

**BBVA** Francés

# IARC 2014

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa



# Balance Social

---

En BBVA Francés trabajamos por un mejor futuro para las personas. Este Balance Social busca presentar los principales impactos positivos de nuestro negocio financiero en la sociedad:

- La contribución al **desarrollo** de las sociedades en las que estamos presentes a través de la financiación y apoyo al tejido productivo, y de la inclusión financiera.
- La **generación de riqueza** de los grupos de interés: accionistas, proveedores, empleados, reguladores, clientes y la sociedad en general.
- La **creación de empleo**, tanto directamente vía nuevas contrataciones como a través de iniciativas de apoyo a la creación de empleo.
- El **aporte a la sociedad** en programas sociales con inversión directa que benefician a diferentes colectivos, con el foco puesto en la educación.

# Balance Social

Balance Social	2014	2013	2012
<b>Contribución al desarrollo y bienestar social</b>			
Stock de financiamiento a PyMEs (millones de pesos)	6.514 <sup>(1)</sup>	5.321 <sup>(1)</sup>	3.073 <sup>(1)</sup>
PyMEs capacitadas en el Programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs <sup>(2)</sup>	106	-	-
Premio Emprendedor Agropecuario - cantidad de concursantes	21	19	20
<b>Generación de riqueza (millones de pesos)</b>			
Accionistas: Dividendos en efectivo <sup>(4)</sup>	400,0	28,8	-
Accionistas: Dividendos en acciones	-	-	-
Proveedores y otros gastos de administración (Gastos de transformación menos Gastos de Personal)	2.040,6	1.337,0	1.042,0
Empleados: gastos de personal	3.188,2	2.178,1	1.738,6
Clientes <sup>(3)</sup>	4.848,2	2.721,7	1.871,6
Sociedad (impuestos) <sup>(5)</sup>	2.913,0	2.090,0	1.461,4
<b>Creación de empleo</b>			
Cantidad de empleados	5.437	5.222	5.146
Nuevas contrataciones	307	149	214
Diversidad de género (% empleados mujeres)	46%	46%	45%
Número de personas con discapacidad empleadas	9	9	9
<b>Aportes a la sociedad</b>			
<b>Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés</b>			
Alumnos beneficiados	1.365	1.333	1.273
Centros educativos beneficiados	28	28	26
Colegios beneficiados	148	128	125
Tutores participantes	84	84	77
Localidades del país alcanzadas	27	21	21
Inversión en la sociedad realizada por Fundación Banco Francés (en millones de pesos)	2,1	1,7	1,0
Inversión en la sociedad realizada por BBVA Francés (en millones de pesos)	12,9	10,2	9,6

(1) Los totales publicados en los informes 2012 y 2013 difieren de los informados en el presente informe, ya que oportunamente dichos datos abarcaban las operaciones de Banca Empresa, mientras que los totales reportados en el presente informe para los años 2012, 2013 y 2014 corresponden únicamente a la cartera PyMEs. (2) Programa iniciado en 2014. (3) Se incluye dato de clientes, considerando Egresos Financieros + Comisiones pagadas a clientes por descuentos sobre compras realizadas con tarjetas emitidas por el Banco. (4) De acuerdo con lo dispuesto en el punto 21 de la Comunicación "A" 5273 de "Distribución de resultados" del B.C.R.A. emitida con fecha 27 de enero de 2012 y en la Comunicación "A" 5689 emitida con fecha 8 de enero de 2015, 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. 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. (5) Incluye impuesto a las ganancias, impuesto a los ingresos brutos e impuestos a las transacciones bancarias, impuesto a los sellos, impuestos municipales e IVA.

<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO</b> (en millones de pesos arg.)	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
<b>Valor económico generado (VEG)</b>	16.194,5	10.350,7	7.377,3
Ingresos Financieros	12.941,2	8.010,0	5.581,7
Otros Ingresos Operativos Netos <sup>(1)</sup>	3.435,8	2.610,9	2.000,7
Otras ganancias y pérdidas netas	-182,5	-270,2	-205,1
TOTAL (por productos y servicios y otros ingresos)	16.194,5	10.350,7	7.377,3
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>	13.390,0	8.355,3	6.113,6
Accionistas: Dividendos en efectivo <sup>(2)</sup>	400,0	28,8	-
Accionistas: Dividendos en acciones	-	-	-
Proveedores y otros gastos de administración (Gastos de transformación menos Gastos de Personal)	2.040,6	1.336,7	1.042,0
Empleados: gastos de personal	3.188,2	2.178,1	1.738,6
Clientes <sup>(1)</sup>	4.848,2	2.721,7	1.871,6
Sociedad (impuestos) <sup>(3)</sup>	2.913,0	2.090,0	1.461,4
<b>Valor económico retenido (VER=VEG-VED)</b>	2.804,5	1.995,4	1.263,7
Reservas	2.805,0 <sup>(4)</sup>	1.263,7	1.793,9

(1) Se incluye dato de clientes, considerando Egresos Financieros + Comisiones pagadas a clientes por descuentos sobre compras realizadas con tarjetas emitidas por el Banco. (2) De acuerdo con lo dispuesto en el punto 21 de la Comunicación "A" 5273 de "Distribución de resultados" del B.C.R.A. emitida con fecha 27 de enero de 2012 y en la Comunicación "A" 5689 emitida con fecha 8 de enero de 2015, 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. 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, impuesto a los sellos, impuestos municipales e IVA. (4) Al cierre de este informe las reservas se encuentran pendientes de aprobación por la Asamblea.

<b>DATOS BÁSICOS DE BBVA BANCO FRANCÉS S.A.</b> (en miles de pesos)	<b>31-12-2014</b>	<b>31-12-2013</b>	<b>31-12-2012</b>
<b>Resultados</b>			
Resultado neto	3.204.496	2.024.244	1.263.679
Total Acciones ordinarias en circulación para el ejercicio	536.877	536.878	536.878
Total ADS para el ejercicio	178.959	178.959	178.959
<b>Balance</b>			
Total Activos	73.284.360	57.005.111	43.784.028
Préstamos Netos	40.411.186	34.981.054	27.518.491
Sector Público	54.459	40.915	35.067
Sector Privado	40.356.727	34.940.139	27.483.424
Total de Depósitos	51.435.651	43.774.774	34.171.042
Patrimonio neto	10.331.876	7.156.180	5.131.936
<b>Actividad</b>			
Número de accionistas	7.034	6.281	6.450
Número de clientes <sup>(1)</sup>	1.918.094	1.909.327	1.831.203
Número de empleados <sup>(2)</sup>	5.437	5.222	5.146
Número de sucursales <sup>(3)</sup>	251	245	244
Número de principales proveedores <sup>(4)</sup>	1.077	685	1.016
<b>Otros datos</b>			
Depósitos	5,0%	5,6%	5,5%
Prestamos	6,0%	6,0%	6,1%
Depósitos del Sector Privado	7,0%	7,5%	7,5%
Préstamos al Sector Privado	6,5%	6,5%	6,7%
Resultado por acción	6,0	3,8	2,4
Resultado por ADS	17,9	11,3	7,1
Dividendo en efectivo por acción <sup>(5)</sup>	0,74	0,05	-
Dividendo en efectivo por ADS <sup>(5)</sup>	2,23	0,16	-
Retorno sobre Activo promedio	4,9%	4,0%	3,1%
Retorno sobre Patrimonio neto promedio	36,7%	33,0%	28,1%
Solvencia	16,4%	14,4%	13,3%
Liquidez	46,9%	37,1%	37,0%
Inmovilizado	21,4%	20,6%	14,9%
Endeudamiento	6,09x	6,97x	7,53x

(1) Incluye clientes titulares y cotitulares. (2) No incluye empleados coyunturales. (3) Corresponde a la cantidad de sucursales minoristas. (4) Solo se incluye información de proveedores que son gestionados por Compras. (5) De acuerdo con lo dispuesto en el punto 21 de la Comunicación "A" 5273 de "Distribución de resultados" del B.C.R.A. emitida con fecha 27 de enero de 2012 y en la Comunicación "A" 5689 emitida con fecha 8 de enero de 2015, 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. 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.

# Índice

- 2 Carta del Presidente
- 4 Perfil de BBVA
- 6 Visión, Misión y Valores
- 14 Sistemas de Gobierno
- 21 Educación Financiera
- 28 Productos de alto impacto social
- 32 Gestión responsable de clientes
- 41 Equipo
- 59 Proovedores
- 61 Sociedad
- 73 Criterios y estándares de la información
- 76 Progresos 2014 y objetivos 2015
- 80 Indicadores GRI
- 86 Informe de revisión independiente

**BBVA** Francés



# Carta del Presidente

Por octavo año consecutivo, tengo el agrado de presentar el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2014, con el fin de comunicar a nuestros grupos de interés nuestra gestión económica, social y ambiental.

En cuanto al desarrollo del negocio, 2014 fue un año de tendencias positivas. Se registró una ganancia de \$3.204,5 millones, 58,3% superior a la alcanzada en 2013. En términos de actividad, la cartera de préstamos al sector privado totalizó \$41.388,4 millones, creciendo un 13,6% en el último año y manteniendo la cuota de mercado de 6,5%. Dicho crecimiento se sustenta principalmente en la suba de las financiaciones al consumo, las cuales crecieron 25,2%, en línea con la estrategia del Banco de posicionarse como uno de los principales jugadores en este segmento. Por otra parte, los depósitos totales del Banco alcanzaron los \$51.443,2 millones, creciendo 17,5% en los últimos doce meses.

Una vez más, mantuvimos excelentes niveles de liquidez y solvencia. El Patrimonio Neto alcanzó \$10.331,9 millones, mientras que el exceso de capital sobre el mínimo requerido de acuerdo a la regulación del Banco Central, totalizó \$5.153,7 millones, un 49,9% del Patrimonio Neto.

En 2014, trabajamos en un Plan de Negocio Responsable, con el fin de poner a la persona en el centro. Para ello integramos en los procesos de decisión claves, el impacto que genera la actividad financiera en la vida de las personas. En esta línea, seguimos desarrollando iniciativas relevantes en relación al contexto local y al perfil de los grupos de interés.

Como entidad bancaria, creemos que tenemos la responsabilidad de contribuir a incrementar la cultura financiera de las personas, fomentando la toma de decisiones informadas. En este marco, una vez más, desarrollamos exitosamente el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés. Desde sus inicios en 2007 hasta la 8<sup>va</sup> edición que se realizó en 2014, otorgamos 8.223 becas en 27 localidades, beneficiando directa e indirectamente a un estimado de 24.669 personas. Este año, se beneficiaron 1.365 alumnos a través de alianzas con 22 ONG en vinculación con 148 colegios. Con el mismo propósito, desarrollamos el Programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs, con el cual capacitamos a 106 empresas, favoreciendo así un

crecimiento sostenido en el largo plazo, la creación de empleo y el desarrollo social en los lugares donde estamos presentes.

Con respecto a nuestros clientes, continuamos trabajando para brindarles un mejor servicio año tras año. Es por eso que en 2014 dimos un fuerte impulso a la banca digital, optimizando nuestros canales de atención, mediante distintas acciones. Entre ellas se destaca la nueva sucursal denominada Flagship destinada a la atención de clientes VIP y Premium, construida con un diseño futurista innovador.

En términos de calidad, BBVA Francés fue incluido en el Top Ten de las mejores empresas para trabajar de la Argentina en el ranking Great Place to Work 2014. Este reconocimiento de nuestros empleados nos motiva a seguir trabajando con la confianza de que estamos transitando el camino correcto. Además, mantuvimos el índice de satisfacción global del cliente en 8,5 puntos y ofrecimos el curso on-line "Las Claves del Servicio al Cliente", el cual fue completado por el 62% de nuestros empleados, evidenciando así nuestro compromiso con el modelo "customer - centric".

Internamente, este año creamos el Comité de Discapacidad, con el objetivo de darle impulso a los temas relacionados con la inclusión de personas con capacidades diferentes. Esta iniciativa forma parte de una búsqueda constante por la diversidad e igualdad de oportunidades.

Con el propósito de mantener una relación de confianza con nuestros proveedores, fomentamos el diálogo permanente para estar informados de sus inquietudes, necesidades y expectativas. Asimismo, les transmitimos la importancia de la Responsabilidad Corporativa mediante el Código de Conducta y la Carta de Adhesión a los 10 principios del Pacto Mundial. Este año, las auditorías realizadas a nuestros proveedores en materia social y ambiental alcanzaron a 607 empresas.

En 2014, seguimos fortaleciendo el compromiso con la sociedad, BBVA Francés y su fundación invirtieron más de 15 millones de pesos en diversos proyectos para la comunidad. Estas iniciativas ponen foco en la educación y cuentan con el apoyo de diversas organizaciones, artistas y otros, que hacen posible la concreción de muchos sueños.





Como entidad bancaria, creemos que tenemos la responsabilidad de contribuir a incrementar la cultura financiera de las personas, fomentando la toma de decisiones informadas. Para ello, trabajamos en un Plan de Negocio Responsable, con el fin de poner a la persona en el centro, integrando en los procesos de decisión claves, el impacto que genera la actividad financiera en la vida de las personas.

A su vez, seguimos trabajando en materia medio ambiental para utilizar de la manera más eficiente posible los recursos naturales, gestionando responsablemente el consumo de agua y energía, las emisiones atmosféricas y los residuos que generamos.

Estas iniciativas de Responsabilidad Corporativa que realizamos durante el año y otras más, se pueden leer en este Informe, el cual fue elaborado según la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte

Global (GRI) y que, a su vez, representa nuestra Comunicación sobre el Progreso 2014 en el cumplimiento de los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas. Los invito a conocerlas en estas páginas y a hacernos llegar sus opiniones y sugerencias. Agradezco como siempre, la colaboración del grupo de trabajo conformado por miembros de todas las áreas del Banco que fueron los responsables de relevar la información para elaborar esta publicación.

**Jorge Bledel**  
Presidente

# Perfil de BBVA

## Datos básicos sobre BBVA Banco Francés S.A.

Con BBVA Banco Francés S.A estamos presentes hace más de 100 años en el país y actualmente operamos en todas las provincias de la República Argentina. Ofrecemos una gran variedad de productos y servicios financieros y no financieros a más de 1.900.000 clientes y contamos con un equipo de más de 5.400 personas.

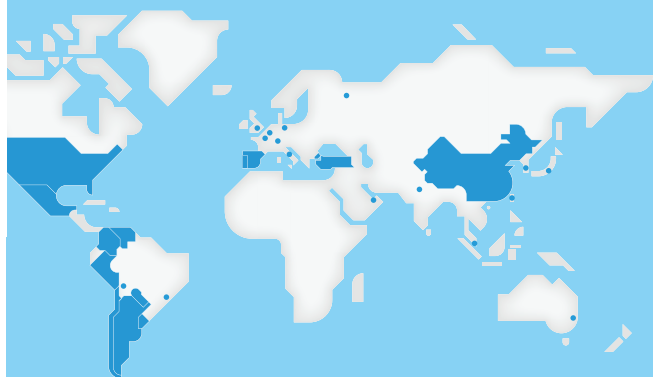
Estamos comprometidos con la integración de la responsabilidad corporativa en el negocio y con la maximización de la contribución a los accionistas, los empleados, los clientes, los proveedores, la sociedad en general y los reguladores.

## Valor Económico Añadido (EVA)

Detalle por grupo de interés (Millones de Pesos arg.)	2014	2013	2012
Accionistas: Dividendos en efectivo <sup>(1)</sup>	400,0	28,8	-
Accionistas: Dividendos en acciones	-	-	-
Empleados: gastos de personal	3.188,2	2.178,1	1.738,6
Clientes: intereses y cargas asimiladas <sup>(2)</sup>	4.848,2	2.721,7	1.871,6
Proveedores: otros gastos de administración	2.040,6	1.336,7	1.042,1
Sociedad: contribuciones a la comunidad: recursos destinados	12,9	10,2	9,6
Valor Economico Añadido (EVA)	10.489,9	6.275,5	4.661,9

(1) De acuerdo con lo dispuesto en el punto 2.1 de la Comunicación "A" 5273 de "Distribución de resultados" del B.C.R.A. emitida con fecha 27 de enero de 2012 y en la Comunicación "A" 5689 emitida con fecha 8 de enero de 2015, 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. Asimismo, se debe contar con la autorización de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias a efectos de verificar la correcta aplicación del procedimiento descripto por la misma para la distribución de resultados. (2) Se incluye dato de clientes, considerando Egresos Financieros + Comisiones pagadas a clientes por descuentos sobre compras realizadas con tarjetas emitidas por el Banco.

## Grupo BBVA



- ▶ El Grupo BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.), es el principal accionista de BBVA Banco Francés S.A.
- ▶ Es un grupo financiero global.
- ▶ Sede central en España pero presencia internacional, alcanzando a Europa, América y Asia.
- ▶ Presencia en 31 países.
- ▶ Más de 50 millones de clientes.
- ▶ Emplea a más de 100.000 personas.



## Organigrama y estructura del gobierno al 31/12/2014

<b>Director Ejecutivo</b> Ricardo Moreno *	
<b>Banca Digital y Transformación</b> Jorge Bledel *	<b>Comercial</b> Jorge Luna *
<b>Innovación y Desarrollo</b> Martín Zarich *	<b>Corporate &amp; Investment Banking</b> Carlos Elizalde *
<b>Financiera y Planeamiento</b> Ignacio Sanz y Arcelus *	<b>Medios</b> Gustavo Siciliano *
<b>Riesgos</b> Eugenio Rogero *	<b>Recursos Humanos y Servicios</b> Gustavo Fernández *
<b>Relaciones Institucionales</b> Gonzalo Verdomar Weiss **	<b>Cumplimiento Normativo</b> Walter Vallini **
<b>Auditoría</b> Esther Dafaue **	<b>Servicios de Estudios Económicos</b> Gloria Sorensen **
<b>Servicios Jurídicos</b> Adrián Bressani **	

\* Miembros del Comité de Dirección

\*\* Miembros del Comité Ejecutivo

## Premios y reconocimientos

**GREAT PLACE TO WORK:** BBVA Francés fue reconocido en el Top Ten de las mejores empresas para trabajar de la Argentina en el ranking Great Place to Work 2014.



## Presencia en redes sociales

Buscamos estar cerca de nuestros grupos de interés, y para estos estamos presentes en las principales redes sociales: Facebook, Twitter y Youtube. Utilizamos estos canales de comunicación para brindar información sobre el Banco, promociones y novedades, y recibimos consultas y dudas.

