848,90	2.425.831,90	0,11 Kg CO2 por pasajero Km	533.067,14	440.313
Videoconferencias (cantidad)	370	314	365	-	-	-
Telepresencias (cantidad)	60	69	89	-	-	-

(1) No incluye consumo de vehículos.

Gestión de Residuos

Reciclado de papel

Los residuos de papel generados en todos los edificios se clasifican mediante contenedores plásticos ubicados en espacios estratégicos, según lo requerido por nuestro sistema de gestión ambiental. Este año compramos y colocamos contenedores en los edificios que aún no los tenían, completando el 100% de las oficinas centrales.

El papel y cartón recolectado en los edificios se recicla por medio de un proceso de destrucción y enfardado para luego ser vendido a una empresa dedicada a su compra. Lo recaudado por la venta del papel y cartón reciclado del edificio de Venezuela 540, se destina al Club del Banco que es utilizado por empleados.

Seguimos cumpliendo con la entrega del cupo diario de papel y cartón acordado con la Dirección General de Reciclado del Gobier-

no de la Ciudad de Buenos Aires en los edificios de Reconquista 281, Reconquista 199, Maipú 356 y Reconquista 40; en el marco del Plan de erradicación de cartoneros. Además, realizamos un acuerdo con la Fundación León (www.fundacionleon.org.ar), por medio del cual le donaremos el papel que se recicle en las sucursales de la Provincia de Tucumán.

En cuanto a capacitación relacionada con la clasificación de residuos, este año volvimos a realizar cursos destinados a las empresas de mantenimiento y limpieza, como requisito del sistema de gestión ambiental.

Baterías

El 90% de las baterías utilizadas por el Banco sigue proviniendo de los equipos UPS (fuentes de energía ininterrumpibles), mientras que el restante corresponde al uso de grupos electrógenos. Las baterías son gestionadas por empresas de servicios, que las comercializan para el reciclado de plomo y plástico. En 2011, se reemplazaron 45 baterías de UPS.

Indicadores Medioambientales

Materiales utilizados y valorizados	2011	2010	2009
Papel A4 (en kg) ⁽¹⁾	360.363,00	365.877,40	362.402,60
Papel Oficio (en kg) ⁽¹⁾	13.399,10	12.755,60	19.719,70
Papel utilizado en folletería, formularios, sobres, carpetas, etc. (en kg)	808.365,90	649.290,2	771.520,74
Papel sanitario (en kg)	35.303,40	34.098,80	26.598,73
Reciclado de Papel (en kg)	76.980,00	165.170,00	176.830,00
Toners reciclados (en kg) ⁽²⁾	4.823,50	3.920,04	3.713,17

(1) Papel respetuoso con el medio ambiente. Incluye: Papel FSC que cuenta con la certificación promovida por el Forest Stewardship Council, que asegura que los bosques de los cuales se aprovechan sus recursos se gestionan de manera responsable; Papel ECF (Elementary Chlorine Free) fabricado con fibra virgen para el que, en el proceso de blanqueo, no se utiliza cloro gas (Cl2).

(2) Equivale al peso de toners consumidos.

Las baterías generadas por los sistemas de iluminación de emergencia así como las pilas comunes son gestionadas como residuos peligrosos por una empresa homologada ante la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación. Se recolectaron 290 kilos de este tipo de baterías. Por otra parte, se realizó la venta de equipamiento tecnológico fuera de uso.

Formación y sensibilización medioambiental

Con el objetivo de mantener informados y actualizados a nuestros empleados en materia medioambiental, utilizamos la Intranet como principal herramienta de comunicación y sensibilización. Esta cuenta con información sobre el sistema de gestión ambiental, la política medioambiental, Norma ISO 14001, gestión de residuos, requisitos legales, planes de emergencia entre otros aspectos. También difundimos comunicaciones especiales mediante la Intranet o por correo electrónico relacionadas con la implementación de la Norma ISO 14001 en sucursales, gestión de residuos y auditorías ambientales internas.

Certificaciones ambientales para la gestión de residuos

Estamos realizando las gestiones necesarias para la obtención de los certificados de actitud ambiental e inscripciones como generadores de residuos peligrosos y patogénicos (estos últimos para los 3 consultorios médicos), de los edificios centrales y las 30 sucursales que se sumarán al sistema de gestión ambiental.

BBVA Francés



Compromiso con la Sociedad

Programas

Buscamos construir un “futuro mejor para las personas” como parte de nuestro compromiso con el desarrollo de las sociedades donde estamos presentes. Impulsamos e implementamos iniciativas que generen valor social y económico, especialmente a través de la educación y la inclusión financiera.

En este marco, desarrollamos programas que se clasifican en tres grupos:

- **Programas originados y ejecutados por BBVA Francés**
- **Programas originados por BBVA, los cuales BBVA Francés adhiere**
- **Programas de terceras organizaciones patrocinados por BBVA Francés**

En 2011 hemos reforzado nuestra inversión en programas con la sociedad, destinando 8,7 millones de pesos.

Programas originados y ejecutados por BBVA Francés

Programa Becas de Integración BBVA Francés “Un futuro mejor para todos”

Durante 2011 continuamos desarrollando el Programa Becas de Integración BBVA Francés cuyo objetivo es abordar el problema entre educación y pobreza, mediante la integración y permanencia en el sistema educativo de jóvenes de familias de bajos ingresos. Asimismo, fomentamos la inclusión financiera con la entrega de un producto bancario para administrar la beca, y de esta manera incorporar a sectores vulnerables en el mercado financiero.

El Programa consiste en el otorgamiento de becas educativas a jóvenes de entre 12 y 19 años que se encuentran cursando el nivel medio de educación formal y cuyo contexto socioeconómico los pone en riesgo de deserción escolar. También incluye a aquellos

que están fuera del sistema educativo, a fin de integrarlos a partir del desarrollo de habilidades técnicas. Además, los becarios cuentan con un seguimiento personalizado realizado por un tutor, con el objetivo de asesorarlos en el cumplimiento de los compromisos asumidos con el Programa, tales como la buena administración de la beca en función de la orientación educativa de la misma, el buen desempeño escolar y su colaboración en las actividades que lleve adelante la ONG a la cual pertenece.

Este año incorporamos nuevas organizaciones al Programa: Fundación Vicente Lucci (Tucumán) y el Hogar María del Rosario de San Nicolás (Ciudad Autónoma de Buenos Aires).

Asimismo el Programa Becas de Integración BBVA Francés abrió la posibilidad de que personas físicas y jurídicas puedan convertirse en protagonistas de la transformación, becando a nuevos alumnos de las ONG que participan de nuestro Programa, mediante una donación para cubrir el dinero “de bolsillo” que recibe el becado. El resto de los costos correspondientes a la gestión de las becas son asumidos por BBVA Francés.

Estas nuevas donaciones se hacen efectivas mediante la transferencia del monto de la beca a la cuenta corriente utilizada únicamente para la recarga de tarjetas de los becarios. El sistema de donaciones garantiza la transparencia del destino del dinero, ya que va directo “al bolsillo” del becado y no es administrado por intermediario alguno. Bajo este sistema se concretaron un total de 38 becas, 32 de las cuales fueron aportadas por directivos y empleados del Banco, 5 por la Fundación Vicente Lucci y 1 por el músico Pedro Aznar, quien también participa del Programa Artistas por la Educación.

También iniciamos el desarrollo de una nueva herramienta de gestión, a través de una plataforma online mediante la cual se agilizan los procedimientos de incorporación de becarios, seguimiento y recargas de tarjetas.

Durante el 2011 otorgamos un total de 1.240 becas a alumnos de 23 centros educativos, en 20 localidades del país y a través de alianzas con 16 ONG. Ello requirió una inversión de \$5.391.248, incluyendo las becas por donaciones y el aporte de BBVA Francés.