### Resultados de nuestra participación en redes sociales en 2014

 <b>300.000</b> fans	 <b>17.500</b> seguidores	 <b>3.082.000</b> reproducciones de nuestros videos
---	--	---

Además, destacamos la página web donde damos a conocer todas las actividades de compromiso social que realiza el Banco:

[www.argentina.bancaresponsable.com](http://www.argentina.bancaresponsable.com)

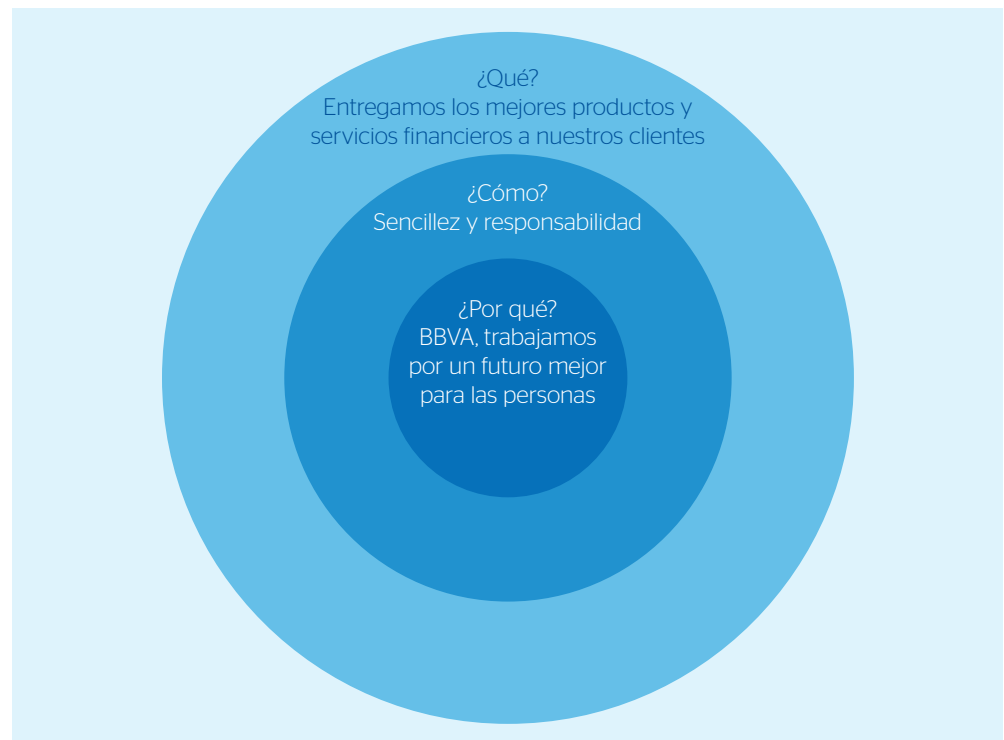
# Visión, Misión y Valores

## Visión, misión y valores corporativos

En BBVA Francés buscamos hacer banca de un modo diferencial: una rentabilidad ajustada a los principios de integridad, prudencia y transparencia.

- La integridad, como manifestación de la ética en nuestras actuaciones y en todas las relaciones con los grupos de interés.
- La prudencia, entendida básicamente como el principio de precaución en la asunción del riesgo.
- La transparencia, como máxima para ofrecer un acceso a la información clara y veraz dentro de los límites de la legalidad.

La visión de la marca BBVA Francés, "Trabajamos por un futuro mejor para las personas", es nuestro por qué y está basada en 3 pilares: las personas, los principios y la innovación.

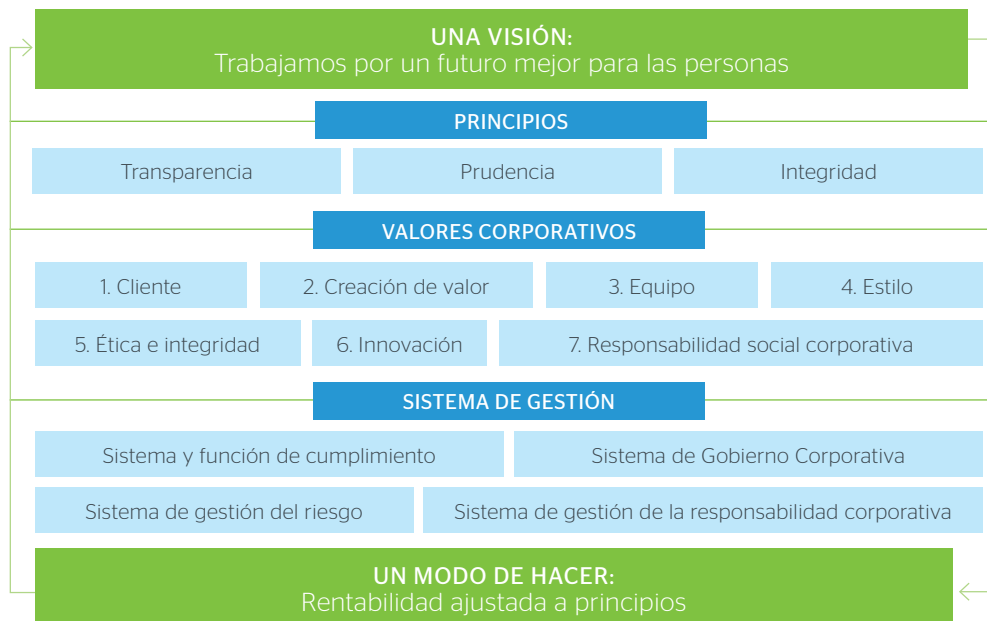


BBVA Francés cuenta con una sólida cultura corporativa que define la vida del Banco, que incide en su manera de actuar y que le permite afrontar con éxito los desafíos del futuro. Los empleados de BBVA Francés, en sus relaciones diarias con los clientes, son la voz de la marca y los creadores de la 'Experiencia BBVA'. Más allá de las relaciones comerciales, de nuestra actividad en el sector financiero, en BBVA Francés tenemos claro que trabajamos por un futuro mejor para las personas.

Para desarrollar esa visión establecimos siete principios corporativos, que se materializan en compromisos con los clientes, con los empleados, con los accionistas y con la sociedad en general, y se concretan en criterios operativos.

## Siete principios corporativos

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

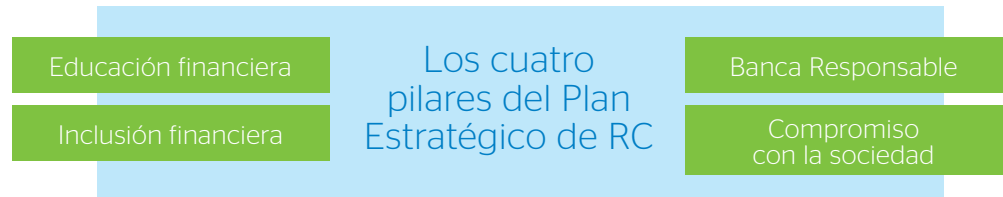


## Plan de Negocio Responsable

En este marco, el objetivo de nuestro Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativa es generar valor para todos los grupos de interés: clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad. Por medio de esta política buscamos:

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

El Plan Estratégico pone el foco en cuatro pilares: educación financiera, inclusión financiera, banca responsable y compromiso con la sociedad.



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

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

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

**4. Compromiso con la sociedad.** Este compromiso se centra en el apoyo a la educación, el emprendimiento social, la investigación y la cultura.

En este contexto, se ha trabajado en un Plan de Negocio Responsable, generando así un plan de acción con iniciativas relevantes en relación al contexto local y al perfil de los grupos de interés, con alto valor social y reputacional. Este plan nace con la misión de integrar en los procesos de decisión claves del Banco, el impacto que genera la actividad financiera en la vida de las personas, con el fin de diferenciarse y poner a la persona en el centro.

A lo largo del año, se realizaron reuniones de trabajo entre las diversas áreas del Banco y también del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa, sobre la base del Plan de Negocio Responsable 2013-2015, el cual consiste en un modelo de negocio basado en los principios de integridad, transparencia y prudencia, con una visión holística de nuestra actuación y con tres líneas estratégicas: comunicación transparente, clara y responsable; productos de alto impacto social y educación.



### Comunicación transparente, clara y responsable (TCR)

Los clientes perciben que utilizamos un lenguaje demasiado técnico y difícil de entender. No basta con contarle todo, hay que contarle con claridad.

Comunicar en un lenguaje transparente, claro y responsable ayuda al cliente a tomar una decisión informada y es clave para recuperar y mantener su confianza. Por eso, en BBVA Francés estamos desarrollando políticas y trabajando en numerosas iniciativas para hacer "más TCR" la relación banco-clientes antes, durante y después de la contratación.

#### ¿Qué significa entonces comunicación TCR?

- La información es transparente cuando es adecuada y suficiente para la toma de decisiones, indica tanto los beneficios como los posibles riesgos del producto o servicio y expone hechos reales.

- La información es clara cuando utiliza un lenguaje llano, familiar, fácil de entender y adecuado a los conocimientos del cliente, expone de forma ágil y precisa las características del producto o servicio financiero y evita malos entendidos.
- La información es responsable cuando favorece una correcta y responsable toma de decisiones, y está siempre orientada a los intereses del cliente.

Algunos ejemplos de esta iniciativa sobre los cuales estaremos trabajando: desarrollar documentación de productos previas a la contratación para el cliente que fueran TCR; y la simplificación en la redacción de los contratos, de forma que sean, claros, sencillos y precisos, entre otros.

## Educación

La educación es la prioridad estratégica de los programas sociales del Banco, y tiene tres ejes de trabajo:

- **Educación financiera**, que junto a la Comunicación TCR, es la otra pieza que contribuye a que el cliente tome decisiones informadas.
- **Formación para las pequeñas y medianas empresas (PyMEs)**, las cuales juegan un rol importante en el desarrollo del tejido económico-empresarial del país. El Programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs, tiene como objetivo atender a las necesidades de formación y capacitación de dueños y directivos de micro, pequeñas y medianas empresas, brindando conocimientos y herramientas de gestión que faciliten el desarrollo de técnicas necesarias para adecuar la gestión empresarial a las actuales condiciones de los mercados donde se desempeñan.
- **Educación para la integración social y formación en valores de niños y jóvenes.**

*Para más información ver capítulo "Educación financiera".*

## Productos de alto impacto social

Con nuestra actividad diaria generamos un gran impacto social y tenemos la oportunidad de diseñar productos y servicios de mayor impacto teniendo en mente las necesidades de los clientes y el contexto en el que viven.

*Para más información ver capítulo "Productos de alto impacto social".*

## Creación de valor para nuestros grupos de interés

La misión de nuestra política de RC consiste en la creación de valor para todos los grupos de interés: personas, instituciones y organizaciones en las cuales nuestra actividad impacta directa o indirectamente; y a su vez, cuyos comportamientos afectan significativamente nuestra toma de decisiones para el desarrollo del negocio.

En BBVA Francés tenemos como prioridad generar una relación de confianza y de largo plazo con nuestros grupos de interés. Para ello, tenemos que conocerlos y contar con herramientas de diálogo que les garanticen canales adecuados de atención. Además, debemos contar con la suficiente información para conocer las prioridades y expectativas de estos grupos. Como resultado, desarrollamos acciones y programas que nos permiten dar respuesta con prácticas que les generen valor económico, social y ambiental, y al mismo tiempo redunden en un valor económico y reputacional para el Banco.



## Gobierno de la responsabilidad corporativa

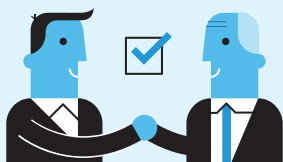
El Comité de Dirección confecciona y propone un Plan Estratégico de Negocios, el cual es aprobado por el Directorio del BBVA Francés, siguiendo las Políticas de Gobierno Corporativo y de Responsabilidad Social Corporativa y de acuerdo a las pautas establecidas en el Código de Gobierno Societario.

En este sentido, el Directorio se compromete a que su actividad se desarrolle de acuerdo con un conjunto de valores, principios, criterios y actitudes destinados a lograr la creación sostenida de valor para los grupos de interés. Para ello, el Directorio cuida que la actividad empresarial se lleve a cabo en cumplimiento de la legalidad vigente en cada momento, la buena fe y las mejores prácticas de comercio, y fomenta la implantación y desarrollo de principios éticos basados en la integridad, transparencia y compromiso con la sociedad que sirvan de base a la cultura corporativa de BBVA Francés y, en consecuencia, a la actuación en el ámbito de los negocios de todas las personas que forman parte de la sociedad.

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

En 2014 el Comité se reunió en octubre, encuentro en el cual se expusieron los programas, lineamientos y business case del Plan de Negocio Responsable 2014. En la segunda reunión, desarrollada en diciembre se procedió a describir los avances que realizó el Grupo en materia de Riesgo Reputacional y se trabajó en un Mapa de Riesgo Reputacional.

El Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC) tiene como objetivo darle impulso y seguimiento a la estrategia y los programas de RRC a nivel local.



### Miembros del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa

Director Ejecutivo	<b>RICARDO MORENO</b>
Director de Relaciones Institucionales - Secretaría	<b>GONZALO VERDOMAR WEISS</b>
Director de Banca Digital y Transformación	<b>JORGE BLEDEL</b>
Director de Medios	<b>GUSTAVO SICILIANO</b>
Director de Recursos Humanos y Servicios	<b>GUSTAVO FERNANDEZ</b>
Director de Innovación y Desarrollo	<b>MARTÍN ZARICH</b>
Director de Financiera y Planeamiento	<b>IGNACIO SANZ Y ARCELUS</b>
Director de Riesgos	<b>EUGENIO ROGERO</b>
Director Comercial	<b>JORGE LUNA</b>
Director de Corporate & Investment Banking	<b>CARLOS ELIZALDE</b>

## Compromisos en materia de responsabilidad corporativa

Somos parte e integramos las siguientes iniciativas y organizaciones:

- **Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas.** Desde el año 2004 participamos de reuniones de la Mesa Directiva. Este Informe se presenta como la Comunicación sobre el Progreso (COP) anual, donde presentamos la rendición de cuentas en relación a los diez principios de derechos humanos, prácticas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción.
- **Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias (CPB).** Alianza estratégica con esta organización que guía al sector en prácticas responsables.
- **Principios de Ecuador.** Compromiso con la evaluación y gestión de los impactos sociales y medioambientales de los proyectos que financia.



Además, el Grupo BBVA mantiene las siguientes participaciones y compromisos, entre otros:

- Índice bursátil Dow Jones Sustainability Index.
- Índice bursátil MSCI.
- Índice bursátil FTSE4Good.
- Índice bursátil Vigeo Rating.
- Índice bursátil Stoxx Sustainability Index.
- Carbon Disclosure Project (CDP) – Rankeado en el informe CDP Global 500.
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI). En 2014, 11 analistas de riesgos de varios países del Grupo han participado en el Programa de Capacitación Virtual sobre Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales que organiza esta institución.
- Principles for Responsible Investment.
- International Integrated Reporting Council (IIRC).
- Green Bond Principles. En 2014 BBVA adhirió a estas directrices voluntarias para la emisión de Green Bonds basadas en la transparencia e integridad en el desarrollo de su mercado.
- Global Initiative for Sustainability Ratings (GISR).

## Materialidad

La determinación de los aspectos materiales en BBVA Francés para 2014 se ha realizado a partir de una serie de análisis entre **los grupos de interés**, con el objetivo de conocer en qué debemos focalizar nuestros esfuerzos para aportarles valor.

Los resultados de estas investigaciones se han analizado conjuntamente y filtrado a la luz de nuestra **visión, principios, estrategia e impacto en el negocio** por el equipo de Responsabilidad y Reputación Corporativas. Este análisis nos ha permitido establecer una priorización de los asuntos más relevantes. Para el análisis de los grupos de interés nos hemos apoyado en las siguientes fuentes y herramientas:

### Clientes y sociedad

- **Investigación en profundidad sobre población bancarizada**, realizada entre 2013 y 2014. Consistió en 8 entrevistas a expertos externos, 22 focus groups y 3.579 entrevistas en los ocho principales países en los que opera el Grupo (España, México, USA, Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela).
- La encuesta de reputación externa, **RepTrak**, realizada todos los años a clientes y no clientes.
- **Otras investigaciones cuantitativas** de carácter anual sobre tendencias, niveles de confianza y expectativas de la opinión pública respecto a las empresas en general y respecto a las entidades financieras.
- Seguimiento y análisis de las noticias aparecidas en los **medios** de mayor audiencia de prensa on-line, TV y radio, junto al análisis de **las redes sociales**, lo que nos permite conocer mejor las demandas y prioridades de la opinión pública.
- **Informe de Issues 2014 de Corporate Excellence**. Proporciona los diez principales issues atendiendo a las agendas públicas de las organizaciones internacionales y regionales de todo el mundo.

### Empleados

- Una **investigación en profundidad a directivos y empleados**, que planificamos realizar cada tres años y que completa la realizada entre población bancarizada.
- La **encuesta de reputación interna** realizada anualmente a los empleados del Banco.
- La **encuesta de satisfacción de empleados** realizada cada dos años.
- Un **diagnóstico** del grado en el que BBVA, nuestro accionista de referencia, es una **empresa familiarmente responsable**. Se realizaron entrevistas a 18 Directores RRHH y Negocio, un cuestionario a los Responsables de Conciliación y un cuestionario on-line a 5.926 empleados.

### Inversores

- Se analizan los cuestionarios y preguntas de los analistas de sostenibilidad, así como de inversores con inquietudes en esta materia. Esto nos permite identificar sus expectativas y prioridades.

### Regulador

- Análisis interno de principales tendencias regulatorias por las áreas implicadas y de fuentes secundarias.

### Todos los grupos de interés

- La metodología utilizada permite conocer los principales riesgos reputacionales por país (10) y a nivel global. Se utilizan diversas herramientas y luego, el área de Responsabilidad y Reputación Corporativas de cada realiza la valoración en función del impacto que los riesgos tienen en las perspectivas de los grupos de interés.

## Aspectos materiales para BBVA en 2014

### Clientes y Sociedad

Para construir una relación más equilibrada con nuestros clientes debemos comenzar por ayudarles a tomar decisiones financieras más informadas, gracias a una mayor transparencia y claridad. Los clientes quieren entender qué productos están contratando y no tener sorpresas negativas inesperadas. Éste es el elemento más importante para ser considerado un banco responsable. Además, la transparencia y claridad son las variables que impactan muy significativamente en la recomendación y consideración.

### Atributos más importantes para la percepción de Negocio Responsable <sup>(1)</sup>

Atributo	Argentina	Grupo BBVA
Explica claramente y en lenguaje fácil	9,21 (2)	9,23
Apoye el desarrollo del país (emprendedores, PyMEs, etc)	9,24	9,04
Empleados no presionados por vender	8,87	8,87
Educación Financiera	8,86	8,81
Relaciones duraderas con los clientes	8,79 (2)	8,75
Acciones con impacto social	8,73	8,74
Inclusión financiera	8,75	8,61

(1) Serie de frases sobre las cuales los encuestados debieron contestar qué importantes son a la hora de pensar que un banco hace Negocio Responsable, en una escala del 0 al 10, donde 0 es que no es nada importante y 10 que es muy importante. Box azul: Top 3. Fuente: Análisis cuantitativo de Negocio Responsable BBVA.

(2) Estos son los atributos más importantes para la consideración y recomendación de una entidad.

Ranking	Argentina
1°	TRABAJO
2°	ÉTICA
3°	ORIENTACIÓN AL CLIENTE
4°	LIDERAZGO
5°	CIUDADANÍA
6°	INNOVACIÓN
7°	FINANZAS

Fuente: Reputación Interna 2014, Reputation Institute.

### Empleados

De las entrevistas realizadas a la **Dirección de BBVA**, nuestro accionista de referencia, se desprende que lo que les hace sentirse orgullosos de trabajar en BBVA y pensar, qué es un banco responsable, son tres elementos: **orientación a largo plazo, mantener una relación equilibrada con nuestros clientes** (sin asimetrías, trato justo, lenguaje claro, diseño responsable de productos, buenas prácticas comerciales) **y el compromiso con el impacto y el desarrollo de los países.**

Los **empleados**, muy en línea con los directivos, definen que una entidad es responsable cuando, **no realiza/financia operaciones éticamente cuestionables, impulsa relaciones equilibradas, honestas y transparentes con los clientes, proporciona educación financiera y orienta su actividad al largo plazo.** En un segundo nivel de importancia está la preocupación por los empleados.

En línea con lo anterior, **la encuesta de reputación interna** muestra que el orgullo de pertenencia se construye sobre todo siendo un buen lugar para trabajar y teniendo un comportamiento ético y responsable.

### Los inversores

El análisis realizado de los cuestionarios y preguntas de los analistas de sostenibilidad y de los inversores nos ha permitido identificar sus expectativas y prioridades, que en 2014 han estado centradas en aspectos como la ética en el negocio, la financiación responsable de proyectos, la comercialización responsable de productos y servicios, el desarrollo del capital humano y la estabilidad del sistema financiero. Coincidiendo entre lo que para los clientes, la sociedad y para nuestros empleados es clave para ser un banco responsable.

## La regulación

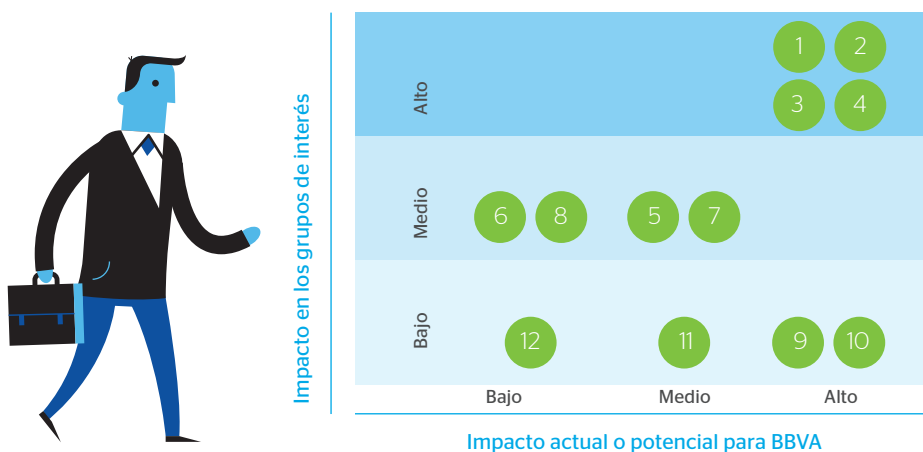
El análisis muestra que la presión regulatoria sobre los bancos ha aumentado en 2014 respecto a 2013. Todos los informes coinciden en diagnosticar que una de las principales tendencias en regulación es la protección del consumidor.

## Asuntos relevantes en 2014

Del análisis de todo lo anterior, filtrado a la luz de nuestra visión, principios, estrategia e impacto en el negocio, hemos identificado la siguiente lista de asuntos relevantes:

ORDEN	ASUNTOS	GRUPOS DE INTERÉS AFECTADOS				
		SOCIEDAD	CLIENTES	EMPLEADOS	INVERSOR	REGULADOR
1	Operar con los más altos estándares éticos en el desarrollo de nuestro negocio	x	x	x	x	x
2	Fomentar decisiones informadas: lenguaje claro / transparente y educación financiera	x	x	x	x	x
3	Mantener relaciones duraderas con los clientes, con foco en el largo plazo y no en la venta a corto plazo, y colocar productos adecuados a nuestros clientes	x	x	x	x	x
4	Establecer relación calidad-precio / con condiciones no abusivas (comisiones, intereses), <i>fair-banking</i> .	x	x	x	x	x
5	Atender las situación de clientes con dificultad	x	x	x		x
6	Formar y desarrollar a los empleados	x	x	x		
7	Contribuir al desarrollo de las sociedades locales en las que operamos (creación de empleo, apoyo a la pequeña empresa y acceso al crédito)	x		x		x
8	Promover la acción social (becas)	x		x		x
9	Bancarizar a las poblaciones con bajos ingresos	x		x	x	x
10	Asegurar la solvencia financiera de la entidad	x	x	x	x	x
11	Cumplir con la responsabilidad fiscal	x		x	x	x
12	Contribuir a solucionar los problemas globales y de ecoeficiencia	x		x	x	

Si los clasificamos teniendo en cuenta la importancia de sus impactos y la influencia en los grupos de interés, se obtiene la siguiente matriz:



En definitiva, podemos decir que nuestro modelo de negocio responde a lo que nos están pidiendo los grupos de interés y que responder a sus expectativas es una de nuestras prioridades al más alto nivel.

# Sistemas de Gobierno

## Gobierno corporativo

El Directorio de BBVA Banco Francés S.A. es el máximo órgano de gobierno de la compañía, compuesto por seis directores titulares y un director suplente. Es responsable de la administración de la sociedad y el Presidente es su Representante Legal. El Directorio, con la ayuda del Comité de Dirección, aprueba el Plan Estratégico de Negocios, siguiendo las Políticas de Gobierno Corporativo y de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC), de acuerdo a las pautas establecidas en el Código de Gobierno Societario. Aprueba el Plan Estratégico de RRC y el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y presenta informes anuales en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, la Bolsa de Valores de Nueva York, Estados Unidos (NYSE) y en Madrid, España, en el Mercado de Valores Latinoamericanos (LATIBEX), y desarrolla los controles previstos por la Ley Sarbannes Oxley (SOX).

### Miembros del Directorio

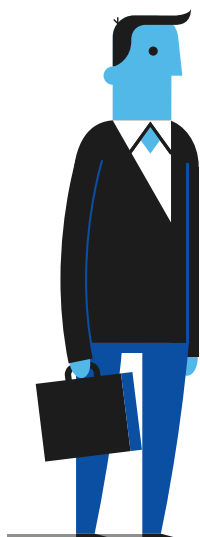
Presidente	JORGE CARLOS BLEDEL	Argentino
Vicepresidente	JOSÉ MANUEL TAMAYO PÉREZ	Español
Director titular	MARCELO GUSTAVO CANESTRI	Argentino
Director titular	MARIO VICENS	Argentino
Director titular	LUIS BERNARDO JUANGO FITERO	Español
Director titular	OSCAR MIGUEL CASTRO	Argentino
Director suplente	MARTIN EZEQUIEL ZARICH	Argentino

### Equipo directivo (al 31/12/2014)

Director Ejecutivo	Ricardo Enrique Moreno *
Dirección de Auditoría	Esther Dafauec **
Dirección de Área Financiera y Planeamiento	Ignacio Sanz y Arcelus *
Dirección Comercial	Jorge Luna *
Dirección de Innovación y Desarrollo	Martín Zarich *
Dirección de Corporate & Investment Banking	Carlos Elizalde *
Dirección de Recursos Humanos y Servicios	Gustavo Fernández *
Dirección de Relaciones Institucionales	Gonzalo Verdomar Weiss **
Dirección de Riesgos	Juan Eugenio Rogero González *
Dirección de Servicios de Estudios Económicos	Gloria Sorensen **
Dirección de Medios	Gustavo Siciliano *
Dirección de Banca Digital y Transformación	Jorge Bledel *
Dirección de Servicios Jurídicos	Adrián Bressani **
Dirección de Cumplimiento Normativo	Walter Vallini **

\* Miembros del Comité de Dirección (vigente al 31 de diciembre de 2014)

\*\* Miembros del Comité Ejecutivo (vigente al 31 de diciembre de 2014)



El Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA Francés se encuentra conformado por los principios y elementos del Código de Gobierno Corporativo. El Código regula el régimen interno, el funcionamiento del Directorio y sus comités, así como los derechos y deberes de sus miembros, y establece un compromiso con las pautas establecidas por la normativa en materia de transparencia. Este Código incluye estándares para el desempeño del cargo del Director, incluyendo normas de ética y de conducta, el deber de confidencialidad y principios para evitar y tratar los conflictos de intereses. En reunión de Directorio del 16 de diciembre de 2014 se revisó y aprobó, el nuevo Código de Gobierno Corporativo de BBVA Francés contemplando todas aquellas modificaciones normativas acaecidas durante el ejercicio 2014, como así también la creación de los distintos Comités.

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

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

Además, el Comité de Nombramientos y Remuneraciones de BBVA Francés, configurado como un órgano sin naturaleza ejecutiva, tiene como cometido asistir al Directorio en cuestiones relativas a las políticas de remuneración y beneficios de la sociedad. Asimismo, es el órgano encargado de fijar las normas y procedimientos inherentes a la selección y capacitación de Directores y ejecutivos clave y personal de altos cargos.

El Directorio cuenta con el apoyo técnico de los siguientes comités:

- Comité de Auditoría Interna del BCRA
- Comité de Auditoría Ley 26.831 (Comisión Nacional de Valores en Argentina y Securities and Exchange Commission en Estados Unidos)
- Comité de Tecnología Informática
- Comité de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo
- Comité GRO
- Comité de Nombramientos y Remuneraciones
- Comité de Disclosure
- Comité de la Integridad Corporativa
- Comités de Riesgo (Risk Management Committee y Comité Técnico de Operaciones local)
- Comité de Recursos Humanos
- Comité de Corporate Assurance
- Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa
- Comité de Cumplimiento Normativo

Anualmente, la Asamblea de Accionistas aprueba la gestión realizada por el Directorio, junto con la aprobación de la Memoria Anual en donde se desarrolla la gestión del Directorio durante el correspondiente ejercicio social. Se ha determinado que el monto máximo de las retribuciones que por todo concepto puedan percibir los miembros del Directorio, incluidos sueldos y otras remuneraciones por el desempeño de funciones técnico-administrativas de carácter permanente, no podrá exceder el veinticinco por ciento (25%) de las ganancias. Dicho monto máximo se limita al cinco por ciento (5%) cuando no se distribuyen dividendos a los accionistas, y se incrementa proporcionalmente a la distribución, hasta alcanzar aquel límite cuando se reparte el total de las ganancias



Composición del Equipo Directivo (%)	2014	2013	2012
<b>RANGOS DE EDAD</b>			
De 30 a 50 años	50%	51,79%	59,26%
Más de 50 años	50%	48,21%	40,74%
<b>POR GÉNERO</b>			
Femenino	14,29%	16,07%	16,36%
Masculino	85,71%	83,93%	83,64%

## Procedimientos para evitar conflictos de interés en el Directorio

El Código de Gobierno Societario establece los estándares para el desempeño del cargo del director, incluyendo un apartado sobre ética y normas de conducta. El mismo establece que "los Directores estarán sujetos al deber de fidelidad, debiendo cumplir los deberes impuestos por las leyes y el Estatuto con fidelidad al interés social, entendido como interés de la Sociedad".

Además, el Código incluye un apartado sobre conflictos de intereses donde señala que "el Director deberá abstenerse de asistir e intervenir en aquellos casos en los que pueda suscitarse un conflicto de interés con la Sociedad", entre otros lineamientos incluidos.

Por otra parte, la Ley de Sociedades Comerciales en su Art. 241 indica que "los directores, síndicos, miembros del consejo de vigilancia y gerentes generales, no pueden votar en decisiones vinculadas con la aprobación de sus actos de gestión. Tampoco lo pueden hacer en resoluciones atinentes a su responsabilidad o remoción con causa".

## Sistema de cumplimiento

La Unidad de Cumplimiento Normativo vela por la efectiva operatividad de las normas y procedimientos necesarios para asegurar el cumplimiento de las disposiciones legales y estándares de comportamiento ético relevantes que afecten a cada uno de los negocios y actividades, así como de los criterios y pautas de actuación contenidos en el Código de Conducta. Tiene a su cargo la función de cumplimiento de la gestión del riesgo asociado a prevención del lavado de dinero, normas de conducta en los mercados de valores y protección de datos de carácter personal.

Por su parte, el Comité de Cumplimiento Normativo, integrado por algunos miembros del Directorio y del Comité de Dirección, vigila el cumplimiento de la normativa aplicable en asuntos relacionados con las Conductas en los Mercados de Valores y protección de datos personales; vigila el alcance de las actuaciones del Banco en materia de su competencia, así como los requerimientos de información o actuación que hicieren los organismos oficiales competentes; y asegura que el Código de Conducta interno y el Código de Conducta ante los mercados de valores, aplicables al personal del Banco cumplan las exigencias normativas y sean adecuados para la institución, entre otras funciones. Este Comité se reúne de forma mensual.

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

Uno de los principios rectores del Banco y sus empresas vinculadas es la observación de los más altos estándares en materia de políticas y procedimientos de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

Para ello contamos con un Modelo de Gestión del Riesgo de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación de Actividades Terroristas. Este considera el Modelo del Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, las mejores prácticas en materia de prevención y blanqueo de la industria financiera internacional y está compuesto por los siguientes elementos:



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

Durante el año 2014, continuamos profundizando en el Modelo a partir de las siguientes actividades:

- **Adaptación de políticas y procedimientos a cambios normativos:** conforme a las actualizaciones normativas actualizamos el manual de políticas y procedimientos de prevención de lavado de activos.
- **Sistemas de monitorización:** continuamos el ajuste y mejora del sistema de monitoreo.
- **Colaboración con organizaciones internacionales y gubernamentales:** en carácter de sujeto obligado, y en cumplimiento del riesgo en materia de prevención, contribuimos con distintos organismos internacionales y gubernamentales.
- **Capacitaciones, talleres y visitas a la red de sucursales:** realizamos capacitaciones en distintas sucursales in-situ y estuvimos presentes en talleres de distintos colectivos y en comités zonales, reforzando y actualizando las novedades normativas en materia de prevención.
- **Capacitaciones por medio de e-campus:** Continuamos capacitando a los empleados por medio de *e-learning*, dándoles la posibilidad de acceder al manual actualizado de Prevención de Lavado de Activos. Además facilitamos las novedades relevantes del sector en el sitio web. Se capacitaron en forma presencial a 146 empleados (3%) y 199 empleados (4%) realizaron el curso de Prevención de Lavado de Dinero por medio de *e-learning*.

## Corporate Assurance y Auditoría Interna

### Principio de Precaución y Gestión del Riesgo

Entendemos que el proceso de gestión integral de riesgos comprende una estrategia adecuada y un conjunto de políticas, límites, estructura, procesos, herramientas y metodologías que permiten una visión integral de aquellos riesgos que identificamos como relevantes para el ejercicio de las actividades.

Nuestro objetivo en BBVA Francés, se basa en asumir un nivel prudente de riesgos que nos permita generar rendimientos, manteniendo niveles aceptables de capital y de fondeo y generando beneficios de forma recurrente.

Por eso, contamos con una Política General de Riesgos, que expresa los niveles y tipos de riesgo que la entidad está dispuesta a asumir para poder llevar a cabo el plan estratégico, sin desviaciones relevantes incluso en situaciones de tensión. Nos ocupamos de los riesgos extra financieros que puedan afectar el perfil crediticio de un prestatario o de un proyecto financiado, poniendo en peligro tanto el repago de la deuda como así también los principios corporativos de integridad prudencia y transparencia. Para lograr este objetivo, aplicamos el Principio de Precaución en todas las operaciones. Manejamos una exposición al riesgo para que se mantenga en límites controlados para preservar la solvencia de la entidad. Dicho Principio de Precaución no sólo se relaciona con aspectos financieros sino también sociales, ambientales y reputacionales. En esta línea, el proceso para la gestión de riesgos, es integral y proporcional a la dimensión e importancia económica de la entidad financiera.

El **Riesgo Reputacional**, es un riesgo intangible y difícil de calcular. El paso más importante que podemos dar a la hora de evitarlo es tener conciencia de su existencia y considerarlo en la toma de decisiones. En BBVA Francés, definimos a la Reputación Corporativa como la exposición a la incertidumbre de resultados como consecuencia de eventos que pueden afectar negativamente la percepción que los diferentes grupos de interés (clientes, reguladores, accionistas, empleados, proveedores, etc.) tienen del Banco.



Desde hace algunos años realizamos ejercicios de identificación y priorización de Riesgos Reputacionales a diferentes niveles. BBVA Francés ha sido una de las entidades referentes en la gestión de riesgo reputacional y queremos seguir fortaleciendo el modelo. En 2014, hemos trabajado en una nueva metodología corporativa para la identificación, evaluación e impulso de la gestión del Riesgo Reputacional. En este sentido, se ha aprobado la política de gestión de éste riesgo.

Nuestro modelo de gestión está basado en la toma de decisiones bajo dos principios rectores:

- **Prudencia:** Se materializa en lo referente a la gestión de los diferentes riesgos reconocidos por la entidad.
- **Anticipación:** Se refiere a la capacidad para tomar decisiones que anticipen cambios relevantes en el entorno, la competencia y los clientes, con repercusión en el mediano plazo.

Este proceso es adecuado, suficientemente comprobado, debidamente documentado y revisado periódicamente en función de los cambios que se producen en el perfil de riesgo tanto de la entidad como del mercado.

En esta línea, el Directorio y la Alta Gerencia se encuentran altamente comprometidos en la identificación, evaluación, seguimiento, control y mitigación de los riesgos significativos. Estos órganos, vigilan periódicamente los riesgos de crédito, financiero y operacional susceptibles de afectar el éxito de las actividades de BBVA Francés, como así también ponen especial énfasis en los riesgos estratégicos, reputacionales y desconcentración.

Por otro lado, contamos con las siguientes normas corporativas:

- **Financiación de armas y material de defensa.**

En el marco de la Política del Grupo de actuar conforme a los fundamentos de comportamiento ético, BBVA Francés establece los principios, criterios y normas de actuación que deben ser tenidos en cuenta en los procedimientos de análisis y sanción aplicables a las solicitudes de financiación relacionadas con el sector de fabricación de armas y municiones, así como con operaciones de comercio exterior relativas a material de defensa y productos de doble uso.

- **Personas de Relevancia Pública - facultad no delegada.**

Existen personas de relevancia pública, miembros de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial que podrían llegar a ejercer influencia o a tomar decisiones que afecten al Banco o a alguna de las sociedades que lo componen. En estos casos, el área de Riesgos analizará la viabilidad o no de algún pedido de financiación ya que el principio rector es el de facultad no delegada.

### Gestión, control y prevención del fraude

Las políticas y procedimientos internos tendientes a garantizar la Prevención del Fraude siguen siendo una parte central de las actividades realizadas en las áreas de Seguridad de BBVA Francés. Se han implementado, durante el último año, herramientas de monitoreo y detección de fraude en el canal Internet, mediante procesos de análisis de comportamiento del canal, que han permitido identificar casos y acotar o evitar sus consecuencias. La evolución de los actuales procesos de control, así como el análisis de nuevas alternativas o herramientas a implementar para el refuerzo de estos procedimientos, es una tarea continua y permanente en el tiempo.

Las acciones de concientización apuntadas a clientes se han visto además reforzadas por la implementación de esquemas más robustos de credenciales para el uso de nuestras plataformas. La incorporación en banca internet de la nueva Clave Digital, la cual se ingresa en un apartado especial que incluye avisos y recomendaciones de seguridad para clientes, es un ejemplo de esta combinación.