Programa Becas de Integración BBVA Francés

Entidades asociadas al Programa Becas de Integración BBVA Francés						
ONG	CENTRO	CANTIDAD DE BECADOS				
		Financiado por BBVA Francés	Donación personas jurídicas	Donación directivos y empleados del Banco	Donación particulares	Total por ONG
Fundación Cláritas	Centro Integral "Casa del Niño de Lourdes"	70				70
Las Tunas ONG	Las Tunas ONG	60		1		61
Fundación Brazos Abiertos	Fundación Brazos Abiertos	30		3		33
Colegio Carmen Arriola de Marin	Colegio Plácido Marin	61				61
Fundación Hermanos Maristas	Casa Corazón de María	25				50
	Escuela Marcelino Champagnat	25				
Institución Salesiana Nuestra Señora del Rosario	Institución Salesiana Nuestra Señora del Rosario	50				50
Parroquia Sagrada Familia	Centro Comunitario de Promoción Social La Casita	35		1		36
Santa Rosa de Lima	Instituto María Madre Nuestra	49		1	1	127
	Colegio San José	76				
Parroquia Nuestra Señora de Itatí	Parroquia Nuestra Señora de Itatí	90		5		95
Asociación Civil La Educadora Compañía de Jesús	Centro Educativo Padre José María Llorens	95				95
Fundación Nuestra Señora de la Paz	Colegio Ntra Sra de la Paz	48		1		49
Asociación Civil Fe y Alegría	Fe y Alegría I.P. 54	50		3		106
	Centro Educativo Fe y Alegría N° 8171	52		1		
Institución Salesiana San Francisco Javier	Colegio Ceferino Namuncurá, Centro de Formación Integral Don Bosco, Colegio Salesianos de la Patagonia	100		1		295
	Colegio San José Obrero	90		1		
	Obra La Piedad	98		5		
Cáritas San Isidro	Obra Comunitaria Marcelino Champagnat	27		1		28
	Centro Familiar San Juan Bautista	30		6		36
	Asociación Civil La Barca	13				13
Fundación Vicente Lucci	Fundación Vicente Lucci	20	5	2		27
Asociación Civil María del Rosario de San Nicolás	Hogar María del Rosario de San Nicolás	8				8
Total		1.202	5	32	1	1.240

Mediante el **Programa Becas de Integración BBVA Francés** beneficiamos a **1.240** alumnos en 2011, de 23 centros educativos, en 20 localidades del país y a través de alianzas con 16 ONG. Ello requirió una inversión de \$5.391.248, incluyendo las becas por donaciones y el aporte de BBVA Francés.

Cantidad de Becas de Integración



Testimonios del Programa Becas de Integración BBVA Francés

“Antes el colegio no me interesaba. Ahora sí, me llevo bien con los compañeros y con los tutores”.

Pablo, 15 años, Becado.

“A mi hijo le cambió la vida, desde que tiene la beca mejoró las notas”.

Madre.

“Desde que empecé con la beca, me siento más responsable. Valoro más lo que tengo”.

Santiago, 16 años, becado.

“La beca me re-incentivó, me va a ayudar a tener un mejor futuro”.

Mariana, 17 años, becada.

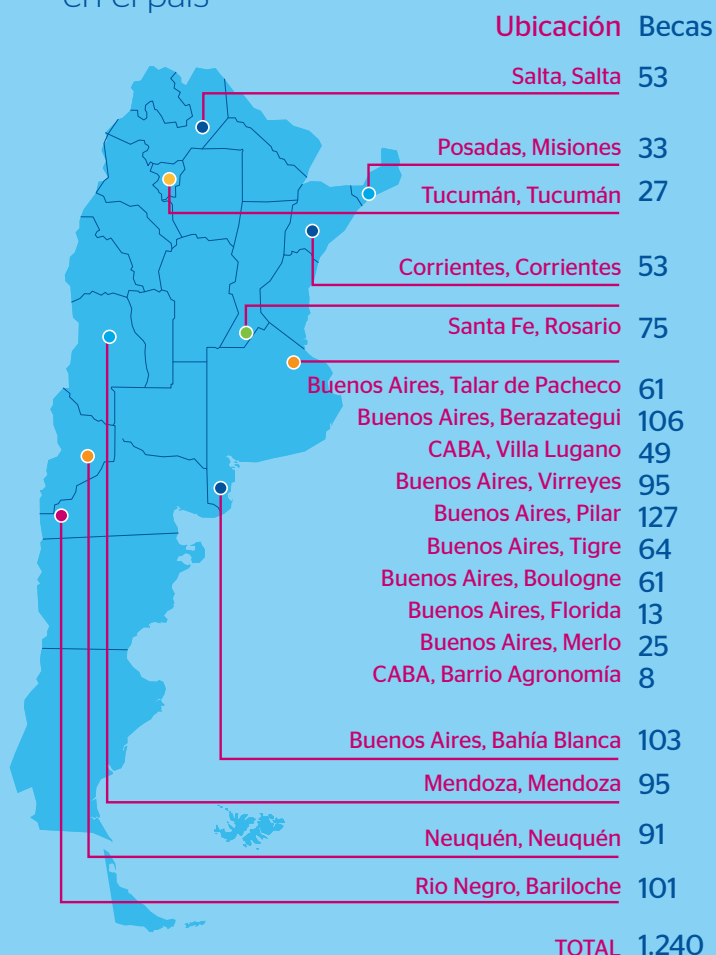
“Los chicos son los dueños de las tarjetas, ellos tienen la plata y ya saben qué pueden comprar y en qué pueden gastarla... saben que tienen que ser responsables”.

Madre.

“Los becados representan el 55% de nuestros alumnos y, si bien no la están recibiendo todos, cambió el clima en todo el colegio. Hay más entusiasmo por estudiar, más alegría”.

Directora de escuela.

Becas de Integración BBVA Francés en el país



Gestión, evaluación y auditoría del Programa de Becas

Como todos los años, realizamos la evaluación del Programa Becas de Integración junto con la Fundación Grupo Sophia, en las localidades del interior del país, Gran Buenos Aires y Ciu-

dad Autónoma de Buenos Aires, donde se desarrolló la iniciativa mediante encuestas que relevaron información respecto del Programa, brindada por los padres, becados y tutores

De la evaluación realizada destacamos las siguientes conclusiones:

¿Cuáles son las características de los padres de los becados?

El **38,6%** de los jefes de hogar son asalariados informales.

El **31,5%** de los padres de los becados tiene primario completo, y sólo el **16,9%** finalizó sus estudios secundarios.

¿Cuáles fueron las mejoras del Programa en 2011?

Importante mejora en cuanto al equilibrio sostenido en el comportamiento educativo, actitudinal y relacional.

Los becarios pueden comprar los materiales y útiles que necesitan (33,3%); ayudar económicamente en la casa (19%); mejorar en el estudio (11%) y sentirse más responsable (16,2%).

El dinero de la beca se continúa destinando para la compra de útiles, indumentaria, pago de comida o vianda y de las cuotas del colegio.

Los becarios continúan considerando fácil la administración del dinero otorgado por el Programa (56,4%); así como consideran igual de fácil el uso de la tarjeta magnética (52,2%).

¿Qué opinan los padres de los becados sobre el Programa?

Los padres de los becados consideran que el Programa contribuye “mucho” a mejorar la educación de sus hijos (88,8% en 2009; 92,8% en 2010 y 87,6% 2011).

Alta satisfacción de los padres respecto a la educación que reciben sus hijos/as (78,7% muy satisfecho y 15,7% satisfechos).

Importante valoración de los padres sobre el servicio que brinda la escuela, en cuanto a calidad, efectividad, eficiencia y comunicación.

¿Cuál es la opinión de los padres, los becarios y la comunidad sobre BBVA Francés?

El 72,3% de los becarios, el 87,6% de los padres y el 71,4% de la comunidad considera que ha mejorado “mucho” su opinión general sobre el BBVA Francés desde que conoce el Programa.

¿Cuál es la percepción general sobre el rol de bancos y empresas en la sociedad?

Para el 96,6% de los padres y para el 94,3% de la comunidad “los bancos y las empresas sí deben invertir esfuerzos en proyectos sociales en las comunidades en las que trabajan”.

Informe sobre Programas de Becas Educativas en la Argentina

En 2011 actualizamos el "Informe sobre Programas de Becas Educativas en Argentina" realizado el año pasado. Esta actualización refleja un panorama alentador por el sostenimiento de los programas y el aumento en la cantidad de becas otorgadas, en general. Tanto en el informe de 2010 como en la actualización de 2011, ocupamos el primer lugar como entidad financiadora de becas en el país originadas y financiadas por el sector privado.

En 2011 continuamos ocupando el primer lugar como entidad financiadora de becas en el país, según el "Informe sobre Programas de Becas Educativas en Argentina".

Talleres de Expresión Artística

Los Talleres de Expresión Artística continuaron realizándose en 2011 en instituciones vinculadas al Programa Becas de Integración, con el objetivo de integrar aún más a los becarios, brindarles contención y crear nuevos canales de comunicación. BBVA Francés acompaña y realiza el seguimiento de cada taller, dando respuesta a las necesidades de cada entidad (viáticos, remeras distintivas, afiches) y participa de las diferentes actividades llevadas a cabo por los mismos.

Se sumaron a los Talleres los siguientes centros: Parroquia Santa Rosa de Lima con el Colegio San José de Pilar, Parroquia Sagrada Familia de Berazategui, Fundación Marista en las localidades de Merlo y Rosario y la Institución Salesiana Nuestra Señora del Rosario de Rosario, provincia de Santa Fe. Se diseñaron especialmente afiches para la difusión de los talleres en cada centro.

Como resultado del trabajo realizado, se llevaron a cabo dos presentaciones de los Talleres dictados en cada institución, compartiendo los logros obtenidos por los chicos con la comunidad.

Programa Artistas por la Educación

El Programa Artistas por la Educación es una iniciativa que convoca a artistas destacados y de reconocida trayectoria a adherirse al Programa Becas de Integración. En 2011 sumamos un importante acuerdo de patrocinio con el Teatro Colón, para

promover el canto lírico en el país a través de las actividades de su Instituto Superior de Arte (ISA). El acto inaugural de dicho acuerdo se llevó a cabo en el Salón Dorado del Teatro Colón. Se realizaron clases magistrales y presentaciones del ISA en importantes teatros del interior del país. Cada presentación se articuló con un almuerzo con empresarios y representantes del ámbito social y educativo, donde se presentó el Programa Becas de Integración, y los alumnos de los Talleres de Expresión realizaron una muestra artística.

Asimismo, tuvo lugar un ciclo de conciertos del maestro Mario Parmisano y su trío, en el Centro Cultural Borges y durante el segundo semestre del año, el músico Pedro Aznar realizó clínicas musicales en diversos centros educativos del Programa, donde compartió a la comunidad sus experiencias con la música.

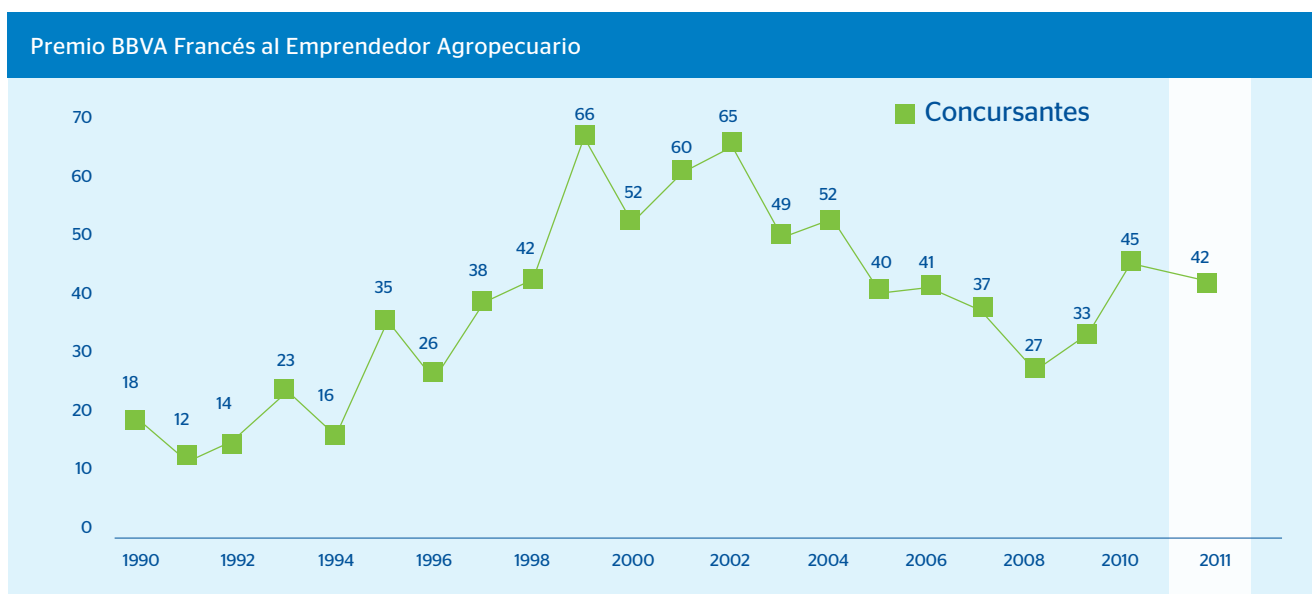
Sumamos un importante acuerdo de patrocinio con el Teatro Colón, en el marco de nuestro Programa Artistas por la Educación, para promover el canto lírico en todo el país.

Premio BBVA Francés al Emprendedor Agropecuario

Como todos los años, realizamos 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 22ª edición contó con 42 trabajos presentados y el premio Gran Emprendedor Agropecuario 2011 fue otorgado a "Berardo Agropecuaria. Produciendo Juntos" de Carolina Butelli y Gisela Pozzi, de Entre Ríos. La empresa se dedica a la producción agrícola y por la tecnología de última generación utilizada y la organización empresarial, ha tenido un crecimiento constante bajo el sistema de siembra compartida. Se destaca la estrategia de integración haciendo alianzas con proveedores y clientes conformando una amplia red de prestadores de servicios a gran escala, con socios que aportan capital para la producción y la organización en varias secciones según el rol que cumple en el proceso.

También, se entregaron 8 distinciones en las distintas categorías del Certamen a trabajos pertenecientes a las provincias de Mendoza, Córdoba, Buenos Aires, Chaco, Salta y Entre Ríos.



Fundación BBVA Banco Francés

La Fundación BBVA Banco Francés es una institución sin fines de lucro que inició sus actividades en 1987 y es sustentada por el Banco. Desde su objetivo de colaborar con el mejoramiento del bienestar de la comunidad en su conjunto, toma como ejes el favorecer el éxito empresario, colaborar con determinados emprendimientos de ONG, y la promoción del arte como expresión cultural de la comunidad. Tiene como sede la "Casona Alsina" declarada Monumento Histórico Nacional y ubicada frente a las barrancas de Belgrano en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La Fundación tiene como actividad principal la gestión, coordinación, administración y control de calidad del Programa Becas Integración BBVA Francés. Asimismo, administra el Programa de Donaciones del Banco por medio del cual, donamos 264 elementos (entre mobiliario, hardware, insumos y artículos varios) a 17 establecimientos educativos e instituciones sin fines de lucro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de las provincias de Buenos Aires, Salta, Córdoba y Mendoza. Además, se cedió el espacio del Auditorio de la Fundación BBVA Banco Francés para la realización de 36 actividades entre comités y eventos institucionales del Banco.

Programa de Promoción de la Colección Badií

La sede de la Fundación funciona como museo donde se exhibe la obra del artista plástico Líbero Badií. Durante 2011 realizamos contratos de renovación y préstamo de obras de arte pertenecientes a la Colección Fundación BBVA Banco Francés, ubicadas en distintas áreas del BBVA Francés y empresas vinculadas. Asimismo efectuamos el relevamiento correspondiente al estado de conservación, y dimos recomendaciones para un mayor cuidado del patrimonio.