Además, se mantienen y amplían los usos de elementos adicionales de seguridad que apuntan a proteger el acceso de los clientes a sus productos. Tarjetas con chip, claves por SMS, claves digitales, tarjetas coordinadas, y tokens, entre otros, se continúan desarrollando y expandiendo como herramientas de protección y seguridad ofrecida a nuestros clientes.



Todo el análisis y evaluación del tema Fraude Informático se somete a un seguimiento continuo con referentes y especialistas del BBVA Francés, de manera de optimizar la definición de los mejores cursos de acción para controlarlo y prevenirlo.

### Principios de Ecuador: financiación de proyectos

El Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, adhiere desde el año 2004 a los Principios de Ecuador voluntariamente. Esto implica un compromiso para determinar, evaluar y gestionar los riesgos sociales y ambientales en la financiación de proyectos. Cada proyecto que BBVA Francés va a financiar, como así también las actividades de asesoría que realice, quedan reguladas, y se describe la metodología de valoración y administración del riesgo ambiental y social. Para ello, cada riesgo debe ser categorizado de la siguiente manera:

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

Asimismo se ha participado en el curso Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (ARAS), cuyo objetivo es que las instituciones financieras participantes mejoren su competitividad y contribuyan al desarrollo sostenible de las regiones donde operan, a través de la inclusión de lineamientos ambientales y sociales en sus operaciones, como por ejemplo la implementación de herramientas de análisis y gestión de riesgos ambientales y sociales, que faciliten la identificación, evaluación y administración de riesgos generados por las operaciones de sus clientes.

### Gestión de Control Interno

La Auditoría Interna es una actividad permanente, independiente, imparcial y objetiva de consulta y evaluación de los sistemas de control interno y gestión de riesgo de la organización. Su principal función es asegurar la evaluación y monitoreo constante del funcionamiento adecuado del sistema de control interno del Banco.

En 2014, como todos los años, hemos realizado un testeo del sistema de Control Interno, siempre respetando lineamientos y consideraciones de los entes reguladores. También, se verificó el cumplimiento del Programa de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo y otros controles relacionados, no surgiendo ningún aspecto relevante para mencionar.

Por otro lado, recibimos la inspección de la Gerencia de Control de Auditores del BCRA para la tarea de revisión, en relación al cumplimiento de las normas mínimas sobre controles internos de BBVA Banco Francés SA por el período comprendido entre el 1 de enero de 2013 y el 31 de diciembre de 2014.

En el año se elaboraron 12 Informes de Auditoría sobre procesos en la Red de Oficinas, incluyendo revisiones in-situ y a distancia, 25 Informes de Auditoría de Procesos, 2 Informes Antifraude y 30 Trabajos Regulatorios.

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

### Estándares de Conducta

El sistema de cumplimiento incluye un elemento básico, el Código de Conducta del Grupo BBVA, que define y desarrolla los fundamentos del comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias




para preservar una de sus principales fuentes de creación de valor: la integridad corporativa. Refleja públicamente el conjunto de los compromisos de BBVA con sus grupos de interés directos: accionistas, clientes, empleados y proveedores y con las sociedades en las que opera la compañía.

El Código incluye aspectos relacionados con los conflictos de interés, los Derechos Humanos, contempla los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo. Dedicamos una atención relevante a los valores éticos, especialmente respecto a la dignidad de la persona y sus derechos inherentes, respeto a la igualdad de las personas y a su diversidad, estricto cumplimiento de la legalidad y objetividad profesional.

El Código de Conducta es aplicable a la totalidad de las entidades y de los empleados del Banco. Los empleados, están obligados a cumplir, en todo momento, con las políticas y procedimientos del Código y, particularmente, las relativas a la prevención de actuaciones que pudieran llegar a tener la consideración de manipulación de precios, uso inapropiado de información privilegiada o limitativas de la libre competencia y aquellas que tengan como finalidad asegurar el cumplimiento de los requerimientos de información al mercado exigibles al Banco.

Durante 2014, se capacitaron a 1.229 empleados bajo la modalidad *e-learning*. Presencialmente se capacitó a 248 empleados que realizaron el curso de inducción, el cual abarca los principios del Código de Conducta e incluyó principios sobre Prevención de Lavado de dinero. Además, se realizó una campaña vía e-mail y en la revista Protagonistas.



Los canales de denuncias a nivel local son:

**Buzón:** Código de conducta - Argentina  
**Telefónica:** 011-4346-4466 int. 14466

Los canales de denuncias a nivel corporativo son:

**Vía e-mail:** [actitudresponsable@grupobbva.com](mailto:actitudresponsable@grupobbva.com)  
**Telefónica:** 915377222 Ibercom: 77222

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 2014 no se presentaron casos que ameritaran la convocatoria del Comité.

Además, la Política de Conducta en el ámbito de los Mercados de Valores es un desarrollo de las pautas establecidas en el Código de Conducta del Grupo BBVA en relación con los mercados de valores e incorpora una serie de principios y criterios generales de actuación comúnmente aceptados a nivel internacional y dirigido a preservar la integridad en los mercados. Concretamente, recoge las pautas de actuación mínimas que toda persona que forme parte del Grupo debe observar en relación al tratamiento de la información privilegiada, la prevención de la manipulación de cotizaciones, la gestión de potenciales conflictos de intereses que pudieran surgir y la operativa por cuenta propia de los empleados en los mercados. Durante 2014 en BBVA Francés se estuvo trabajando en el código de conducta de mercado de capitales adecuándolo a la nueva Ley de Mercado de Capitales, y estará en vigencia a partir de su aprobación por parte del Directorio del Banco.

# Educación Financiera

En BBVA Francés trabajamos por un futuro mejor para las personas, y es por eso que la educación financiera es uno de los tres objetivos que buscan contribuir con la prioridad estratégica educación, adquiriendo aún más relevancia dentro de nuestro Plan de Negocio Responsable 2013-2015.

En 2009 se lanzó el Plan de Educación Financiera y en 2014 podemos hablar de esto como un programa de alcance global, consolidado en todo el Grupo, que cuenta con una oferta sólida y completa de contenidos disponibles en diversos canales y que abarca todo el ciclo de vida financiera de las personas.

Dado que somos una entidad financiera, creemos que tenemos la responsabilidad de contribuir a incrementar la cultura financiera de las personas, permitiéndoles tomar decisiones financieras informadas.

En este marco, en Argentina destacamos el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés, así como el Programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs, como las iniciativas que contribuyen con la educación financiera de las personas.

## Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés

Por octavo año consecutivo, desarrollamos el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés que, mediante un programa de becas individuales, anuales y renovables, busca la integración y permanencia en el sistema educativo de jóvenes de entre 12 y 19 años de familias de bajos ingresos económicos. Con esta iniciativa, promovemos que el alumno asuma compromisos responsablemente en sus estudios, en la relación con su entorno y en la administración del dinero que recibe mensualmente.

Los destinatarios deben cursar el nivel medio de educación formal y vivir en un contexto socioeconómico que los exponga a la deserción escolar. El programa también integra a quienes están fuera del sistema educativo a partir del desarrollo de habilidades técnicas. El monto de las becas se transfiere a una cuenta corriente que sólo es utilizada para que los becarios recarguen sus tarjetas. De esta manera, fomentamos la inclusión financiera con la entrega de un producto bancario para administrar la beca, incorporando a sectores vulnerables en el mercado financiero.

Los becarios cuentan con un tutor que realiza un seguimiento personalizado y les ofrece asesoramiento para poder cumplir con los compromisos asumidos con el Programa, como la administración adecuada de la beca, el buen desempeño escolar y la colaboración en las actividades de la ONG correspondiente.

### Resultados 2014

1.365

alumnos  
beneficiados

28

centros  
educativos

148

colegios

27

localidades  
del país

12

provincias  
+ CABA

22

ONG  
aliadas



### Desarrollo del Programa en 2014

Desde su comienzo, e incluyendo esta 8<sup>va</sup> Edición, el Programa ha otorgado un total de 8.223 becas en 27 localidades. Con esto, los beneficiarios directos e indirectos pueden estimarse en 24.669 personas.

El desafío para 2014 fue la difusión del Programa de Educación Financiera Becas de Integración mediante las acciones de los Programas Jornadas y Publicaciones y Artistas por la Educación, para poder así convocar a nuevos donantes de becas.

Podemos afirmar que los resultados fueron positivos, ya que se logró aumentar en forma significativa la cantidad de donaciones externas, gracias a las nuevas alianzas establecidas con instituciones de diversa índole, y a la consolidación de las ya existentes.

En 2014 continuamos ofreciendo a personas físicas y jurídicas la posibilidad de ser parte del Programa, realizando una donación para cubrir el dinero de bolsillo que recibe el becado. De esta manera, 87 alumnos se vieron beneficiados con la beca: 10 de ellos por medio de la donación de directivos y empleados de BBVA Francés y 77 becados por la donación de personas jurídicas. Entre estas últimas se encuentra la Fundación Vicente Lucci (San Miguel de Tucumán) con 5 becados, el Club Atlético Boca Juniors (C.A.B.A.) con 40 becados, la Federación Económica de Tucumán (San Miguel de Tucumán) con 15 becados, el Arzobispado de Tucumán y Cáritas Tucumán con 12 becados y la Peña Boca Pasión Sanjuanina, en alianza con Boca Social con 5 becas.

También durante el año, BBVA Francés, la Municipalidad de San Miguel de Tucumán y la Federación Económica de Tucumán (FET), renovaron la alianza establecida en 2012, comprometiéndose a aumentar la cantidad de alumnos becados. Como consecuencia, se entregaron 30 becas a jóvenes de las escuelas Alfonsina Storni y Gabriela Mistral, a través del Programa Becas de Integración BBVA Francés, con el objetivo de contribuir a que los alumnos finalicen sus estudios de nivel secundario, fortalecer la educación financiera y ejercitar los valores fundamentales de la persona.

En el marco del acuerdo realizado en 2012 con Boca Juniors, Boca Social junto a la Peña Boca Pasión Sanjuanina y FundaMe (Fundación Marina Echenique), de la ciudad de San Juan, becaron a 5 alumnos en dicha provincia. Por otra parte, Boca Social sumó 10 nuevas becas en la Ciudad de Buenos Aires, beneficiando en total a 40 alumnos.

En la ciudad de San Miguel de Tucumán (provincia de Tucumán) se abrió un nuevo centro de becas que beneficia a 27 alumnos, en alianza con el Arzobispado de Tucumán y Cáritas Tucumán, quienes han aportado 12 becas. De esta forma se consolida la presencia de BBVA Francés en el plano social en la provincia de Tucumán.

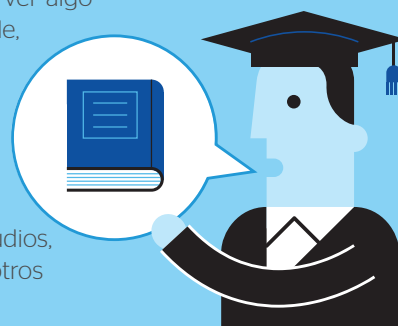
En 2014 la inversión que BBVA Francés realizó en el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés es de \$10.842.471, incluyendo en el mismo el Programa Artistas por la Educación, el Programa Jornadas y Publicaciones y el Programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs.

### Testimonios del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés

“El programa de becas me ayudó en todo sentido desde lo económico hasta ayudarme a crecer como persona, cuando sos más chico no le das la importancia que en verdad tienen los gastos, gastás y gastás y no sabes de dónde sale eso. La beca me enseñó por ejemplo a ver algo y no comprarlo, buscar precios, buscar mi economía, a ser más responsable, a cumplir con el rendimiento académico, a cumplir a tiempo con las rendiciones, y ayudar muchísimo en el comportamiento. No tiene ninguna falencia, nos ayuda a crecer como persona en todo sentido. Estoy muy agradecido me despido, diciendo gracias”

“Soy beneficiado de la beca hace dos años, me sirvió mucho para mis estudios, me gustaría continuar con la beca hasta que termine mis estudios como otros chicos, pero sé que también queda en nosotros que la cuidemos”

“Somos muchos y mis papás no pueden mantenernos a todos ni ayudarnos en todo, hasta que un día me dicen que soy becada de la escuela... Me sentía muy orgullosa de comprar las cosas por mí misma, ya que era muy difícil decir a mis padres, papá necesito esto o lo otro, y ahora puedo valerme por mí misma. Al principio sentía que recibir la beca era muchísima responsabilidad. No sabía cómo la iba a llevar a la beca, era mucha responsabilidad, pero a pasar los años uno va aprendiendo como administrar los gastos y también va aprendiendo la responsabilidad de más cosas al pasar los años. Cosas que a mí me hacían muchísima falta, ahora estoy por estudiar medicina y me sirvió muchísimo la beca para comprarme libros de medicina que son bastante caros, me siento capaz este año afrontar la carrera y ya me estoy preparando, muchas gracias”

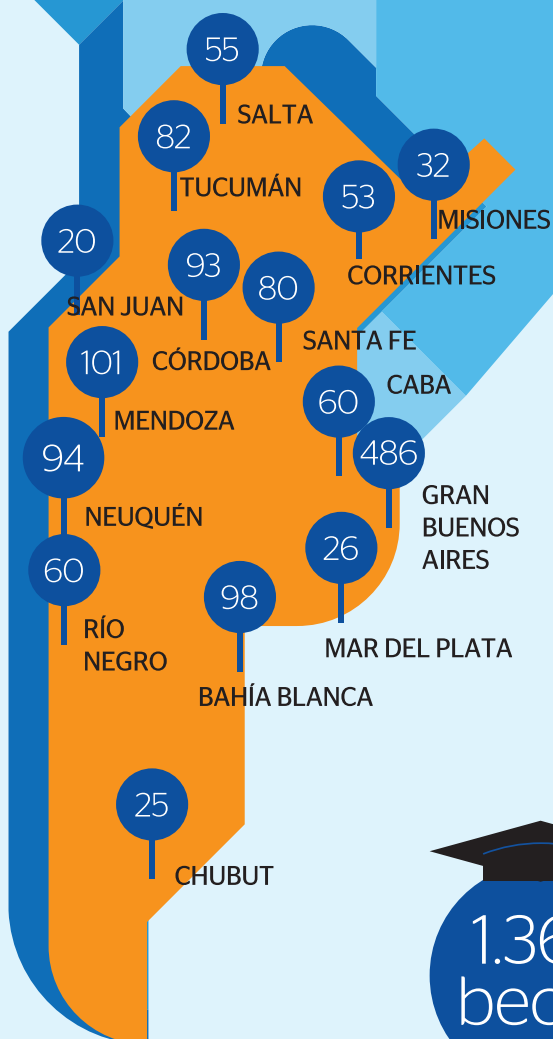




# Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en 2014

ONG	CENTRO	LOCALIDAD	PCIA.	CANTIDAD DE BECADOS						
				Secundarios	Taller de Formación Profesional	Donación directivos y empleados	Donación particulares	Donación personas jurídicas	Total por Centro	Total por ONG
Asociación Católica de Empleadas	Instituto Monseñor de Andrea	B.º Centro	Córdoba	25					25	25
Asociación Civil Fe y Alegría	Fe y Alegría I.P. 54	Bº Ongay Corrientes	Corrientes	53					53	108
	Centro Educativo Fe y Alegría N° 8171	Bº Solidaridad Salta	Salta	55					55	
Asociación Civil La Educadora Compañía de Jesús	Centro Educativo Padre José María Llorens	Bº San Martín, Mendoza Cap.	Mendoza	100		1			101	101
Cáritas San Isidro	Obra Comunitaria Marcelino Champagnat	Tigre	Buenos Aires	35					35	70
	Centro Familiar San Juan Bautista	Bº Ricardo Rojas, Gral. Pacheco	Buenos Aires	35					35	
Boca Social	Club Atlético Boca Juniors	La Boca	C.A.B.A.	20				40	60	60
Colegio Carmen Arriola de Marín	Colegio Plácido Marín	Boulogne	Buenos Aires	73		3			76	76
Colegio Madre Teresa	Colegio Madre Teresa	Virreyes San Fernando	Buenos Aires	97					97	97
Federación Económica de Tucumán	Jóvenes Empresarios de la Federación Económica de Tucumán	Tucumán	Tucumán	15				15	30	30
Fundación Brazos Abiertos	Fundación Brazos Abiertos	Posadas	Misiones	32					32	32
Fundación Cláritas	Centro Integral "Casa del Niño de Lourdes"	Berazategui	Buenos Aires	70					70	70
Fundación Mano Amiga	Colegio Mano Amiga	Pilar	Buenos Aires	36		2			38	38
Fundación Marina Echenique	Fundación Marina Echenique	San Juan	San Juan	15				5	20	20
Fundación Marista	Casa Corazón de María	Merlo	Buenos Aires	40					40	65
	Escuela Marcelino Champagnat	Rosario	Santa Fe	25					25	
Fundación Obra del Padre JuanCorti	Colegio San José Obrero	Comodoro Rivadavia	Chubut	25					25	25
Fundación Pan de Vida	Parroquia San Ramón Nonato	Bº Gral. Paz	Córdoba	40					40	40
Fundación Vicente Lucci	Fundación Vicente Lucci	San Miguel de Tucumán	Tucumán	20				5	25	25
Institución Salesiana Nuestra Señora del Rosario	Instituto Don Bosco	Rosario	Santa Fe	29					29	55
	Instituto Nazaret			25		1			26	
Institución Salesiana San Francisco Javier	Colegio Ceferino Namuncurá, Centro de Formación Integral Don Bosco, Colegio Salesianos de la Patagonia	San Carlos de Bariloche	Río Negro	42	18				60	278
	Colegio San José Obrero	Neuquén	Neuquén	94					94	
	Obra La Piedad	Bahía Blanca	Buenos Aires	98					98	
	Colegio Don Bosco	Mar del Plata	Buenos Aires	25		1			26	
Institución Salesiana San Francisco Solano	Institución Educativa Salesiana San Antonio de Padua	Bº Chateau Carreras	Córdoba	28					28	28
Centro de Servicios para el Desarrollo Local Asociación Civil	Las Tunas ONG	Gral. Pacheco	Buenos Aires	60					60	60
Parroquia Sagrada Familia	Centro Comunitario de Promoción Social La Casita	Berazategui	Buenos Aires	35					35	35
Cáritas Tucumán	Cáritas Tucumán	Tucumán	Tucumán	13		2		12	27	27
<b>Total</b>				<b>1.260</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>77</b>	<b>1.365</b>	<b>1.365</b>

## Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés



8va. Edición - 2014



Centros educativos 28

148 Colegios



27 localidades del país

12 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

22 ONG aliadas

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

Un conjunto de 22 organizaciones de la sociedad civil realiza el trabajo directo con los alumnos, asumiendo la responsabilidad de brindar tutoría personal y grupal. En 2014, el monto mensual de las becas fue de \$ 500.

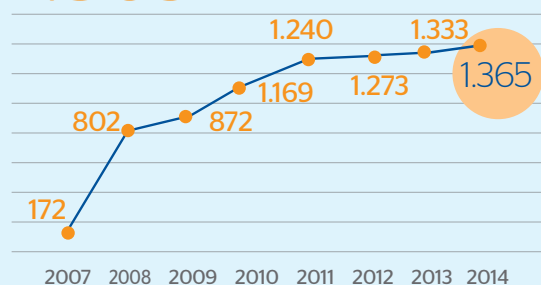
Al comienzo del año, BBVA Francés celebra un acuerdo anual con una ONG que actúa en una comunidad educativa. Esa ONG presenta al alumno como candidato a ser becado. Una vez que el acuerdo es celebrado, el Banco toma al alumno becado como cliente extendiéndole una tarjeta VISA Recargable a través de la que recibe su beca cada mes.

Además, el Banco ofrece una donación mensual a cada ONG para cubrir los costos de gestión del Programa, brindando de esta manera tutoría durante todo el tiempo que dura la beca.

En línea con el eje de Educación Financiera, el alumno becado recibe orientación sobre cómo utilizar los servicios de BBVA Francés a través del equipo de la sucursal bancaria de donde es cliente. Esto significa, manejar con solvencia los servicios del cajero automático, así como aprovechar las ventajas de comprar con tarjeta en comercios adheridos, aprovechando ofertas y promociones. La integración de estos jóvenes al sistema bancario y de consumo es especialmente favorecida por esta dimensión del Programa, fomentando así una inclusión social real y sostenida en el tiempo.

## Evolución del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés

### 1.365 Cantidad de Becas



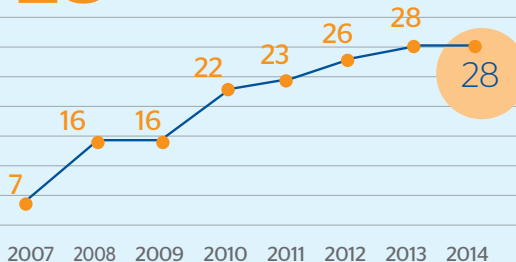
### 28 Cantidad de Sucursales involucradas



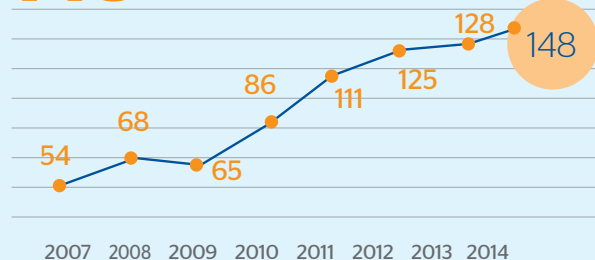
### 22 ONG aliadas



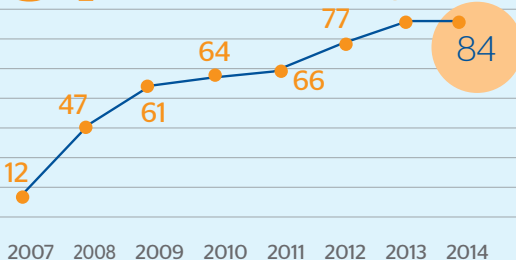
### 28 Centros educativos



### 148 Colegios



### 84 Tutores



El alumno tiene el deber de consumir la totalidad del monto de la beca mes tras mes ya que no está contemplado el ahorro con el monto que percibe. Esta condición, favorece una planificación en la administración del dinero. Un equipo de profesionales que gestiona desde el Banco el Programa junto con los tutores, ayudan al becado en este proceso, orientándolo para utilizar el dinero de la beca de acuerdo a un consumo responsable según las condiciones dadas.

Por su parte, el alumno toma el compromiso de asistir a la escuela regularmente, lograr buenas calificaciones, tener buena conducta dentro y fuera de la escuela, participar de las reuniones de tutoría, colaborar oportunamente con alguna actividad de la ONG en la medida de sus posibilidades, y rendir sus gastos con los comprobantes fiscales mes tras mes. El conjunto de las rendiciones de gastos es sometido a la auditoría del Estudio Friz.

En pos de ganar eficiencia en la gestión del Programa, desarrollamos un aplicativo especial. Durante esta edición, capacitamos a 2 centros de becas en el uso del Aplicativo del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés. Con ellos, ya son 28 los centros que lo utilizan para cargar las rendiciones de los becados y solicitar la carga de las tarjetas. A su vez, continuamos con el desarrollo y mejoramiento de dicho aplicativo, con el objetivo de sumarle funciones.

Como todos los años, el Programa realiza una minuciosa medición de impacto social <sup>(1)</sup> utilizando una metodología de investigación que permite triangular datos y perspectivas de los distintos actores que participan del programa tomando en consideración técnicas cualitativas y cuantitativas, a partir de una muestra representativa con el 95,5% de confianza. Los resultados obtenidos reflejan que este tipo de programas conforman una herramienta importante para promover una sociedad más inclusiva.

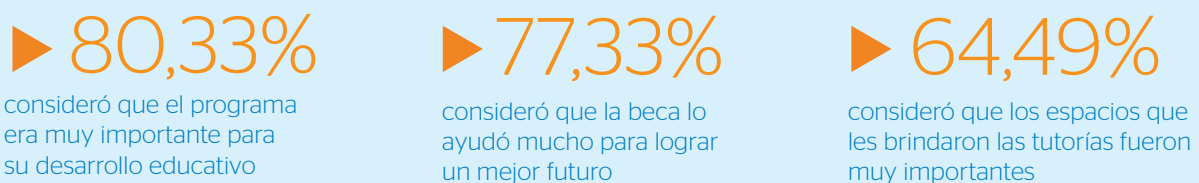
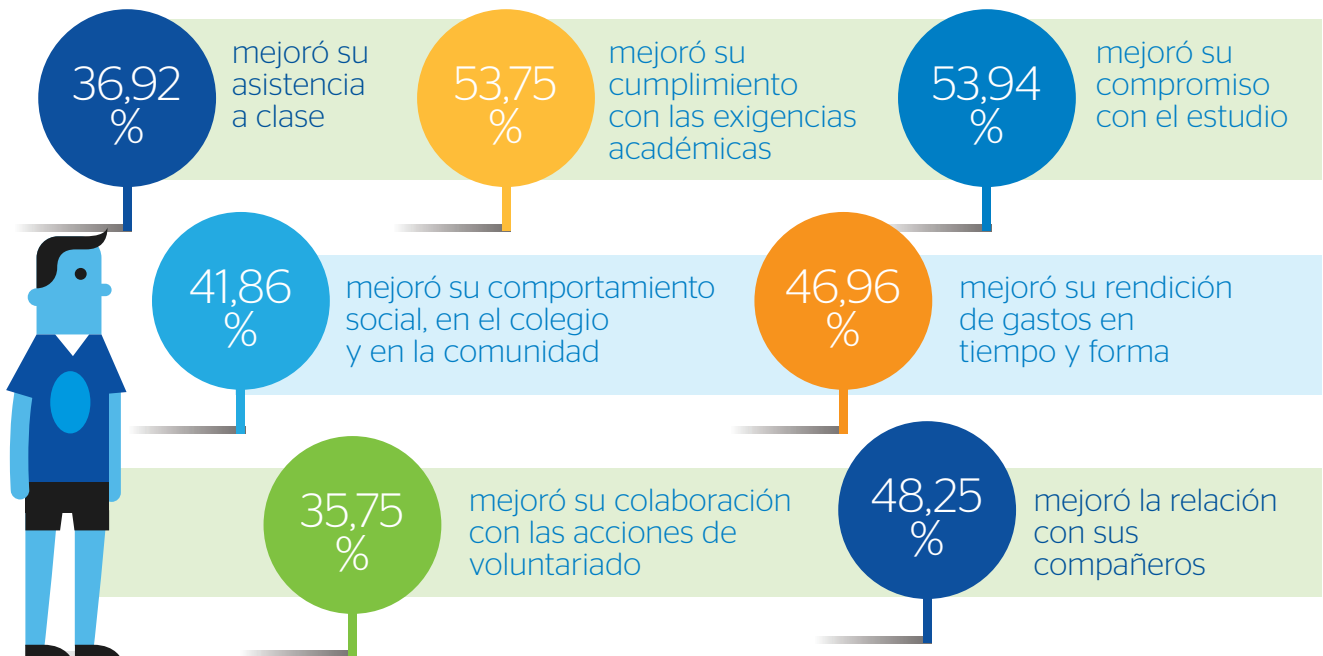
Estas fueron algunas de las conclusiones más destacadas:

• Características de los padres de los jóvenes becados



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

Desde que recibieron la becas



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



(1) La medición del impacto social 2014 estuvo a cargo del Lic. Daniel Arroyo, director del estudio Arroyo Consultores.

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

### 1. Porcentaje de niños que entregaron rendiciones:

Podemos observar que el porcentaje general anual es de 96,40%, es decir casi la totalidad de los niños que recibieron desembolsos entregaron sus rendiciones.

### 2. Porcentaje de rendiciones de beca con comprobantes:

Del análisis podemos notar una altísima rendición con comprobantes siendo el promedio anual del 98,76%, superando en varios centros el 100%.

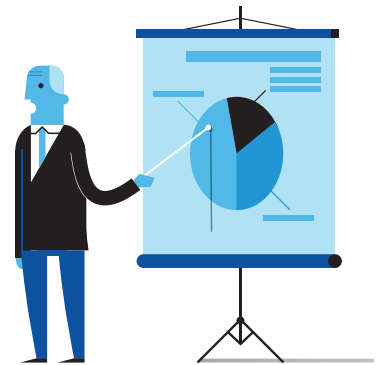
### 3. Número de observaciones en las muestras auditadas:

El porcentaje de observaciones promedio anual es de 1,66 observaciones por centro, lo cual es relativamente bajo. Esto indica una mejora en el reconocimiento de los tipos de comprobantes y los conceptos adecuados a la beca entregada, así como también mayor fluidez en el manejo de los elementos bancarios proporcionados.

### 4. Conclusiones generales:

Lo que hemos observado a lo largo del año 2014 es un altísimo cumplimiento de rendición de los niños y en forma casi completa de los desembolsos recibidos.

Han mejorado año a año la calidad de los comprobantes que entregan, el uso de tarjetas de débito y manejo de compras y documentación comercial. A su vez, se han incrementado la rendición con alimentos, productos de higiene y calzado.

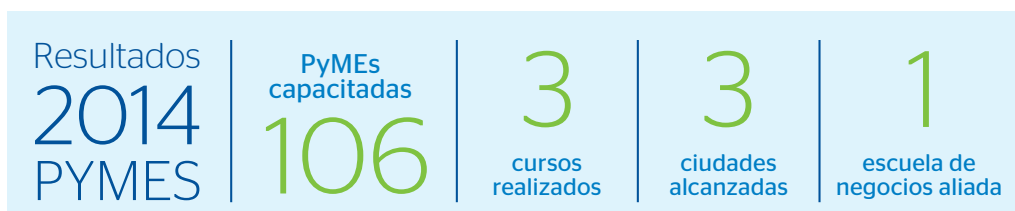


## Programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs

El programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs es una de las iniciativas del Plan de Negocio Responsable y tiene como objetivo atender a las necesidades de formación y capacitación de dueños y directivos de micro, pequeñas y medianas empresas, brindando conocimientos y herramientas de gestión que faciliten el desarrollo de técnicas necesarias para adecuar la gestión empresarial a las actuales condiciones de los mercados donde se desempeñan.

En los meses de septiembre, octubre y noviembre, realizamos 3 cursos, en las ciudades de Mendoza, Córdoba y Rosario, en los cuales participaron 106 PyMEs. Nos acompañó como escuela de negocios aliada la Universidad Católica Argentina (UCA).

Esta nueva iniciativa apuesta a apoyar los procesos de mejora y transformación en los países donde estamos presentes, a través de la formación de las PyMEs que tienen un papel crucial en el crecimiento sostenido en el largo plazo, la creación de empleo y el desarrollo social.



# Productos de Alto Impacto Social

## Microfinanzas

En el marco de nuestro compromiso con la inclusión financiera, en 2007 se creó la Fundación Microfinanzas BBVA<sup>(1)</sup>, con el objetivo de promover el desarrollo económico y social sostenible e inclusivo de las personas más desfavorecidas de la sociedad, a través de las Finanzas Productivas Responsables (la provisión de productos y servicios financieros y acompañamiento en el desarrollo de actividades productivas).

Durante 2014, la Fundación continuó trabajando para profundizar en las áreas más necesitadas, contando con 7.472 empleados y 488 oficinas en los siete países en los que está presente, a través de sus ocho entidades de microfinanzas: el Banco de las Microfinanzas-Bancamía en Colombia; Financiera Confianza, en Perú; Banco de Ahorro y Crédito Adopem, en República Dominicana, Emprénde Microfinanzas y Fondo Esperanza en Chile; Contigo Microfinanzas en Argentina; Microserfin en Panamá; y la Corporación para las Microfinanzas en Puerto Rico.

A cierre del 2014, la Fundación Microfinanzas BBVA atiende a 1.544.929 clientes, el 96% de los cuales están teniendo éxito en el negocio que han emprendido para salir de la pobreza. En el caso de los clientes que permanecen cuatro años en la entidad, sus ventas han crecido un 40%, sus activos se han multiplicado por tres y sus excedentes se han incrementado un 12% anual, como muestra el Informe de Desempeño 2013: "Midiendo lo que realmente importa", publicado en 2014 por la Fundación, y que da a conocer de manera detallada el impacto de su actividad en la vida de sus clientes.

Desde su constitución, la Fundación ha entregado créditos por valor de 6.642 millones de dólares, en términos acumulados, a 4,7 millones de personas para el desarrollo de sus actividades productivas (2007-2014), además de asesoría y capacitación, siendo actualmente la iniciativa filantrópica con mayor impacto social en América Latina (impactando en la vida de 6,2 millones de personas).

En 2014, además del acompañamiento integral que reciben todos los clientes, la Fundación ha continuado capacitando a sus clientes emprendedores para fortalecer sus habilidades productivas y promover el desarrollo de sus negocios. En este ejercicio, la Fundación ha formado a más de 250.000 clientes en programas de formación y capacitación en habilidades y competencias relacionadas con sus negocios o para segmentos específicos, así como en educación financiera.

En Argentina, donde la Fundación Microfinanzas BBVA está presente a través de Contigo Microfinanzas, ha apoyado a 224 emprendedores en 2014, de los cuales el 66% son mujeres.

En relación a los hitos más destacados en 2014 de la Fundación Microfinanzas BBVA, la Fundación suscribió en octubre un convenio marco con la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional y para Iberoamérica, y que permitirá aunar esfuerzos y colaborar de manera articulada y conjunta en el desarrollo de iniciativas en el ámbito de las microfinanzas, impulsando el alcance y la eficacia de las actuaciones.

En el marco del desarrollo del sector microfinanciero, la Fundación continuó reforzando su compromiso con diversas iniciativas. A finales del ejercicio, la Fundación lanzaba "Progreso", un boletín digital trimestral de actualidad jurídica del sector microfinanciero, que recopila las novedades legislativas y regulatorias más destacadas del sector y los nuevos desarrollos en gobierno corporativo, en el ámbito global. La publicación, disponible on-line en español e inglés, incluye el acceso directo a los documentos citados, además de comentarios de expertos, artículos de opinión y entrevistas.

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



En Argentina, donde la Fundación Microfinanzas BBVA está presente a través de Contigo Microfinanzas, ha apoyado a 224 emprendedores en 2014, de los cuales el 66% son mujeres.





En esta misma línea de actividad, la Fundación realizó una nueva edición del “Taller de Capacitación en Gobierno Corporativo para IMFs” en República Dominicana, en colaboración con la Asociación de Bancos de Ahorro y Crédito y Corporaciones de Crédito (Abancord). Con este nuevo taller, son ya más de 350 miembros de Consejos de Administración y directivos de entidades microfinancieras las personas formadas desde la creación del programa en 2011.

También en 2014, la Fundación realizó el “I Foro por el Desarrollo Rural” en Colombia, junto a Bancamía e International Finance Corporation (IFC), un evento dedicado a los retos de la financiación del campo colombiano, y en el que participaron destacados expertos del sector privado y del sector público, así como clientes que contaron sus experiencias y las dificultades a las que se enfrentan cada día en la producción de sus productos.

En relación a su actividad institucional, la Fundación Microfinanzas BBVA continuó recibiendo reconocimientos a sus entidades de microfinanzas, sus clientes, y a sus primeros niveles.

## Apoyo a PyMEs

En BBVA Francés, estamos comprometidos con la inclusión financiera porque creemos que es una de las expresiones más propias de la responsabilidad corporativa de una entidad financiera. Por eso, con el objetivo de incentivar el crecimiento, ofrecemos diferentes productos y servicios adaptados a este segmento de mercado, buscando satisfacer sus necesidades de financiamiento de corto y largo plazo.

Durante 2014, continuamos manteniendo alianzas con organismos gubernamentales, e instituciones nacionales e internacionales trabajando conjuntamente en líneas de préstamos con financiamiento especial para PyMEs: Agencia Calidad San Juan, Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR), Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE), Banco Central de la República Argentina (BCRA), el Ministerio de Economía y el Ministerio de Industria.

Realizamos 22 capacitaciones de comercio exterior para PyMEs, tanto talleres de actualización normativa y cambios para operadores de comercio internacional que se desempeñan en dichas compañías, como reuniones para sus directivos y gerentes con disertantes que exponen sobre actualidad económica, política, etc. De estos eventos, 9 han sido realizadas en conjunto con entidades e instituciones académicas (Universidad del Salvador, Cámara Argentino-Chilena, Cámara Argentino-Brasileña, CACIPRA, CAME, entre otras).

En total, hemos realizado un total de 36 actividades de comercio exterior, entre capacitaciones y eventos, con más de 1.970 asistentes en todo el año 2014, que pertenecen a más de 600 empresas (clientes y no clientes). Las entidades con las que hemos llevado adelante algunas de éstas actividades son: Cámara de Comercio Exterior de Cuyo; Cámara de Comercio de Córdoba; Cámara de Comercio, Industria y Producción de la República Argentina; Universidad del Salvador; IDEA; Asociación Citrícola de Tucumán; Cámaras Binacionales Argentino-Brasileña (CAMBRAS) y Argentino-Chilena (CCACH), entre otras.

Nuestros eventos están destinados a clientes y no clientes que operan en el comercio internacional. Los mismos se desarrollan en las principales regiones de nuestro país, cubriendo una amplia zona. En el año 2014 realizamos seminarios y eventos en: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Buenos Aires, Mendoza, San Juan, Córdoba, Misiones, Santa Fe, Tucumán, Salta y Neuquén.

### Stock de financiamiento a PyMEs

	2014	2013	2012
En millones de pesos	6.514 (1)	5.321 (1)	3.073 (1)

(1) Los totales publicados en los informes 2012 y 2013 difieren de los informados en el presente informe, ya que oportunamente dichos datos abarcaban únicamente las operaciones de Banca Empresa, mientras que los totales reportados en el presente informe para los años 2012, 2013 y 2014 corresponden a la cartera de PyMEs.



## Préstamos a Empresas con Líneas de Financiamiento Especial

(en miles de pesos ARG)	2014		2013		2012	
	Operaciones realizadas	Total liquidado	Operaciones realizadas	Total liquidado	Operaciones realizadas	Total liquidado
Fondo Tecnológico Argentino (F.O.N.T.A.R.)	-	-	2	2.695.323	3	8.300.000
Mendoza Productiva	-	-	-	-	-	-
Calidad San Juan	<b>3.500.000</b>	<b>10</b>	4	3.000.000	16	6.950.000
Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (Sepyme)	-	-	-	-	-	-
Banco de Inversión y Comercio Exterior (B.I.C.E.) - Proyectos de inversión	<b>10.000.000</b>	<b>1</b>	-	-	70	27.000.000
SGR	<b>31.884.000</b>	<b>18</b>	36	45.085.000	24	28.810.000
Programa del Bicentenario	-	-	3	12.700.000	5	70.034.000
INYM Misiones	-	-	-	-	10	15.100.000

Los totales liquidados reportados en el presente informe corresponden a operaciones con fecha alta año fiscal 2014.