Nuestro firme compromiso con la difusión del arte y la cultura se manifiesta en el patrocinio que realizamos en la muestra "Líbero Badií, artista múltiple", presentada este año por el Centro Cultural Borges. La muestra propone un recorrido por la vasta obra gráfica del artista, acompañada por óleos y esculturas.

La Noche de los Museos

BBVA Francés participó en "La Noche de los Museos" con el Museo Líbero Badií. Dicho evento, que se realizó por octavo año consecutivo, es organizado por la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y ofrece una programación especial de actividades con entrada libre y gratuita, con el objetivo de acercar nuevos públicos a los museos. En el marco de esta jornada, el Museo Líbero Badií ofreció visitas guiadas por la muestra permanente del artista y las dependencias de la Casona Alsina (Monumento Histórico Nacional). Como actividad cultural complementaria, el museo brindó dos funciones del espectáculo musical Carlos Lastra - Cuarteto de Jazz.

Programas originados por BBVA, los cuales BBVA Francés adhiere

Metas Educativas 2021

En 2010 el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, formó junto a la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), la mayor alianza entre una entidad privada y un organismo internacional a favor de la educación en Iberoamérica. Este acuerdo se realizó en el marco del proyecto "Metas Educativas 2021: La educación que queremos para la Generación de los Bicentenarios",

un proyecto ambicioso que buscar contribuir de forma decisiva al desarrollo económico y social de Iberoamérica, a la formación de una generación de ciudadanos cultos y, por ende, libres, en sociedades democráticas, igualitarias, abiertas y solidarias.

El objetivo final es lograr una educación que de respuesta satisfactoria a 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 está llevando 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 (localmente el nombre del programa es Programa Becas de Integración BBVA Francés).

Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento

La Fundación BBVA centra su actividad en el fomento de la investigación, en la formación avanzada y en la difusión a la sociedad del conocimiento científico, prestando especial atención al análisis de cuestiones emergentes en siete áreas estratégicas: Ecología y Biología de la Conservación; Biomedicina; Economía, Finanzas y Gestión de Empresas, Ciencias Básicas; Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC); Cooperación al Desarrollo; y Música Contemporánea. 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.

En este contexto, se entregan anualmente los Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento que buscan reconocer las contribuciones científicas y artísticas que hacen posible desplazar hacia adelante las fronteras del conocimiento y ampliar las posibilidades de la sociedad para un futuro mejor. Por disciplinas cubiertas y dotación, pueden considerarse los segundos más importantes del mundo, sólo superados por los premios Nobel.

Los galardonados en la edición 2010 han sido **Shinya Yamanaka**, por lograr la reprogramación celular y hacer posible la medicina regenerativa; **Nicholas Stern**, por medir el coste económico del cambio climático; **Gabor Somorjai**, por descubrir reacciones químicas claves en procesos productivos y medioambientales; **Edward O. Wilson**, por acuñar y difundir el concepto de biodiversidad, y demostrar su importancia para la humanidad; **Donald E. Knuth**, por enriquecer y estructurar el lenguaje de los ordenadores; **Lars Peter Hansen**, por diseñar el método que usan hoy analistas y decisores monetarios para extraer conclusiones de datos estadísticos; el **Instituto Internacional de Investigación del Arroz (IRRI)**, por convertir la investigación del arroz en arma eficaz en

la lucha contra el hambre; y **Helmut Lachenmann**, por ensanchar el mundo de los sonidos como ningún otro compositor contemporáneo. Los resultados de la edición 2011 se anunciarán en febrero de 2012.

Ruta Quetzal

Ruta Quetzal es un programa formativo declarado de interés cultural por la UNESCO (Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), y que ha permitido desde 1993 que miles de jóvenes de entre 16 y 17 años amplíen sus conocimientos y desarrollen un espíritu de cooperación internacional. Promueve la educación en valores asociados al esfuerzo, la igualdad de oportunidades, el respeto mutuo y la superación de las desigualdades.

La XXVI Ruta Quetzal BBVA, *La Aventura de Martínez Compañón en Perú. Del Desierto Moche a la Selva Amazónica*, siguió la estela del obispo de Trujillo (Perú), el religioso navarro Baltasar Jaime Martínez Compañón, un hombre ilustrado que accedió al obispado en 1779. Los 225 jóvenes de 51 países, de los cuales 4 fueron argentinos, recorrieron Perú, España y Portugal durante casi cinco semanas.

El programa académico, como en años precedentes, ha sido impulsado por la Universidad Complutense de Madrid, que realizó el proceso de selección de los trabajos presentados por los jóvenes aspirantes y además proporcionó profesores de apoyo a la expedición y ha colaborado activamente en la preparación y desarrollo de Ruta Quetzal BBVA.

Programas de terceras organizaciones patrocinados por BBVA Francés

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.
- **(OEI) Organización de Estados Iberoamericanos.** Realizamos una donación destinada al Convenio de Colaboración entre BBVA, nuestro accionista de referencia, y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) para la elaboración y el desarrollo del proyecto "La primera infancia en Iberoamérica", destinado a mejorar la educación de los niños en América Latina.
- **Ecos y voces.** Participamos con un aviso en el programa de la 6ª Cena Anual que se llevó a cabo el 9 de junio en el Hipódromo de San Isidro.

- **CEERJIR (Comisión Episcopal de Ecumenismo, Relaciones con el Judaísmo, el Islam y las Religiones).** Nuestro aporte contribuyó con las actividades interreligiosas que lleva a cabo la Comisión Episcopal.
- **Fundación Carolina.** Nuestro aporte institucional se basa en la colaboración para las diferentes actividades de la Fundación, orientadas a profundizar la cooperación en el ámbito educativo, cultural y científico entre la Argentina y los países de Iberoamérica.
- **Fundación Tzedaká.** Donación para la compra de 5 computadoras que conforman el Premio IDEA a favor de la Inclusión Educativa para Adolescentes.
- **Las Tunas ONG.** Nuestro aporte contribuyó a la realización de las actividades de la Biblioteca y en particular al proyecto "La escuela a la Biblioteca", cuyo objetivo es el de organizar visitas de grupos de alumnos a las bibliotecas, para promover la lectura placentera y el uso de la biblioteca como una herramienta amigable para el estudio y la investigación.
- **Azul Solidario.** Esta asociación civil tiene como objetivo principal mejorar la educación rural. En este sentido, nuestra donación permitió la compra de 6 computadoras y una pizarra digital, destinadas a la Escuela Agraria de Azul (provincia de Buenos Aires).

En el ámbito de acción social

- **Fundación Banco Francés.** La Fundación recibe una donación mensual de BBVA Francés.
- **Catedral de San Isidro.** Participamos en la Cena Anual, que se llevó a cabo el 30 de septiembre, en el Colegio Marín, a beneficio de la Casa de Servicios Sociales y Comunitarios, del Jardín Maternal Sagrada Familia y de los grupos misioneros de la Parroquia.
- **Fundación Ruta 40.** Realizamos un aporte para la 2ª Cena Solidaria 2011, que se llevó a cabo el 5 de noviembre 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 más lo necesitan.
- **La casa de Ronald McDonald Asociación Argentina de Ayuda a la Infancia.** Participamos en la 17ª Cena Anual 2011 con el objetivo de recaudar fondos para los diferentes proyectos a favor de la infancia.
- **Fundación Conin - Cooperadora para la nutrición infantil.** Contribuimos con un aporte para la Cena Anual Solidaria que se llevó a cabo en Espacio Pilar, el 29 de septiembre de 2011.
- **Museo Nacional de Bellas Artes.** Participamos en la Cena Anual de la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes que se realizó el 26 de septiembre de 2011 en el Pabellón de Exposiciones Temporarias del Museo, para contribuir con la realización de obras edilicias y desarrollar nuevos programas educativos a nivel escolar, elaborados por el Departamento de Extensión Cultural del Museo.
- **Diálogo en la Oscuridad.** Contribuimos con el aporte para un

aviso en el programa de mano de la exhibición organizada en la Ciudad Cultural Konex. Se trata de una propuesta de integración social que sorprende y educa. Mediante una exhibición dirigida a todo público que propone vivir una experiencia sensorial e imaginativa única, en la que personas ciegas comparten con los visitantes cómo es vivir en un mundo sin imágenes.

- **Fundación Nordelta:** Participamos en la Noche Solidaria Fundación Nordelta que se llevó a cabo el 23 de junio de 2011.
- **Círculo 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.
- **Fundación CUBA:** Realizamos una donación para la V Comida Anual a beneficio de la Fundación CUBA, en apoyo a las iniciativas que lleva adelante dicha institución.

En el ámbito empresario

- **Fundación Mediterránea.** Realizamos un aporte institucional para el 34º aniversario que se llevó a cabo el 9 de septiembre de 2011, en la ciudad de Córdoba.
- **Fundación FIEL (Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas).** Realizamos un aporte institucional para las diferentes actividades que realiza la Fundación y para la Conferencia Anual FIEL 2011 que se llevó a cabo el 8 de noviembre, como así también ofrecimos una bienvenida en la sede de nuestra Fundación a los expositores que participaron en dicha Conferencia.
- **Cámara española de Comercio de la República Argentina.** Auspiciamos la organización de la V edición de la Copa de España de Golf, organizada por la Embajada de España, que se ha convertido en uno de los torneos amateurs más importantes de Argentina y ha permitido el apoyo a diversas fundaciones y organismos dedicados a la ayuda de los más necesitados y a los discapacitados (HEME AQUÍ, Parroquia Santa Rosa de Lima, Fundación LEER, Hospital Español y Un Techo para mi país).
- **Fundación Libertad.** Realizamos un aporte para contribuir en las actividades llevadas a cabo durante el año 2011, con el objetivo de difundir los valores de la Libertad a través de la investigación y la difusión de los temas más relevantes en políticas públicas, dirigido en particular al ámbito socioeconómico y empresarial.
- **Estudio Balter & Asociados.** Auspiciamos el Ciclo de Conferencias "Contexto 2011".
- **FARN Fundación Ambiente y Recursos Naturales.** Donación para el "Informe Ambiental 2011".
- **LIDE Argentina.** Membresía.

Promoción de la Responsabilidad Corporativa

Durante 2011, desde la Dirección de Relaciones Institucionales del Banco, participamos como disertantes en diferentes foros y

charlas dentro del marco de la Responsabilidad Corporativa, entre los cuales se encuentran:

- Foro Ecuménico Social
- Universidad de San Andrés, Centro de Innovación Social, Programa de Escala de Negocios: Seminario de Extensión - Panel "Cómo liderar el crecimiento y multiplicar el impacto de negocios sociales".
- Fundación Estudios Superiores Dr. Plácido Marín: Panel sobre "Responsabilidad social y compromiso profesional".

Foro Ecuménico Social

Continuamos con la promoción, difusión y participación de las actividades del Foro Ecuménico Social, como Miembro Fundador y Promotor del Premio al Emprendedor Solidario.

También participamos como auspiciante y jurado del Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas y del Premio al Mejor Reporte de RSE de la Argentina.

Premio al Emprendedor Solidario

El Foro Ecuménico Social organiza el Premio al Emprendedor Solidario con el objetivo de reconocer a organizaciones que hayan realizado acciones para el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad, y estimular el espíritu solidario. Se otorga en las categorías Empresas, Instituciones y ONG, y consiste en un diploma emitido por el Foro y firmado por el Jurado.

En la edición 2011 se presentaron 55 trabajos, y ya son más de 1.000 los trabajos involucrados desde el inicio del Premio. Desde BBVA Francés participamos como jurado en las categorías de Educación, Integración con la Comunidad, Voluntariado y Cuidado del Medio Ambiente.

Durante 2011, hemos invertido un total de 8,8 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 Banco Francés (en pesos ARG)

Área de actuación	Número de proyectos	Aportación monetaria	Contribución en especie	Valor del tiempo	Otros gastos de gestión	TOTAL
Educación y juventud	5	122.655,00	0,00	485.208,75	0,00	607.863,75
Arte y cultura	2	201.614,00	0,00	173.737,20	0,00	375.351,20
Bienestar social	1	0,00	0,00	46.176,00	0,00	46.176
Otros	1	0,00	0,00	46.176,00	0,00	46.176
TOTAL	9	324.269,00	0,00	751.297,95	0,00	1.075.566,95

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

Área de actuación	Número de proyectos	Aportación monetaria	Contribución en especie	Valor del tiempo	Otros gastos de gestión	TOTAL
Educación y juventud	12	5.854.924,00	0,00	74.314,50	0,00	5.929.238,50
Desarrollo económico	4	67.750,00	0,00	3.246,75	0,00	70.996,75
Medio Ambiente	1	30.000,00	0,00	1.082,25	0,00	31.082,25
Arte y cultura	1	6.613,41	0,00	0,00	0,00	6.613,41
Bienestar social	5	1.745.995,33 ⁽¹⁾	0,00	2.164,50	0,00	1.748.159,83
Ayuda humanitaria	1	23.750,00	0,00	721,50	0,00	24.471,50
Salud	1	5.000,00	0,00	721,50	0,00	5.721,50
Otros	7	1.009.342,00	0,00	20.634,90	0,00	1.029.976,90
TOTAL	32	8.743.374,74	0,00	102.885,90	0,00	8.846.260,64

(1) Incluye la suma de \$1.719.395, correspondiente a la gestión de la Fundación BBVA Banco Francés. (Monto conformado por \$1.075.566,95 en concepto de proyectos desarrollados, de acuerdo al detalle del primer cuadro presentado, y \$643.828,05 por otros conceptos).



Pacto Mundial y Objetivos de desarrollo del Milenio

Pacto Mundial de Naciones Unidas

Como todos los años desde nuestra adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas a nivel corporativo en 2002 y localmente en la Red Argentina en 2004, en esta oportunidad publicamos nuestra Comunicación sobre el Progreso (COP) 2011 donde damos a conocer las prácticas realizadas en BBVA Francés durante este período que dan cumplimiento a los diez principios basados en los derechos humanos, laborales y medioambientales y de lucha contra la corrupción.

La COP 2011, disponible en la web www.pactomundial.org, es presentada a partir de este Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, y en base al documento realizado por el Pacto Mundial y la Iniciativa de Reporte Global (GRI), "Estableciendo la conexión".

Categorías	Principios	Indicadores GRI
Derechos Humanos	Principio 1 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
	Principio 2 Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	HR 1-9, SO5
Trabajo	Principio 3 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
	Principio 4 Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR 1-3, HR7, SO5
	Principio 5 Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	HR 1-3, HR6, SO5
	Principio 6 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	Principio 7 Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	EC2, EN18, EN26, EN30, SO5
	Principio 8 Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	EN 1-30, SO5, PR3-4
Anti-corrupción	Principio 9 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
	Principio 10 Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	SO2-6

Los Objetivos del Milenio

Los ocho Objetivos del Milenio (ODM), promovidos por las Naciones Unidas, nacen de un acuerdo internacional que fija el 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras significativas en la reducción de la pobreza y las desigualdades que afectan a millones de personas en el mundo. En este sentido, siguiendo los lineamientos corporativos del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, nos sentimos plenamente comprometidos con este reto por medio de actividades de Responsabilidad Corporativa que desarrollamos en la Argentina.

Objetivos del Milenio	Iniciativa principal de BBVA Francés
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Programa Becas de Integración BBVA Francés
2. Educación universal	Plan de Acción social de BBVA
	Plan Estratégico de RRC
	Programa 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 Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2011 de BBVA Banco Francés S.A.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos de la Memoria de Sostenibilidad 2011 del BBVA Banco Francés S.A. (en adelante "Informe RC") 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 y el suplemento del sector financiero propuestos por dicho estándar. Dicho examen se efectuó sobre el conjunto de las actividades del BBVA Francés en Argentina, llevadas a cabo desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2011.

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 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.