## Acuerdos de colaboración

Continuamos realizando alianzas con organismos e instituciones nacionales e internacionales con el propósito de generar acuerdos de colaboración que beneficien a sectores vulnerables. Bajo esta línea, sigue vigente nuestro acuerdo realizado con la Fundación Carolina para la financiación de estudios de postgrado para residentes argentinos a través de una línea con tasa subsidiada, que posee 12 meses de carencia de capital e intereses + IVA y se comienza a pagar en el segundo año de otorgado el préstamo. En 2014 hubo algunas modificaciones en la que adecuamos el producto a normativas internas. A su vez, seguimos contamos con un acuerdo de colaboración con Boca Juniors orientado a contribuir al mejoramiento de la sociedad con el fin de que jóvenes de entre 12 y 19 años de hogares de bajos ingresos económicos puedan finalizar sus estudios secundarios.

*Para mayor información sobre el convenio firmado con Boca Juniors ver capítulo "Educación Financiera".*

## Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés 2014

Asimismo, en 2014 se realizó la vigésimoquinta edición del Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés, que busca estimular a los empresarios emprendedores que hubieran innovado y mejorado su rentabilidad a través de esa innovación.

Esta edición contó con 21 trabajos presentados, provenientes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de las provincias de Buenos Aires, Chubut, Córdoba, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Fe y Tucumán.

El Gran Premio Emprendedor Agropecuario 2014 fue otorgado a Fernando Galli de Mandurái S.A., por su trabajo "Una propuesta de Integración para una región que aún no ha desarrollado todo su potencial" de San Javier, provincia de Río Negro.

También, se entregaron siete distinciones y una mención en las distintas categorías del Certamen a trabajos pertenecientes a las provincias de Buenos Aires, Neuquén, Río Negro y Santa Fe.

Los ganadores de la vigésimo quinta edición 2014 fueron:

• **Categoría “Actividad agropecuaria en la que se manifiesta ingeniosidad Empresaria**

**Premio “Una Propuesta de Integración para una región que aún no ha desarrollado todo su potencial”.** Autor: Fernando Gallide San Javier, provincia de Río Negro.

Desarrollo agropecuario en el Valle Inferior del Río Negro, impulsado por un grupo de socios que compraron tierras con riego disponible y las pusieron en producción desde 2012. Producen hortalizas (cebolla, zapallo y maíz dulce), cultivos de granos (para semilla de girasol y maíz), forrajeras (alfalfa y rye grass para pasto y semilla), con ganadería sobre las forrajeras y algunos subproductos hortícolas aprovechando la condición sanitaria de la Patagonia, que valoriza las carnes de esa región. Además de las mejoras tecnológicas, la principal innovación del emprendimiento consiste en la integración vertical de las distintas cadenas, desde la producción a campo, el procesamiento y la venta al mercado interno y para exportación a Brasil (en el caso de las cebollas). Eso les permite la apropiación del agregado de valor a lo largo de las cadenas, lo cual es potenciado por poseer marca propia de sus productos.

**Mención “Sol de Junio, turismo rural”.** Autor: Delto Viviani de 9 de Julio, Provincia de Buenos Aires

• **Categoría “Actividad agropecuaria con orientación Tecnológica y Productiva”**

**1° Premio “Innovación productiva en la fabricación de maquinaria agrícola”.**

Autores: Martín Bonadeo y José Mourelle de Venado Tuerto, Provincia de Santa Fe.

**2° Premio “Caso Alejandro Cameron S.A y Santiago Cameron”.**

Autor: Santiago Cameron de Pieres, Provincia de Buenos Aires.

**3° Premio “Desarrollo productivo del valle medio del Río Negro con cultivos extensivos bajo riego”.** Autor: Ingeniero Agrónomo Hugo Ghio de General Conesa, Provincia de Río Negro.

• **Categoría “Actividad agropecuaria con orientación social y comunitaria”**

**1° Premio “Hierbas aromáticas en el alto valle de Río Negro: agregado de valor desde el productor al consumidor”.** Autores: Cooperativa Agropecuaria y de Consumo Aromáticas Alto Valle Ltda. de Cipolletti, Provincia de Río Negro.

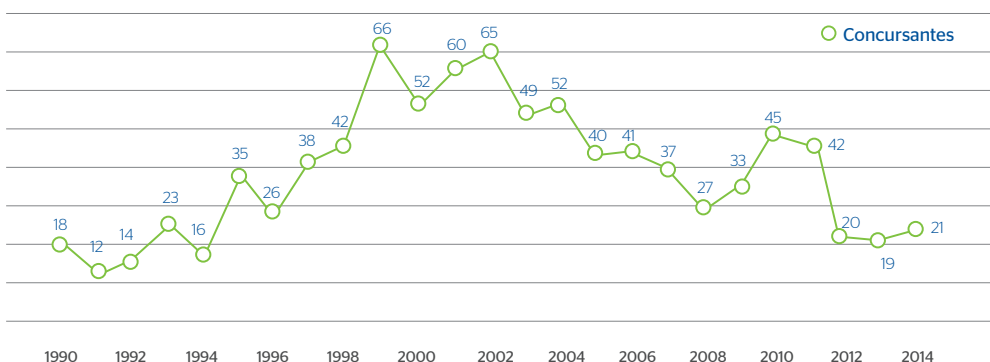
• **Categoría “Actividad agropecuaria con orientación ecológica y conservacionista”.**

**1° Premio “Innovaciones productivas y comerciales en establecimiento agropecuario al noroeste de la Patagonia”.** Autor: Carlos Caivano de Junín de los Andes, Provincia de Neuquén.

• **Categoría “Actividad agropecuaria con orientación educativa”**

**1° Premio “Proyecto de producción diversificada en el ámbito de la agricultura familiar”.** Autores: Alumnos del séptimo año de la orientación administración agraria de la Escuela Secundaria Agraria N° 1 Lobería de Lobería, Provincia de Buenos Aires.

## Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés



**El Gran Premio Emprendedor Agropecuario 2014, 25ta. Edición,** fue otorgado a Fernando Galli de Mandurái S.A., por su trabajo “Una propuesta de Integración para una región que aún no ha desarrollado todo su potencial” de San Javier, provincia de Río Negro.

# Gestión Responsable de Clientes

## Calidad, satisfacción y orientación al cliente

La cultura de calidad es un proceso por medio del cual la organización eleva su nivel de eficiencia y productividad en el trabajo. Es por esto que luego de cuatro años de la puesta en marcha del Plan de Calidad y de un intenso trabajo, decidimos reformular sus Ejes para seguir profundizando en la mejora continua, transitando el camino de la excelencia.

La nueva estructuración del Plan, pone en valor las líneas de trabajo a desarrollar dentro de cada eje:



### Iniciativas en los 5 pilares del plan de calidad

Para trabajar en el Plan de Mejora de la Experiencia del Cliente, desarrollamos a lo largo del año diversas acciones:

#### 1. Arquitectura de la medición

En BBVA Francés nos propusimos trabajar en la mejora continua de la experiencia del cliente, en cada uno de los "momentos de la verdad", es decir, cada vez que el cliente toma contacto con el Banco por cualquier motivo y canal. El objetivo, desde el inicio, es lograr la diferenciación en el mercado por la calidad de servicio que ofrecemos a nuestros clientes y que, basados en su experiencia, nos recomienden cada vez más. **Por esto nos enorgullece haber logrado, por segundo año consecutivo, ser el Banco más recomendado por sus clientes, con un Índice de Recomendación Neta (NPS o IReNe) del 40%.**

Por su parte, el Cuadro de Mando de Calidad, integra en un único informe los indicadores de negocio relacionados con la atención al cliente mostrando de manera periódica y sistemática su evolución y así definir acciones a futuro en caso de no alcanzar el progreso esperado.

## Recomendación de Clientes

Recomendación de Clientes <sup>(1)</sup> - IRENE ó NPS	2014	2013	2012
NPS (Net Promoter Score o índice de recomendación neta)	<b>40%</b>	40%	36%
% Promotores (9 y 10)	<b>51%</b>	50%	45%
% Neutros (7 y 8)	<b>38%</b>	37%	46%
% Detractores (0 a 6)	<b>11%</b>	10%	9%

(1) Fuente: Encuesta de Satisfacción de Clientes - Estudio Sindicado de Bancos 2014, Consultora Knack Argentina S.A.

A su vez, durante 2014 mantuvimos el nivel de satisfacción general del Banco en 8,5 puntos, siendo éste el mejor indicador en los últimos 5 años.

## Encuesta de Satisfacción

Indicadores clásicos <sup>(1)</sup>	2014	2013	2012	2011	2010
Nivel de Satisfacción general del Banco (sobre 10 puntos)	<b>8,5</b>	8,5	8,2	8,2	8

(1) Encuesta de Satisfacción de Clientes, del Estudio Sindicado de Bancos 2014, realizado por la Consultora Knack Argentina S.A.

## 2. Mejora de la experiencia del cliente

Basados en los pilares que conforman el Plan de Mejora de la Experiencia del Cliente, y en las exigencias de las normativas vigentes<sup>(\*)</sup>, en 2014 trabajamos en los procesos y circuitos para garantizar prácticas óptimas que cumplan con los plazos establecidos:

- Mejora continua en los circuitos de tarjetas de crédito.
- Mejora en la comunicación con el Cliente.
- Mejora en la experiencia en sucursales: agilizar atención y reducción de tiempos de espera, incorporación de protocolos para la priorización en la atención de personas con movilidad reducida.
- Adecuación de dispositivos automáticos para personas con discapacidad visuales.
- Reducir los tiempos de resolución de reclamos a partir de la ampliación del Modelo First Contact Resolution (FCR).

(\*) Comunicación A5388-5460 del Banco Central de la República Argentina (BCRA) - Protección al Usuario de Servicios Financieros.

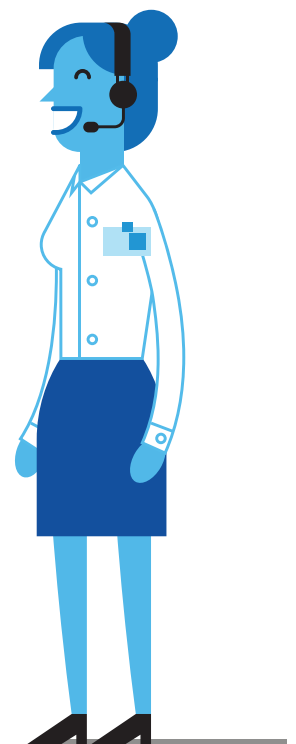
## Tiempos de espera

En minutos <sup>(1)</sup>	2014	2013	2012
Tiempo real de espera - Cartera General	<b>27,20</b>	22,43	24,25
Tiempo real de espera - Clientes VIP	<b>7,38</b>	7,04	9,09

(1) Fuente de información: Encoladores sucursales, año 2014, año 2013 y año 2012.

## 3. Cultura de calidad (sinergia con transformación cultural)

Durante 2013 trabajamos en la creación de los Protocolos de Calidad de Atención y Servicio distribuidos a todos los empleados y su difusión a través de 4 campañas de calidad. En esta línea, en 2014 continuamos con el impulso de las principales recomendaciones de cada uno de los Ejes de los Protocolos que debemos tener presente para brindar un servicio de excelencia:



- **Campañas de Calidad:**
  - “Comunicación empática”
  - “Cuidado del Prestigio de la Marca”
- **Plan de Formación de Calidad:**
  - **Lanzamiento del curso on-line de calidad “Las claves del servicio al cliente”:** con el objetivo de focalizar las conductas y comportamientos coherentes con una cultura de servicio. El 62% de los empleados del Banco ha finalizado la actividad.
  - **Talleres presenciales de calidad:** Jornadas con actividades vivenciales (juegos, casos, ejercicios, etc.) que generan experiencias que permiten reforzar el marco teórico previo. En 2014 se hicieron 3 ediciones con participantes de distintas áreas (red y áreas centrales). Continuaremos trabajando durante todo 2015 para acercar esta actividad a todos los empleados del Banco.

62% de los empleados del Banco completaron el curso on-line “Las Claves del Servicio al Cliente”.



#### 4. Gobierno de la calidad

Con el objetivo de seguir profundizando el Modelo de Gobierno de la Calidad, como ámbito de seguimiento y toma de decisión sobre planes de mejora, continuamos realizando el Comité de Calidad (estratégico) con participación del Comité de Dirección y del Comité Operativo de Calidad, y con presencia de gerentes responsables de Calidad de las áreas involucradas. Ambos serán reformulados con periodicidad mensual a partir de 2015.

#### 5. Difusión y comunicación interna del plan de calidad

Durante los últimos años la Calidad se instauró en el Banco como un tema prioritario. Dentro de los pilares fundamentales del plan, se encuentran:

- Sistematizar la participación de Calidad en los foros correspondientes bajo un esquema eficiente de toma de decisiones
- Manejar la información y monitorear los proyectos con impacto en la mejora de la experiencia del cliente.

Por esas razones el nuevo modelo de Gobierno de la Calidad persigue el objetivo de asegurar que las áreas responsables den impulso a las mejoras, contemplando la voz del cliente y palancas de recomendación, al momento del diseño de productos y servicios para el cliente.

### Modelo de Gestión de Reclamos

Con respecto a los canales de ingreso y la gestión de reclamos, en BBVA Francés las funciones de Responsables fueron ejercidas desde el área Calidad hasta el mes de diciembre 2014, fecha a partir de la cual, las mismas han sido reasignadas a la Gerencia de Atención a Clientes. Para poder registrar los requerimientos presentados por los usuarios como así también los presentados por las entidades regulatorias se creó un nuevo canal de ingreso, el de los Responsables de Atención al Usuario.

Adicionalmente, incorporamos nuevas funcionalidades al sistema para poder optimizar la comunicación con nuestros clientes: notificación por mail para el inicio del trámite, notificación de finalización de trámites y nueva sección en Francés net para el seguimiento de los reclamos de los clientes.

Asimismo, trabajamos en el seguimiento de reclamos a través de Francés net y en la creación de un procedimiento específico para la atención de requerimientos ingresados a través de los Responsables de Atención al Usuario de Servicios Financieros.

Para seguir profundizando y afianzar el Modelo First Contact Resolution (FCR), ampliamos las facultades de aprobación on-line para asegurar la mejora de los tiempos de resolución. Para el año 2015 se prevé la incorporación de dos nuevas tipologías de tarjeta de crédito al modelo, lo cual tendrá alto impacto no solo en los tiempos sino también en la calidad percibida por los clientes. El 30% de los reclamos fueron canalizados por este medio. Por otra parte, el 14% de los reclamos recibidos fue resuelto dentro de las 24 horas.

Con el fin de optimizar el funcionamiento del Centro de Soluciones de Línea Francés, durante 2014 realizamos la ampliación de facultades de aprobación para resolución on-line y la centralización de la gestión de los requerimientos ingresados a través de los Responsables de Atención al Usuario.

## Reclamos

Indicadores de gestión de reclamos <sup>(1)</sup>	2014	2013	2012
Cantidad de Reclamaciones registradas (total año)	184.475	204.920	173.938
Tiempos Medios de Resolución de reclamaciones (días hábiles) <sup>(2)</sup>	4,6	13,5	8,1

(1) Fuente de información: Informe de Calidad de Post Venta del mes de diciembre 2014 (con datos provisorios al 31 de diciembre 2014). (2) El tiempo medio de resolución de los reclamos, ha sido actualizado informando el promedio de resolución sobre el total anual de reclamos.

## Modelo de Relación, y Canales de Atención y Servicio

### Modelo de Relación

Durante 2014 nuestro Modelo de Relación con los clientes siguió teniendo como ejes los conceptos de multicanalidad y productividad, con un fuerte impulso a la banca digital. En las sucursales minoristas se afianzó el modelo que contempla mayor personalización de la gestión, pretendiendo contar con al menos un referente desarrollando cada segmento:

- **PyMEs y Negocios:** atendido por ejecutivos PyMEs, o por los gerentes de sucursales con apoyo de ejecutivos pivot. De esta manera, todas las sucursales del banco tienen gestión del segmento con por lo menos un responsable en cada oficina.
- **VIP:** atendido por ejecutivos VIP u oficiales de banca minorista con cartera, según la necesidad.
- **Premium:** atendido por ejecutivos Premium o ejecutivos que atienden al segmento VIP, según la necesidad.
- **Otros individuos:** atendido en sucursales por oficiales de banca minorista.

Teniendo estos conceptos afianzados, para finales de 2014 se definió reforzar más aun la estrategia de sinergia entre Banca Minorista y Banca Empresas, unificando bajo una misma Dirección toda la Red de Distribución.

También, impulsamos la banca digital mediante distintas acciones:

- Generando procesos de simplificación para el acceso y uso de Francés net, incluso considerando dentro de la incentivación a la red los conceptos de digitalización;
- A través de campañas internas como **Webeá** y **Volá** fomentamos la difusión del concepto digital entre los empleados de sucursales;
- A través de la campaña **Hacelo Fácil** y **Ganá** entregamos como premios más de 150 smart TV LED entre clientes y un automóvil Smart O Km;
- Lanzamos Francés Móvil y potenciamos Francés net respecto a su funcionalidad.

Con respecto al área de las Fuerzas de Ventas Masiva (FVM), se afianzaron los modelos de seguimiento y conducción de la fuerza, en búsqueda de la mejora de productividad y atención al segmento de nóminas que este canal tiene destinado. Se han optimizado los procesos de calificación de clientes plan sueldo, permitiendo que este segmento acceda a sus productos desde el inicio de la relación con el Banco.

## Sucursal Flagship Martínez



En línea con nuestro propósito de mantenernos actualizados en innovación y banca digital, inauguramos una nueva sucursal destinada a la atención de clientes VIP y Premium. Se estableció un nuevo concepto de relación con el cliente donde la tecnología es el elemento central, sumándose así a la estrategia de innovación de BBVA para ser el mejor banco digital de América del Sur. La nueva sucursal ubicada en Martínez (San Isidro, provincia de Buenos Aires) fue construida con un diseño futurista denominado *Flagship*.

Cuenta con tres salas de uso exclusivo para clientes, equipadas con cómodos sillones, sillas, mesas, televisores LED e impresoras, donde se pueden realizar reuniones distendidas y sesiones de evaluación de negocios e inversiones. Además, los ejecutivos utilizan tablets para la atención contando con la posibilidad de compartir la información con los clientes a través de los televisores LED de las salas. Cuenta con un área de espera con tablets para esparcimiento y smartphones disponibles con acceso a Francés móvil.

También se dispuso un espacio diferenciado donde los clientes pueden disfrutar de un lugar de espera exclusivo con cómodos sillones, degustación de variedades de café y té, revistas con las últimas tendencias y más detalles que hacen de la visita al Banco toda una experiencia sensorial de diseño y confort.