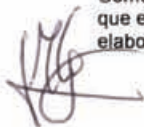
Procedimientos realizados

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.
- Contraste de que el contenido del Informe RC no contradice ninguna información relevante suministrada por el BBVA Francés en su Informe Anual sobre los Estados Contables al 31 de diciembre de 2011.
- Análisis de la adaptación de los contenidos de la Memoria 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 en base a la selección de una muestra, 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 nuestro examen podemos concluir que no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe RC 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:

- Documentar formalmente los procesos de captura, procesamiento y reporte de la información, definiendo roles y responsabilidades de todos los colaboradores en el proceso de reporte anual, así como también el alcance de cada concepto a informar.
- Continuar mejorando el sistema de reporte -administración de la información- de los datos de Responsabilidad Corporativa (RC), ampliando el alcance y profundizando la calidad de la información, además del número de indicadores a presentar cada año.
- Definir formalmente roles y responsabilidades de todos los colaboradores en el proceso de reporte anual, y capacitarlos para la adecuada ejecución de sus tareas.
- Sistematizar la actividad de reportar -obtención y administración de la información- y ampliar el alcance sobre la base de la relevancia de los indicadores clave para la gestión socialmente responsable del BBVA Francés.

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 2012

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



Martin M. Carmuega
Confador Público (UBA)
C.P.C.E.C.A.B.A. - T° 264 - F° 198



Criterios del Informe

Alcance, relevancia, materialidad y cobertura del Informe

Esta publicación es nuestro quinto Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC). Este documento reúne información sobre las acciones, iniciativas, programas y proyectos realizados con nuestros grupos de interés -empleados, clientes, accionistas, proveedores, la comunidad y el medioambiente- durante 2011, y el desempeño en materia económica, social y ambiental como resultado de estas prácticas. A su vez, comunicamos los resultados de años anteriores a modo comparativo para mostrar la evolución en nuestra gestión de Responsabilidad Corporativa.

La estructura del IARC 2011 de BBVA Francés fue realizada siguiendo los lineamientos del Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, en base a los cuatro pilares de la estrategia de Responsabilidad Corporativa. Por su parte, la selección de contenidos estuvo a cargo de un Grupo de Trabajo compuesto por miembros de todas las áreas del Banco, quienes trabajaron sobre la información relevante para los grupos de interés y la empresa, y su posterior validación por el Comité de RC.

Durante el proceso de relevamiento de información se realizó un análisis de materialidad local siguiendo los lineamientos y estudios realizados por el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative- GRI) y la serie AA1000 de Accountability.

Referencias básicas y estándares internacionales

El IARC 2011 fue elaborado siguiendo los lineamientos, principios e indicadores de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative - GRI) y en 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.

A su vez, este documento cumple con la Comunicación sobre el Progreso 2011 en el cual mostramos el cumplimiento a los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas a través de las actividades desarrolladas durante el año, siguiendo el documento realizado por el Pacto Global de Naciones Unidas y la Iniciativa de Reporte Global "Estableciendo la conexión".

Rigor y verificación

Esta publicación fue revisada, verificada internamente y auditada externamente. Las recomendaciones puestas de manifiesto en estos procesos de revisión del IARC 2010 se tuvieron en cuenta en el proceso de elaboración de este documento y algunos fueron considerados como oportunidades de mejora para los próximos informes.

Cabe destacar que los indicadores cuantitativos que muestran nuestra gestión ambiental fueron estimados a partir de datos reales del período comprendido entre diciembre 2010 y noviembre 2011, 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



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

INDICADORES GRI		PÁGINA IARC 2011
1. VISIÓN Y ESTRATEGIA		
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	2
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	SIT, 6, 8,9, 11-13, 21-23, 64-67
2. PERFIL		
2.1	Nombre de la organización.	SIT
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	SIT, 16-20
2.3	Estructura operativa de la organización.	SIT, 7, 8
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, 19,20
2.8	Dimensiones de la organización informante.	SIT, 9, RC, (2)
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	20
2.10	Premios y distinciones recibidos.	(3)
3. PARÁMETROS DEL INFORME		
<i>Perfil del Informe</i>		
3.1	Período cubierto por la información contenida en el Informe.	54
3.2	Fecha del Informe anterior más reciente.	54, (4)
3.3	Ciclo de presentación de informes.	(4)
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al Informe o su contenido.	RC
<i>Alcance y cobertura del Informe</i>		
3.5	Proceso de definición del contenido del Informe.	54
3.6	Cobertura del Informe.	54
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Informe.	54
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	(5)
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	54
3.10	Efecto de la reexpresión de información de informes anteriores.	(5)
3.11	Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Informe.	(6)
<i>Índice del contenido GRI</i>		
3.12	Tabla de contenidos GRI.	56-62
<i>Verificación</i>		
3.13	Política y práctica sobre verificación externa.	51-52, 54.

4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS		
<i>Gobierno</i>		
4.1	Estructura de gobierno de la organización.	7, 8, (2)
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	(2)
4.3	Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	(2)
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	20, 30, (2)
4.5	Vínculo entre la retribución del máximo órgano de gobierno y el desempeño de la organización, incluido el desempeño social y ambiental.	7, (2), (7)
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	7-9, (2)
4.7	Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno.	8
4.8	Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.	5, 8, 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.	6-8
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	7, 8
<i>Compromisos con iniciativas externas</i>		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	21-23, 34, 35
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	19-20, 31, 34-37, 39-47
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya	8, 9, 22, 23, 46-47, 49, 50
<i>Participación de los grupos de interés</i>		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	11-13
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	11-13
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	11-13, 15-18, 20, 29, 30, 33
4.17	Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.	11-13, 15-18, 20, 29, 30, 33
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		SIT, 9, 19, 20, (2)
<i>Desempeño económico</i>		
EC1 (P)	Valor económico directo generado y distribuido	SIT, 9
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.	(8)
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N/D
<i>Presencia en el mercado</i>		
EC5 (A)	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	25
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	(9)
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	(10)
<i>Impactos económicos indirectos</i>		
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.	19-20, 39-44
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		24-28
<i>Empleo</i>		
LA1 (P)	Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región.	25
LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	24, 25
LA3 (A)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal.	29, 30
<i>Relaciones empresa/trabajadores</i>		
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	(11)
LA5 (P)	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	(12)
<i>Salud y seguridad en el trabajo</i>		
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.	31
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos en relación con enfermedades graves.	30, 31
LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	(14)
<i>Formación y educación</i>		
LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	29
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	28, 29
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	28, (15)
<i>Diversidad e igualdad de oportunidad</i>		
LA13 (P)	Órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad y pertenencia a minorías.	7, 24, 25
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	(16)
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		8-9, 26, 27, 32
<i>Prácticas de inversión y abastecimiento</i>		
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.	33
HR3 (A)	Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos.	29
<i>No discriminación</i>		
HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	(17)
<i>Libertad de asociación y convenios colectivos</i>		
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.	(17)

<i>Explotación infantil</i>		
HR6 (P)	Actividades que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas.	(17)
<i>Trabajos forzados</i>		
HR7 (P)	Operaciones con riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas.	(17), (18)
<i>Prácticas de seguridad</i>		
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.	N/D
<i>Derechos de los indígenas</i>		
HR9 (A)	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	(17)
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		39-47
<i>Comunidad</i>		
SO1 (P)	Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	39-44
<i>Corrupción</i>		
SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	7-9, 21-23
SO3 (P)	Porcentaje de empleados formados en anti-corrupción.	22
SO4 (P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	(17)
<i>Política pública</i>		
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
<i>Comportamiento de competencia desleal</i>		
SO7 (A)	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	(17)
<i>Comportamiento normativo</i>		
SO8 (P)	Valor monetario de sanciones, multas y sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes y regulaciones.	(17)
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		15-23
<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.	18, 19
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.	(17)
<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.	18, 19, (19)
PR4 (A)	Nº total de incumplimientos de la regulación relativa a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	(17)
PR5 (A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.	15-18