### Accesibilidad en las sucursales

Siguiendo con el plan de renovación de imagen, durante el 2014 se finalizaron 11 obras, con lo cual contamos a diciembre de 2014 con un total de 158 sucursales con el nuevo modelo de atención sobre un total de 251 casas. También se finalizaron 4 sectores diferenciados VIP con lo cual contamos con un total de 18 espacios de este tipo.

Asimismo, realizamos la apertura de las sucursales Colón (Entre Ríos), Chascomús, Las Heras (Santa Cruz), Parque Industrial Pilar y sucursal flagship Martínez (provincia de Buenos Aires) y Rivadavia (San Juan).

Con respecto a la accesibilidad en nuestras sucursales, contamos con 36 sucursales con rampas o medios de acceso mecánico y 243 sucursales con baños especiales para discapacitados.

### Herramienta “Escenarios Comerciales” (EECC)

Las iniciativas desarrolladas en relación a la herramienta de gestión Escenarios Comerciales están impulsadas por los conceptos de multicanalidad y de mejora en la productividad. De esta manera, se busca optimizar la gestión de los ejecutivos y garantizar que cuenten con la información correcta en los momentos de la verdad con los clientes.

### Aspectos vinculados a la multicanalidad

- Incorporación de alerta de cliente digital en la ficha del cliente permitiendo identificar a aquellos que no son usuarios digitales y proceder mediante un protocolo a la incentivación al cliente para su vinculación.
- Incorporación de alerta de datos de contacto como celular o mail en la ficha del cliente permitiendo identificar aquellos clientes cuyos datos son erróneos, incompletos, o que requieran actualización.
- Incorporación de alerta de e-resumen con posibilidad de gestión del concepto ante presencia del cliente.
- Esquema por el cual se potencia la derivación de clientes hacia canales de autogestión permitiendo el registro de quienes son los Ejecutivos que intervinieron en los trámites. Por ejemplo venta de préstamos a través de Francés net con intervención de un oficial que lo gestionó.

### Aspectos vinculados a la productividad

- La incorporación de SICOM<sup>(1)</sup> dentro de la plataforma de EECC es un logro muy importante ya que permite la visualización de las planillas de seguimiento de la sistemática comercial sin necesidad de llevar valores en paralelo ni dobles capturas de datos. Este punto implicó la reducción de por lo

(1) Sistemática Comercial: sistematización que aplicamos a la gestión de nuestros clientes y al uso de nuestras herramientas.



menos 75 mil horas hombre al año, destinadas a reemplazar esta gestión manualmente con lo cual implica un impulso importante en términos de productividad.

- Actualización del estado de los contactos a partir de los resultados de venta en las herramientas de contratación. Esto permite que no sea necesario el registro de la gestión cuando un cliente adquiere un producto.
- Incorporación de los recursos operativos de la sucursal como usuarios de EECC, específicamente de una ficha del cliente destinada a gestionar temas operativos u oportunidades.

## Canales de atención

- **Banca Electrónica:** se siguió consolidando como la herramienta fundamental de la Banca Minorista. Los medios automáticos, han sido la pieza más importante del Plan de Migración de transacciones, con la colaboración de los Gestores Express en sucursales, quienes instruyen y ayudan a nuestros clientes en este proceso de cambio. A Diciembre del 2014 contamos con 150 Gestores que asisten en 135 sucursales.



- **Cajeros automáticos, dispositivos y nuevas tecnologías:** continuamos durante 2014 con el plan de renovación de cajeros automáticos, alcanzando a 36 equipos en 35 sucursales.

A su vez, seguimos con la instalación de equipos Plus, los cuales cuentan con reconocimiento de billetes, permiten realizar depósitos sin sobre, con y sin tarjeta Visa Débito, en cuentas propias y de terceros, con acreditación en el momento y disponibilidad las 24 horas. A diciembre de 2014 contamos con 232 equipos distribuidos en 176 sucursales.

Durante 2014 completamos la instalación del parque de dispositivos de recuento de dinero, alcanzando así al 100% de las sucursales. Estos dispositivos optimizan los tiempos en caja, acelerando el recuento de dinero detectando billetes falsos.



- **Atención en sucursales:** contamos también con llamadores de caja y Francés Express operativos en la totalidad de las sucursales. Asimismo, se implementaron diversos proyectos, dotando a las sucursales de herramientas y tecnología para mejorar la gestión, los tiempos de atención y reducir costos transaccionales.



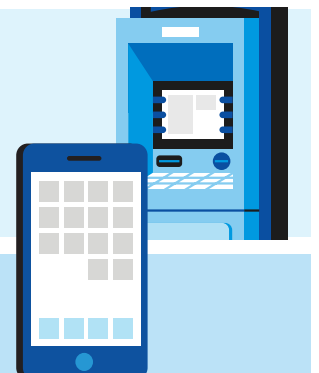
- **Banca por Internet:** en relación a Francés net incorporamos las siguientes funcionalidades:

- Compra de dólares y euros para ahorro.
- Contratación de cuentas de ahorro (comunicación A5526 del BCRA) en dólares y en euros.
- Incorporación de imagen de los cheques depositados.
- Mejora de la información de Tarjetas de Crédito, Préstamos y Cuenta custodia.

También, se modificaron las claves de acceso a Francés net, de tal manera que se accede con usuario y clave digital, con la posibilidad de recuperarlos fácilmente respondiendo preguntas elegidas por el cliente.



- **Terminales de autoservicio (ATS):** estas terminales permiten la realización de depósitos en efectivo, depósito de cheques y pagos de tarjetas de crédito, sin la utilización de sobres, con acreditación en el momento. Esto permite aliviar las tareas de procesamiento posteriores, liberación, logrando una mayor capacidad operativa y brindando una mayor disponibilidad del lobby. Este año, extendimos el horario de operación de las terminales de autoservicio: ahora es de lunes a viernes de 7 a 22 hs. Contamos con 255 equipos en 75 sucursales.



- **Banca Móvil:** seguimos sumando nuevas operaciones que pueden efectuarse por este canal. Implementamos una aplicación para los dispositivos android, blackberry e Iphone que permite a los clientes consultar información de sus productos, realizar transferencias y gestionar sus claves.

Porcentaje de operaciones que se realizan por canales automáticos, por tipo de transacción	2014	2013	2012
Depósito de efectivo	76,17%	81,06%	76,7%
Depósito de cheque	82,63%	84,86%	83,1%
Retiro de efectivo	94,92%	96,24%	94,9%

Volumen de transacciones realizadas por canal	2014	2013	2012
Cajeros Automáticos	71.902.039	69.318.232	67.659.369
Francés Autoservicio	13.964.553	14.157.084	14.713.622
Francés Móvil	21.221.969	4.953.358	1.676.051
Francés Inversiones	857.025	927.111	1.015.887
Francés net	247.669.828	220.212.801	196.430.926
Línea Francés	7.174.780	8.504.114	8.820.478
Francés net cash	9.752.586	9.374.066	10.263.504

Consultas realizadas a través de canales tecnológicos	2014		2013		2012	
	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones
Fnet Individuos	221.963.177	25.706.651	196.976.097	23.236.704	176.435.413	19.995.513
ATM' s	26.190.939	45.711.100	25.247.854	44.070.378	22.873.624	44.785.745
Francés Autoservicio	2.431.094	11.533.459	2.925.630	11.231.454	3.261.680	11.451.942
Línea Francés	6.596.327	578.453	7.973.882	530.232	8.327.394	493.084
Francés Móvil	20.522.255	699.714	4.626.470	326.888	1.536.478	139.573
Francés Inversiones	740.340	116.685	812.068	115.043	897.701	118.186
Francés net cash	9.134.981	617.605	8.801.517	572.549	9.780.250	483.254

### Beneficios para nuestros clientes

En 2014, mantuvimos la estrategia en Medios de Pago y como activos importantes profundizamos la alianza con Peugeot, apoyando el cobranding que se encontraba vigente y sumamos al fútbol las tarjetas River, LanPass e incluimos Visa dentro del mundo Xeneize.

Como todos los años, en el mes de diciembre realizamos el sorteo anual de El Libretón donde participan todos los clientes que poseen Caja de Ahorro El Libretón. Se otorgaron 71 premios que consisten en diferentes montos a ser acreditados en cuenta, por un total de \$ 135.000.

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

El Plan Director de Seguridad Informática, se mantiene en permanente actualización y expansión, y con las últimas incorporaciones de proyectos apunta a robustecer aún más la implantación de herramientas de protección de datos y de control y prevención de fraude informático

Se continúan desarrollando tanto la infraestructura tecnológica en su conjunto, como la infraestructura específica de seguridad, con el objetivo de acompañar los requerimientos de un negocio cada vez más demandante y un cliente cada vez más exigente. La ampliación y actualización de la infraestructura de soporte y de las redes de comunicación, la implementación de esquemas de virtualización

de equipos, el despliegue y explotación de soluciones de correlación de eventos, la incorporación de nuevos "cortafuegos" tanto perimetrales como internos, y el desarrollo de entornos de alta disponibilidad de servicio, son algunos ejemplos de acciones realizadas con el objetivo de incorporar mayor seguridad a todo el proceso.

Año a año se renueva el compromiso con la campaña de formación y concientización en seguridad, con su punto culminante en la jornada de conferencias que se realiza en el Día de la Seguridad de la Información. Tanto la oferta de charlas y cursos, así también como los niveles de respuesta e involucramiento de los asistentes, va en permanente aumento en cada nueva edición.

Durante 2014, entró en vigencia un nuevo marco normativo interno para la Gestión de Outsourcing, el cual viene a fortalecer procesos y actividades de análisis y gestión de riesgos a ser contemplados en los proyectos de tercerización. Aspectos de confidencialidad de datos compartidos con proveedores, continuidad de los procesos críticos prestados bajo esta modalidad, y control de niveles de servicio son puntos centrales entre los analizados por las áreas de especialistas en la materia.

Desde las áreas de Seguridad y Tecnología, se están acompañando los diferentes desarrollos de la nueva Banca Digital, de manera de incorporar un adecuado nivel de protección y control en cada una de las iniciativas impulsadas en esta plataforma.

## Transparencia y publicidad

Nuestra publicidad tiene como objetivo ser clara en sus mensajes, transparente en la información y responsable con la comunidad. Durante el 2014 se implementó todo un programa de comunicación publicitaria para televisión, diarios, revistas, carteles de vía pública, marketing directo, telemarketing, SMS, redes sociales, correo electrónico y material para sucursales, siempre en base a estas tres premisas.

Desarrollamos piezas sencillas, concretas y útiles, de modo que el público pueda contar con información necesaria para elegirnos. Si esto no es suficiente, también contamos con distintas vías de contacto para solicitar más información y, así, poder tomar decisiones con plena confianza en nuestros productos y servicios.

Por otro lado, y específicamente en Marketing Directo, comenzamos a trabajar con un nuevo sistema de impresión y personalización que nos permitió eficientizar los procesos de trabajo y lograr una reducción en los tiempos de producción del 70%. Esto no sólo mejoró considerablemente el costo/beneficio, sino que, a su vez, también nos permitió realizar piezas de mayor impacto y segmentar la comunicación de acuerdo a cada cliente, mejorando la oferta que alcanza a cada uno.

## Accionistas

El capital accionario de BBVA Francés está compuesto por 536.877.850 acciones ordinarias, al 31 de diciembre de 2014, el 75,93% pertenecía al Grupo BBVA. Los principales tenedores del resto del capital son la Administración Nacional de la Seguridad Social, Fondos de Inversión nacionales y extranjeros, e inversores minoritarios.

El Banco cotiza sus acciones en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires desde 1888, en la Bolsa de Nueva York (bajo la forma de ADS's) desde 1993 y a partir de diciembre de 1999, también cotizan en Latibex, Mercado de Valores Latinoamericanos en Madrid.

El área de Relación con Inversores mantiene la relación con los entes de control en los países donde cotiza: Securities & Exchange Commission y New York Stock Exchange en Estados Unidos, Comisión Nacional de Valores, Bolsa de Buenos Aires, Mercado Abierto Electrónico en Argentina y Latibex.

A su vez, mantiene una estrecha relación con la comunidad inversora y representa al Banco ante accionistas, inversores y analistas. A través de comunicados de prensa trimestrales, reuniones y conferencias brinda la información necesaria de manera precisa, transparente y oportuna sobre la situación económica financiera del país, su posición competitiva, su estrategia y el desarrollo de los negocios.

Por otro lado, mantiene estrecho vínculo con las agencias calificadoras de riesgo; FixScr affiliate of Fitch Ratings y Standard & Poor's.

Durante el año 2014, se finalizó la renovación de la página web del área, mejorando el acceso, haciendo la navegación más intuitiva y simple, a la vez que se amplió la base de información actualizada sobre la evolución de la gestión, así como detalles y estadísticas sobre las acciones y nuestro capital social.

Como todos los años, el 07 de abril de 2015 se llevará a cabo la Asamblea General Ordinaria, donde se entregará a los accionistas presentes una versión resumida de la Memoria Anual y del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, ya que por primera vez contará con una versión extendida digital y una resumida en papel.

*Para mayor información sobre la estructura accionaria, propiedad y forma jurídica de la organización ver la Memoria y Balance 2014 de BBVA Banco Francés S.A.*

## Accionistas

	2014	2013	2012
Accionistas	<b>7.036</b>	6.281	6.450
Acciones	<b>536.877.850</b>	536.877.850	536.877.850
<b>Propiedad Acciones % sobre capital</b>			
<b>Particulares</b>			
Menor a 4.500 acciones	<b>0,88%</b>	0,96%	1,05%
Mayor a 4.500 acciones	<b>3,29%</b>	3,76%	4,10%
<b>Inversores Institucionales</b>			
Nacionales	<b>9,70%</b>	10,10%	10,57%
Extranjeros	<b>0,36%</b>	0,38%	0,38%
BBVA	<b>75,93%</b>	75,93%	75,96%
BONY (ADRs)	<b>9,84%</b>	8,86%	7,94%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	100,00%	100,00%

## Resumen on-line

Buscamos contribuir al desarrollo sustentable del entorno ambiental incentivando entre nuestros clientes la posibilidad de optar por recibir el resumen on-line en vez de en papel. Con la facilidad de disponer del mismo al momento que desee, ya que en Francés net se mantienen los últimos 12 resúmenes. Hoy contamos con 446.000 suscripciones al servicio.



# Equipo

Sabemos que nuestros empleados son el motor de crecimiento del Banco y un grupo de interés clave para la construcción de un negocio sustentable. Es por eso que nuestra gestión de capital humano hace foco en la equidad de género, la igualdad de oportunidades, la no discriminación y la libertad de asociación, generando un ambiente laboral favorable para el desarrollo de las personas.

			2014	2013	2012
	Hombres	Mujeres	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>Cantidad de empleados <sup>(1)</sup></b>	<b>2.927</b>	<b>2.510</b>	<b>5.437</b>	<b>5.222</b>	<b>5.146</b>
<b>Por categoría</b>					
% Comité de Dirección y Directores corporativos	88,06%	11,94%	<b>0,26%</b>	0,19%	0,19%
% Equipo directivo	88,68%	11,32%	<b>0,97%</b>	0,88%	0,87%
% Mandos medios	72,03%	27,97%	<b>11,77%</b>	13,08%	12,96%
% Especialistas	57,90%	42,10%	<b>21,41%</b>	20,03%	18,87%
% Fuerza ventas	52,65%	47,35%	<b>33,29%</b>	33,61%	34,05%
% Puestos base	44,42%	55,58%	<b>32,30%</b>	32,21%	33,06%
<b>Por edad</b>					
Edad promedio hombres			<b>42</b>	42	41
Edad promedio mujeres			<b>37</b>	36	36
Menores de 25 años	40,98%	59,02%	<b>3,77%</b>	4,48%	4,37%
De 25 a 45 años	47,78%	52,22%	<b>69,06%</b>	69,28%	70,95%
Más de 45 años	71,02%	29,98%	<b>27,17%</b>	26,24%	24,68%
<b>Por región</b>					
Áreas Centrales	1.372	1.179	<b>2.551</b>	2.424	2.387
Sucursales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires	795	816	<b>1.611</b>	1.569	1.554
Sucursales del interior	760	515	<b>1.275</b>	1.229	1.205
<b>Por tipo de contrato</b>					
Contratos plazo fijo	31	19	<b>50</b>	50	35
Efectivos	2.896	2.491	<b>5.387</b>	5.172	5.111
<b>Por jornada laboral</b>					
Parcial	107	272	<b>379</b>	307	276
Completa	2.820	2.238	<b>5.058</b>	4.915	4.870
<b>Otros indicadores</b>					
Antigüedad promedio			<b>12,8</b>	12,7	12,21
Número de altas de empleados			<b>307</b>	149	214
Rango entre el salario inicial y SMVM			<b>2,62</b>	2,71	2,70

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

Índice de Rotación	2014	2013	2012
Índice de rotación total	4,63%	4,06%	3,75%
Rotación no deseada total	1,71%	1,65%	1,61%
<b>Por edad</b>			
Menores de 30 años	1,25%	1,29%	1,22%
Entre 30 y 50 años	2,50%	2,40%	2,18%
Mayores de 50 años	0,88%	0,22%	0,33%
<b>Por región</b>			
Áreas Centrales	2,92%	1,99%	2,20%
Sucursales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires	0,90%	1,07%	0,86%
Sucursales del interior	0,81%	0,85%	0,70%
<b>Por género (1)</b>			
Mujeres	2,15%	-	-
Hombres	2,48%	-	-

(1) A partir de 2014 se reporta el porcentaje por género.

Nuevas Contrataciones 2014	
<b>Por edad</b>	
Menores a 30 años	45,93%
Entre 30 y 50 años	51,47%
Mayores de 50 años	2,61%
<b>Por género</b>	
Mujeres	40,72%
Hombres	59,28%
<b>Por región</b>	
AACC (Áreas Centrales)	219
Sucursales de CABA y Provincia de Buenos Aires	36
Sucursales del Interior	52

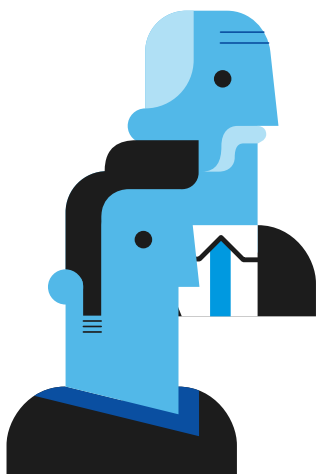
## Diversidad e igualdad de oportunidades

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

El Comité de Diversidad de Género de Argentina se reunió dos veces en el año, para tratar temas como el teletrabajo y la encuesta de satisfacción, métricas de Argentina, las nuevas iniciativas corporativas 2014, la presentación del proyecto discapacidad y el impulso e implementación de iniciativas 2014. Cabe destacar que, de acuerdo a la decisión del Comité de Diversidad de Género, se extendió la flexibilidad de teletrabajo a todas las madres de áreas centrales que regresan de sus licencias por maternidad.