<i>Comunicaciones de marketing</i>		
PR6 (P)	Programas de cumplimiento de las leyes y códigos voluntarios en comunicaciones de marketing.	(19)
PR7 (A)	Nº total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	(17)
<i>Privacidad del cliente</i>		
PR8 (A)	Nº total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	(17)
<i>Cumplimiento normativo</i>		
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.	(17)
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		34, 35
<i>Materiales</i>		
EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen.	37
EN2 (P)	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	37
<i>Energía</i>		
EN3 (P)	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	36
EN4 (P)	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	35
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.	34, 35
<i>Agua</i>		
EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes.	34, 35
EN9 (A)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	(9)
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	N/A
<i>Biodiversidad</i>		
EN11 (P)	Terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	(9)
EN12 (P)	Impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	(9)
EN13 (A)	Hábitats protegidos o restaurados.	(9)
EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	(9)
EN15 (A)	Nº de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	(9)
<i>Emisión, vertidos y residuos</i>		
EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	35, 36
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	36
EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	34-36
EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	(9)
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	(9)
EN21 (P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	(9)

EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	36, 37, (20)
EN23 (P)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	(9)
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.	(9)
<i>Productos y servicios</i>		
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.	(9)
<i>Cumplimiento normativo</i>		
EN28 (P)	Coste de multas significativas y nº de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	(17)
<i>Transporte</i>		
EN29 (A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	36
<i>General</i>		
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.	5, 6, 21-23
FS2	Procesos para evaluar y controlar los riesgos ambientales y sociales en las líneas de negocio básicas.	21-23, 34
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.	21-23
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.	39-44, 46-47
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.	35
FS10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la empresa con las cuales se hayan interactuado en temas ambientales y sociales.	39-47
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.	5, 6, 19, 20, 39-47
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.	19, 39-44

- (1) Nuestra casa matriz se encuentra en Buenos Aires, Argentina.
- (2) Información en el Informe Anual 2011 de BBVA Francés.
- (3) Durante 2011, BBVA Francés no recibió premios relacionados a la gestión de RC.
- (4) BBVA Banco Francés publica el IARC anualmente, siendo el reporte anterior más reciente el IARC 2010.
- (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 en el alcance y cobertura del IARC.
- (7) 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 Comisión Nacional de Valores (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.
- (8) BBVA Banco Francés no emplea planes de pensión / jubilación por sobre los exigidos por la ley.
- (9) No material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia.
- (10) Indicador no material para BBVA Banco Francés ya que sus operaciones son en la Argentina y la mayoría de los miembros de la alta dirección son argentinos.
- (11) El 100% de los empleados tienen un convenio colectivo, aún cuando las negociaciones y acuerdos salariales alcanzan hasta la categoría de Jefe Principal de Departamento.
- (12) BBVA Banco Francés sólo notifica los vencimientos de Contratos a Plazo Fijo.
- (13) BBVA Banco Francés no cuenta con un Comité de Salud y Seguridad.
- (14) No existen acuerdos formales con sindicatos sobre asuntos de salud y seguridad.
- (15) Al cierre del IARC, los datos sobre la evaluación de actuación del período correspondiente aún no se han procesado. Es por eso que en este Informe se presentan los resultados de la evaluación de actuación 2010.
- (16) En igual posición, función y responsabilidad, no existen diferencias salariales entre hombres y mujeres.
- (17) Ninguno.
- (18) Las horas extras se liquidan de acuerdo a la legislación vigente.
- (19) 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 y Código de Prácticas Bancarias.
- (20) La información publicada corresponde únicamente a la gestión de residuos de papel.



Progresos 2011 y Objetivos 2012



	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2011	PROGRESOS 2011	OBJETIVOS 2012
PLAN DE ACCIÓN SOCIAL	Diseño y ejecución del Plan de Acción Social	Cumplimiento de los programas diseñados para 2011	Desarrollo e implementación de Programa Becas de Integración con un total de 1.240 becas, alcanzando 20 localidades de todo el país.	Cumplir con los programas diseñados para el año 2012
			Realización de la 22ª edición del Premio Emprendedor Agropecuario.	
			Desarrollo del Programa Artistas por la Educación con la adhesión del músico Pedro Aznar.	
			Patrocinio del Instituto Superior de Arte perteneciente al Teatro Colón.	
			Realización del Programa Talleres de Expresión Artística.	
DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE RRC	Matriz Local de RRC	Realizar un análisis del Tablero de Control Reputacional local.	Declinación a favor del uso de la herramienta Reprtrak	Profundizar en la implementación de la herramienta de medición de la reputación tanto interna como externa.
	Grupos de Trabajo	Continuar realizando reuniones periódicas con los grupos de trabajo.	Realización de reuniones periódicas con los grupos de trabajo, que también se realizaron 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 2010.	Elaboración y publicación del IARC 2010. Se realizó la reunión de capacitación y se designaron los diferentes referentes de las diversas áreas que aportan información para el IARC 2011.	Realizar el proceso de elaboración y publicación del IARC 2011.
	Formación en RRC para empleados	Continuar con los cursos sobre RRC para empleados.	Difusión del alcance del Programa Becas de Integración, generando un mayor conocimiento sobre las actividades de RRC que realizamos a través del mismo y haciendo partícipes a los empleados.	Continuar y profundizar a través de: reuniones especiales, comunicación interna, los viajes a las diferentes provincias y sucursales.
COMPROMISO CON PRINCIPIOS DE RRC	Comunicación para el Progreso del Pacto Global en Argentina	Publicar y presentar la COP 2010.	Publicación de la COP junto con el IARC 2010. Se atendió al programa de trabajo del capítulo del Pacto Global.	Publicar y presentar la COP 2011. Cumplir con el plan de trabajo relacionado al Pacto Global.
	Foro Ecuménico Social	Patrocinio y participación de actividades.	Se continuó patrocinando a diversas entidades.	Continuar patrocinando a diversas entidades en las diferentes actividades que lleven adelante

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2011	PROGRESOS 2011	OBJETIVOS 2012
VOLUNTARIADO CORPORATIVO	Voluntariado Corporativo	Analizar en el Comité de Dirección la Creación de una Oficina Voluntarios que administre y proponga proyectos, y un Concurso de Proyectos Sociales para nuestros voluntarios a través del cual ellos puedan proponer ideas en temas de ayuda social, premiando a las mejores.	Creación y lanzamiento del Programa "Voluntarios BBVA", realización de la primera acción de voluntariado "Bariloche nos Necesita". Lanzamiento del Concurso de Proyectos Sociales.	Continuar con el desarrollo de "Voluntarios BBVA" y el Concurso de Proyectos Sociales, incorporando acciones que fomenten la participación de nuevos voluntarios en el Programa y la difusión de la inclusión social de los sectores marginados.
FORTALECIMIENTO DE REPUTACIÓN EN LA GESTIÓN COMERCIAL	Calidad de atención	Implementar en 50 sucursales el Proyecto Gestión de Filas.	Implementación del Proyecto Gestión de Filas en 35 sucursales. Mediante dicha implementación se realizó un análisis del proyecto que derivó en la decisión de discontinuar su aplicación.	Buscar una nueva solución técnica y funcional en relación a la Gestión de filas, con el objetivo de implementarlo en toda la red de sucursales
	Reducción de riesgos, en la gestión comercial	Se continuará con las acciones de construcción y prevención de riesgo reputacional.	Presentación del Manual de Riesgo Reputacional.	Instrumentar el Manual de Riesgo Reputacional como herramienta de trabajo.
	Mejora en el ambiente de trabajo	Detectar áreas de mejora, colaborar con los diferentes sectores en el armado de planes de acción y también realizar acciones conjuntas entre Recursos Humanos y las áreas para apuntalar los aspectos de los indicadores más bajos.	Comenzamos a implementar los planes de acción para fortalecer los indicadores obtenidos en la Encuesta de Clima Laboral. Dado que se trata de mediciones bianuales, el cumplimiento de este objetivo se verá reflejado al cierre de 2012.	Continuar detectando áreas de mejora para fortalecer los aspectos cuya medición fue baja, y al mismo tiempo, mantener y mejorar aún más los aspectos relacionados al clima organizacional que fueron mejor valorados.
	Beneficios para clientes de Banca de Empresas	Continuar desarrollando este Programa en 2011 y comenzar a implementarlo (actividades de actualización para clientes y no clientes).	Implementación de actividades de actualización para clientes y no clientes.	Continuar mitigando el riesgo reputacional y mejorar el vínculo y relación con el cliente actual y potencial.
ACCESO AL SISTEMA DE SECTORES MENOS FAVORECIDOS	Bancarización de sectores menos favorecidos	Continuar con el Programa Becas de Integración 2011	Realización del Programa Becas de Integración que benefició a 1.240 alumnos, de 23 centros educativos, en 20 localidades del país (9 provincias y Ciudad de Buenos Aires), a través de alianzas con 16 ONG.	Continuar con el Programa Becas de Integración y su difusión. Generar donaciones de becas por personas físicas y jurídicas.
FACILITAR LA ACCESIBILIDAD A COLECTIVOS DESFAVORECIDOS O NECESIDADES ESPECIALES	BBVA Francés y personas con discapacidad	Continuar promoviendo criterios de diversidad que fomenten condiciones y oportunidades para todos y todas.	No se realizaron avances este año.	Retomar la concreción de iniciativas particulares en el marco del programa de Diversidad.

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2011	PROGRESOS 2011	OBJETIVOS 2012
DESARROLLO DE LA EQUIDAD DE GÉNERO	Promover la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres	Generar propuestas superadoras que promuevan la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres, poniendo especial foco en las medidas de apoyo a la Maternidad.	Creación de Comité Operativo de Diversidad Local para promover e impulsar iniciativas corporativas y locales. Cobertura de carácter transitorio en los puestos de las mujeres que ingresan en maternidad y/o excedencia. Prueba piloto para la instalación de lactarios en edificios centrales.	Realizar la instalación de lactarios en edificios centrales. Implementar programa de Teletrabajo y Jornada reducida para mujeres en excedencia
POSICIONAMIENTO DE BBVA FRANCÉS	Observar y analizar desde la óptica de los valores corporativos y condicionamientos del entorno los mensajes emitidos por BBVA Francés	Mantener actualizados los contenidos del Plan de Acción Social	Actualización periódica de la página web. Comunicación sobre las novedades a las sucursales en oportunidad de los viajes programados a las diferentes provincias.	Continuar con la actualización de la página web. Realizar una mayor difusión de las novedades.
PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO	Política de financiación de armamento, prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo	Continuar con el proceso de matriculaciones para los ingresos.	Realización de charlas de inducción de cumplimiento normativo, dirigido a las nuevas incorporaciones, de carácter presencial, con un total de 174 empleados.	Continuar con el proceso de inducción al personal que ingresa al Banco.
		Desarrollar un curso de Prevención de Lavado de Dinero específico para Sucursales.	Dictado de cursos a la red de sucursales, abarcando tanto el colectivo de atención a clientes como así también a gerentes y zonales. Dentro de este marco se realizaron 8 encuentros, con un total de 146 empleados capacitados.	Focalizar los cursos divididos por zonas centralizando sucursales; y segmentando la capacitación a Gerentes y Jefes de Gestión Administrativa. Realizar cursos en sucursales conforme a los testeos realizados durante 2011 .
		Inscribir/matricular a los empleados de las sucursales.	Realización de los cursos a distancia para todo el personal.	Actualizar los cursos a distancia conforme a las normativas de Prevención de la Lavado y Financiamiento al Terrorismo.
		Reemplazar el Sistema Integral de Gestión de Alertas (SIGA), mejorar el Plan de Redocumentación de Clientes e implementar la herramienta <i>Fircosoft Real Time</i> .	Puesta en marcha de la etapa de prueba del sistema de gestión ahora llamado SIA (Seguimiento de investigación de alertas). Implementación de la herramienta <i>Fircosoft Real Time</i> .	Poner en funcionamiento el sistema de gestión de alertas. Continuar con los planes de redocumentación de nuestros clientes.

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2011	PROGRESOS 2011	OBJETIVOS 2012
PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO		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.	Capacitación de 1.040 empleados en 6.366 horas de formación relativas a temas de Integridad, Protección de Datos Personales y Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.	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.
		Desarrollar un curso sobre Protección de Datos Personales destinado a todos los empleados del Banco.	Implantación y puesta en marcha del curso en Protección de Datos Personales	Lograr que la mayor cantidad posible de empleados realice el curso de Protección de Datos Personales.
POLÍTICA DE DEFENSA	Principios, Criterios y Normas de actuación para solicitudes de Financiaciones relacionadas con el Sector de Defensa			Mantener actualizada la norma interna que regula esta política. Brindar capacitación al personal de Riesgos que tiene que presentar las solicitudes al Comité de Gestión de Riesgos (CGR).
CONSIDERACIÓN DE FACTORES AMBIENTALES Y SOCIALES EN EL ANÁLISIS DEL RIESGO CREDITICIO	Factores ambientales y sociales en el análisis del riesgo crediticio			Desarrollar un check list donde los clientes sean evaluados según su nivel de riesgo, para lo cual se tendrá en cuenta la combinación de varios factores, siendo de gran importancia la actividad que realiza.
COMPRAS Y GESTIÓN AMBIENTAL	Ampliación de criterios RC en las compras	Analizar en el Comité de Dirección la implementación de las auditorías ambientales a los proveedores del Banco.	Se realizó una primera consulta a las 4 empresas más importantes que el BBVA Francés tiene como sus principales prestadoras de servicios de mantenimiento y limpieza.	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	Difundir cursos sobre gestión de residuos, consumo responsable de la energía, deforestación y cambio climático.	Difusión de las capacitaciones sobre gestión de residuos por Intranet, como requisito para la re-certificación del sistema de gestión ambiental ISO 14001.	Difundir cursos sobre gestión de residuos, consumo responsable de la energía eléctrica, agua, papel y sistema de gestión ambiental.
		Analizar la posibilidad de implementar el sistema de gestión ISO 14.001 en sucursales.	Implementación en proceso del sistema de gestión ambiental en los edificios de Reconquista 281, Alsina 1.717 y 30 sucursales.	Seguir sumando sucursales al sistema de gestión ambiental.

INDICADORES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	2011	2010	2009
ECONÓMICOS			
Resultado neto	1.005.577	1.198.179	718.462
Resultado por acción	1,87	2,2	1,5
SOCIALES			
Tiempos Medios de Resolución de reclamaciones (días)	11,90	18,31	16,08
Mujeres en cargos gerenciales	9	11	11
Diversidad hombres y mujeres (%)	55/45	56/44	58/42
Rotación no deseada Total	1,84%	1,20%	0,66%
Cantidad de horas de participación en formación anual	154.545	152.600	138.220
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido (%)	0,72	0,97	1,6
MEDIOAMBIENTALES			
Reciclado de Papel (Kg)	76.980,00	165.170,00	176.830,00
Consumo Agua (m3)	76.395,76 ⁽¹⁾	171.768,42	98.255,20
Consumo de Energía Eléctrica (kwh)	30.624.043,33	27.691.068,75	33.130.628,40

(1) Mientras que en el 2009 y 2010 se realizaron estimaciones en las sucursales que no contaban con medidor, en el 2011 se informa el indicador con datos reales. Son 187 las sucursales que no tienen medidor o datos sobre el consumo.

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

Dirección de Relaciones Institucionales BBVA Francés
direc_rel_inst@bancofrances.com.ar
www.bancofrances.com.ar

Diseño:
Luz Fiumara | diseño + fotografía
www.luzfiumara.com.ar

Fotografía:
Luz Fiumara | Livio Giordano

Impresión:
Talleres Gráficos Valdez S.A.
www.tgvaldez.com.ar

Facilitadores externos en el Proceso de elaboración del IARC 2011:
ReporteSocial
www.reportesocial.com

BBVA Francés

adelante.