También contamos con un Programa de Diversidad de Género, que integra y unifica a todos los países del Grupo BBVA, con el propósito de continuar desarrollando espacios y equipos cada vez más afines a la diversidad. Durante 2014, las iniciativas que se desarrollaron dentro de este programa fueron las siguientes:

- Cobertura de las licencias por maternidad tanto en áreas centrales como en la red.
- Programa Nuevas Formas de Trabajo (NFT) – Teletrabajo: Se ofreció esta modalidad de trabajo a todas aquellas madres de áreas centrales que se reincorporaron de su licencia por maternidad en 2014 y se hizo la implementación de una encuesta de satisfacción para mujeres y supervisores que



han recibido este beneficio por maternidad. En 2014, se presentaron 20 casos de teletrabajo. A su vez, realizamos 34 encuestas a empleadas que pasaron por teletrabajo durante 2013 y 2014 y 26 encuestas a supervisores de empleadas que pasaron por teletrabajo durante el mismo período.


- Inclusión en el Programa de Desarrollo Directivo de un módulo de formación/reflexión sobre la gestión del teletrabajo.
- Realización de entrevistas de seguimiento de maternidad: entrevista durante el embarazo, recién reincorporada (reinserción en su grupo de trabajo, tareas, etc.) y a los nueve meses luego de la reincorporación (plan de carrera y desarrollo en su puesto de trabajo).
- Inclusión en las Business Review de métricas sobre: composición área por género y promociones por género.
- Continuamos con la ampliación de la licencia por paternidad a diez días.
- Incorporación de conceptos claves sobre diversidad de género en los Programas de Liderazgo dirigido a directivos y pre-directivos en el Grupo.
- Programa global de sensibilización en diversidad obligatorio para ingresantes incluido dentro del pack de bienvenida.
- Inclusión en las ternas de búsquedas internas (Apúntate) de al menos una mujer.
- Modalidad de presentación ciega: sin mencionar sexo, nombre ni edad.
- Inclusión en las ternas de selección externas de al menos una mujer en igualdad de condiciones.

Adicionalmente, la red de *networking* General! continúa siendo un espacio corporativo de debate sobre temas de Diversidad de Género. La misma ha ampliado su alcance a todos los empleados de Argentina y del Grupo BBVA a nivel mundial a partir de noviembre de 2013, generando desde ese momento debates mensuales sobre temas de género, los cuales son recibidos en el mail personal de cada empleado, fomentando de esta forma la participación y el intercambio.

Finalmente, se continúa realizando el Curso de Diversidad de Género a través de la plataforma de e-learning y fue incorporado con carácter de obligatorio dentro del pack de bienvenida para los nuevos ingresos.

Durante 2014, celebramos la reunión fundacional y creación del Comité de Discapacidad. Durante la misma se propuso comenzar a trabajar en base a tres ejes, con sus correspondientes iniciativas:

Durante 2014 se creó el Comité de Discapacidad, con el objetivo de darle impulso a los temas relacionados con la inclusión de personas con capacidades diferentes a nivel empleados, clientes y en nuestra relación con la sociedad.

Iniciativas		
Empleados/Proveedores	Clientes	Sociedad
<p>Se finalizó la licitación con las consultoras especializadas que darán soporte en el armado de un programa de sensibilización y empleabilidad para personas con discapacidad.</p> <hr/> <p>Se implementó ayuda económica a 19 empleados con hijos con discapacidad.</p> <hr/> <p>Se incorporó en todos los pliegos de licitación/contratos del área de compras cláusulas que favorecen a aquellos proveedores que empleen personas con discapacidad.</p>	<p>Un 98,78% de las oficinas y edificios de áreas centrales cuentan con rampas de acceso para facilitar el ingreso a nuestras instalaciones. Contamos con un 13,48% de ascensores preparados para personas con discapacidad. El 12,24% de los baños han sido acondicionados a tal efecto. Se han instalado 55 ATM's para no videntes y se han desarrollado formularios en sistema braille para apertura de cuentas bancarias.</p>	<p>Como parte del proyecto de voluntariado, se brindó una ayuda económica a la ONG ATAD (Asociación Tandilense de ayuda al discapacitado) dedicada a la atención de niños con trastorno generalizado del desarrollo (TGD) y discapacidad psicomotriz.</p> 

## Indicadores de Diversidad

	2014	2013	2012
<b>Por diversidad laboral</b>			
% Empleados hombres	54%	54%	55%
% Empleados mujeres	46%	46%	45%
<b>Otros indicadores</b>			
Mujeres en cargos gerenciales	8	9	9
Empleados con capacidades especiales	9	9	9

## Empleados por segmento

	2014		2013	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Equipo directivo	88,68%	11,32%	83,93%	16,07%
Mandos medios	72,03%	27,97%	71,89%	28,11%
Especialistas	57,90%	42,10%	56,98%	43,02%
Fuerza de ventas	52,65%	47,35%	52,71%	47,29%
Puestos base	44,42%	55,58%	45,66%	54,34%

## Libertad de asociación

Nuestro respeto por la libertad sindical y los derechos laborales de nuestros empleados se refleja en que todos ellos están incluidos en algún convenio colectivo, incluso cuando las negociaciones y los acuerdos salariales abarcan hasta la categoría de Jefe Principal de Departamento.

Optamos siempre por el diálogo y la negociación colectiva a la hora de alcanzar consensos o de solucionar conflictos. Por eso, buscamos mantener una comunicación fluida con las Comisiones Gremiales Internas (CGI) de las diferentes localidades del país y con las seccionales de la Asociación Bancaria a nivel nacional.

## Empleo, selección y política de remuneraciones

Nuestro proceso de selección de nuevos empleados continúa rigiéndose por los Principios Básicos de Actuación Corporativos dirigidos a garantizar: 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. Además nuestro accionar se ve regido por la Política de Selección Externa.

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.

Con el objetivo de consolidar un modelo de Selección a nivel global se establecieron, como modalidad de trabajo, video conferencias mensuales de seguimiento de proyectos con todos los países del Grupo BBVA. Los temas que se han trabajado con prioridad durante 2014 son:

- Políticas.
- Nuevo modelo de selección.
- Evolución de los esquemas de evaluación: validación y creación de nuevas pruebas (entre ellas medición del talento digital, prueba de honestidad, etc.).
- Unificación de la estrategia de Employer Branding a nivel global: esto comprende la presencia en redes sociales, la actualización del Campus Virtual de Empleo BBVA, la presencia en ferias de empleo virtuales y presenciales, y el merchandising, entre otras acciones.



Durante 2014, se estableció un modelo de governance que se encuentra reflejado en la política corporativa/local y define el modelo de actuación del área de Selección.

En cuanto a la movilidad geográfica y el desarrollo de los empleados en nuevos puestos y zonas geográficas, desarrollamos una política de Movilidad donde se detalla el alcance y principales objetivos de la misma. Esta política aplica a un grupo determinado de puestos por un período no mayor a 8 años. En la misma se establecen los gastos que el Banco reconocerá a los empleados con motivo de dicho traslado. Durante el año 2014 se ha creado un Comité de Movilidad compuesto por Gerentes Territoriales, Gestión de RRHH y Compensaciones donde se analizan los casos y se trata todo lo relacionado a reconocimientos por movilidad (alquileres, adicional traslado, reintegro de gastos por la mudanza, etc.). De esta manera, queremos garantizar la transparencia y la igualdad de oportunidades.

### Modelo de Valoración por Competencias

Utilizamos el Modelo de Valoración por Competencias para distinguir y evaluar las habilidades y los conocimientos claves para cada puesto. En miras al proceso de valoración 2015, nos propusimos evolucionar dicho modelo, haciéndolo más sencillo, directo y flexible. Con este objetivo, trabajamos en la reducción de la cantidad de habilidades y la segmentación a la cual va dirigida, como también en evolucionar la norma para la medición de los estilos directivos.

Continuamos utilizando la herramienta de Catalogación y Proyección con nuestros profesionales. Este proceso permite que los jefes realicen una valoración global de la actuación de cada colaborador atendiendo a las funciones actuales y posibilidades futuras de los mismos. Las valoraciones de catalogación y proyección son dos calificaciones independientes entre sí:

- En la catalogación se valora el desempeño global de los empleados en las funciones que realizan actualmente.
- En la proyección se valora la potencialidad de los empleados para desempeñar puestos de mayor nivel al actual, teniendo en cuenta su experiencia, competencias y compromiso.

En la cultura BBVA Francés defendemos la diferenciación y el reconocimiento del mérito y esta herramienta brinda una nueva oportunidad para ello. Este año hemos alcanzado un cumplimiento en la valoración de nuestros empleados del 100% de la plantilla.

### Plan de atracción de talentos

Estamos presentes en las más prestigiosas y destacadas ferias (presenciales y virtuales) de diferentes universidades y entidades especializadas, consolidando así nuestro valor franquicia como marca empleadora dentro del mercado laboral y reforzando el vínculo con estudiantes y jóvenes profesionales.

Promocionamos las búsquedas laborales disponibles por medio de nuestra Feria Virtual de Empleo BBVA, las más reconocidas redes sociales, así como también ferias de empleo presenciales (WorkTec Cs. Económicas y Universidad y Empleo, Universidad de Morón, UCEMA, UDESA, U. de La Plata, U. de Palermo, UCA, Empleo Joven, UADE y U de Lomas) y virtuales (Expobumeran y mantuvimos el primer lugar en visitas en Expo Zona Jobs).

Además, continuamos desarrollando nuestra presencia en las redes sociales Facebook y Twitter, cuyo objetivo es interactuar con los seguidores, divulgar ofertas de trabajo, promocionar eventos en los que participará BBVA Francés de manera institucional, así como también informar los acontecimientos más destacados del Grupo BBVA a nivel global.

### Apúntate

En el marco del respeto por las personas y compromiso con el desarrollo de nuestros profesionales, desde el año 2013 contamos con el sistema de búsquedas internas denominado Apúntate, que nos ayuda a facilitar el desarrollo profesional de nuestros empleados y a dotar a nuestras unidades con recursos idóneos que además tienen la riqueza de conocer la organización y nuestra cultura.



De esta manera, actuamos con criterios de transparencia, independencia y rigor metodológico. Procesos transparentes mediante publicación de todas las necesidades y requerimientos para lograr la conciliación de los intereses del grupo con los individuales y en donde el empleado es el principal responsable de su desarrollo profesional y tiene prioridad en la cobertura de vacantes sobre cualquier incorporación externa.

Optimizamos de esta manera la adecuación entre el perfil del profesional y los requisitos de la vacante brindando igualdad de oportunidades de acceso a las ofertas nacionales e internacionales y dando cumplimiento a nuestros criterios de diversidad.

Apúntate nos permite publicar tanto vacantes actuales como diferidas y generar de esta manera bolsas de trabajo. En este último caso, las vacantes que van surgiendo se van cubriendo con los empleados seleccionados y capacitados debido a que previamente les administramos cursos de formación con el objetivo de que estén preparados al momento en que ocupen sus nuevos puestos.

Todos los países publican prioritariamente nuestras búsquedas en Apúntate. En el 2014, en Argentina hemos publicado 187 búsquedas, generando 1.050 postulaciones y alcanzando una tasa de cobertura interna del 77%.

### Plan de presentación de candidatos

El Plan de presentación de candidatos continúa siendo una importante herramienta para divulgar entre los empleados las búsquedas externas. De esta manera, los invitamos a colaborar en la incorporación de los mejores candidatos para trabajar en el Banco, recomendando a personas de su entorno personal, familiar o social que cumplan los perfiles requeridos por la organización.

### Evaluaciones de candidatos

Dentro de la batería de estudios pre-ocupacionales a nuevos ingresantes, continuamos con la implementación del Control de Terroristas, debido a la reglamentación del Banco Central de la República Argentina. Además todos los ingresantes reciben el cuadernillo informativo sobre la Política Corporativa en el ámbito de los Mercados de Valores y Código de Conducta, comprometiéndose en el mismo acto a asumir una conducta responsable en este aspecto. Asimismo, continuamos con la incorporación al legajo de ingreso de la Declaración Jurada de Persona Políticamente Expuesta, debido a la resolución 52/2012 emitida por la Unidad de Información Financiera.

### Pool de Talento BBVA

Anualmente se lleva adelante un proceso que nos permite detectar mediante una selección técnica el Colectivo Talento existente en la dotación BBVA Francés, segmentado en Talento *Junior J10*, *Senior S10* y *Directivos D10*.

El objetivo de esta selección es focalizar en ellos acciones especiales de gestión diferenciada relacionadas con formación, desarrollo, promoción, participación en programas de coaching, mentoring, giras, desayunos con directores, etc.

### Mentoring y coaching para empleados

El BBVA Francés cuenta con un modelo de *Mentoring* para acompañar a sus profesionales durante el período de ingreso, con el objetivo de ayudarlos a comprender el entorno y a conocer las herramientas que tienen a su disposición para desarrollar su trabajo.

Durante el año 2014 se realizó el primer programa de formación para mentores BBVA Francés. El mismo comprendió la realización de un curso corporativo en nuestra plataforma de *e-learning* sobre la temática acompañado de un taller presencial de jornada completa y dos encuentros de acompañamiento para el seguimiento y cierre de sus procesos de *mentoring*. Todos los mentores han tenido la oportunidad de *mentorear* a un ingresante o empleado que ha rotado a otra área dentro de nuestra compañía. Actualmente contamos con 11 mentores en nuestra organización.

En 2014 se realizó la tercera edición del programa de *Coaching*. En esta oportunidad, con 22 empleados destacados, directivos y empleados todos pertenecientes al segmento Pool de talento. Se realizaron sesiones individuales así como también se organizó una jornada presencial donde se trabajaron en modalidad vivencial distintos aspectos del liderazgo. Asimismo, contamos con la certificación de una coach interna egresada de la Escuela Europea de *Coaching*.

## Política de Remuneraciones

En BBVA Francés adoptamos como política aplicar un sistema de retribución capaz de atraer y retener a las personas correctas para cada posición, de acuerdo a los siguientes principios:

- Reconocer y compensar en función de la actuación individual, la obtención de resultados, del trabajo en equipo y la calidad de los resultados alcanzados, así como las capacidades y competencias que cada persona aplica a su trabajo.
- Asegurar la equidad interna a través del análisis de estructura, descripciones de puestos y remuneraciones.
- Asegurar la competitividad externa mediante la actualización de la información con el mercado de referencia.
- Recompensar por la aportación de resultados tangibles.

El sistema de retribución incluye las compensaciones que por todo concepto percibe el empleado como contraprestación por su aporte a la organización en términos de tiempo, función y resultados, y está integrado por el sistema de remuneración fija y el sistema de remuneración variable.

En BBVA Francés cada empleado tiene acceso a una retribución variable asociada al puesto de trabajo y a los resultados obtenidos en la valoración de desempeño. De este modo, se busca incentivar y recompensar el logro de resultados.

Contamos con distintos modelos para mantener motivados a nuestros empleados, y que se aplican según la categoría laboral, la jerarquía y el tipo de trabajo realizado:

- Modelo de incentiviación a la Red.
- Modelo de incentiviación Áreas Centrales, Canales y Apoyo a la Red.
- Modelo de incentiviación DOR (Dirección Orientada a Resultados).
- Modelo de incentiviación por comisiones.
- Modelo de incentiviación con pago en acciones.

Durante 2014, continuamos participando periódicamente en encuestas de mercado salarial correspondientes al mercado bancario y también realizamos consultas inter-áreas con otros bancos. El posicionamiento del Banco con respecto al mercado es entre mediana y 75 percentil.

## Evaluación de actuación

En BBVA Francés utilizamos una herramienta clave para compensar el esfuerzo y el resultado de cada empleado, la evaluación de la actuación, la cual alcanza al 96% de los empleados. Al finalizar cada ejercicio, cada responsable evalúa los objetivos de sus colaboradores a los fines de obtener la evaluación individual de desempeño del año. Dentro de la misma, podemos distinguir cuatro tipos de objetivos: Cuantitativos, De Cliente, Tácticos y Otros Objetivos. Los mismos se caracterizan por ser:

- Congruentes con la estrategia definida para la organización/área/unidad.
- Alineados con los objetivos de la unidad a la que se pertenece.
- Ser preferentemente medibles, específicos y que se puedan expresar cuantitativamente.
- Procurar que la información que se proporcione sea objetiva, fiable y estable en el tiempo.
- Difíciles pero alcanzables.
- Generadores de retos personales.

El resultado de las evaluaciones refleja los niveles de aportación de cada miembro del equipo, y a partir del mismo, se define el derecho al cobro de los incentivos definidos.



## Cumplimiento de objetivos de la actuación 2013\*

■ No Cumplen con los objetivos

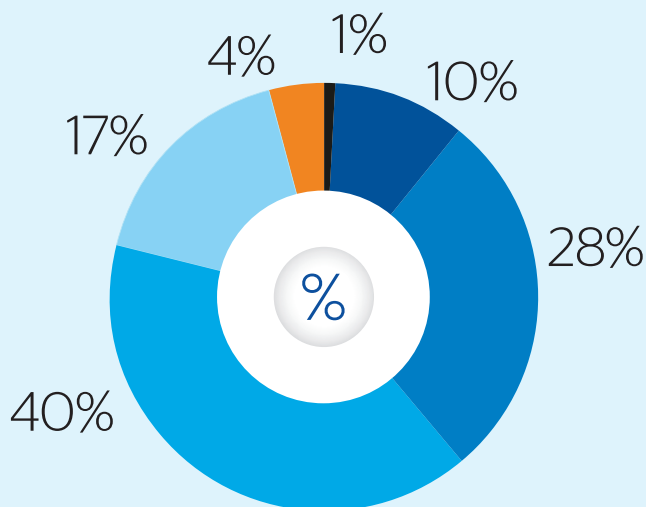
■ Cumple Parcialmente con los objetivos

■ Cumple Satisfactoriamente por encima de los objetivos

■ Cumplen por encima de lo esperado y aporta soluciones

■ Sobresalen de las expectativas en todos los ámbitos y su aporte es excepcional

■ Actuaciones extraordinarias y prácticamente irrepetibles



(\*) Datos publicados correspondientes a 2013.

Los datos del 2014 no están disponibles al cierre de esta publicación debido a que la evaluación se realiza luego de finalizado el año.

## Programas de formación en conocimientos y habilidades

### Campus BBVA

El modelo Campus BBVA se sigue consolidando. En octubre de 2014 implementamos una nueva plataforma corporativa que permite administrar tanto la formación presencial como on-line o blended y armar programas de formación con módulos gestionados a modo de itinerarios formativos. Asimismo, afianzamos la metodología on-line de aprendizaje, tanto a través de cursos, itinerarios y certificaciones disponibles en Campus BBVA digital como así también prevemos el uso a mediano plazo de aulas virtuales, comunidades y foros asociados a las distintas acciones de formación. A su vez, consolidamos las clasificaciones de escuelas de conocimiento disponibles en Management y Habilidades, Finanzas, Negocio Cliente, Tecnología y Operaciones e Idiomas, adaptando las mismas a las necesidades actuales.

### Plan de Autodesarrollo

Gestionamos durante todo 2014 las solicitudes de los informes del PDA (Plan de Auto Desarrollo). Cada empleado diseñó su plan de conocimientos y habilidades para mejorar brechas posibles en su puesto actual como así también se seleccionaron temas de interés personal para el autodesarrollo. El PDA como herramienta permite la autogestión del conocimiento de forma dinámica y continua. Se realizaron 656 matrículas en cursos on-line, lo que representó un total de 1.936 horas de formación. En cuanto a lo presencial, se capacitaron 31 empleados obteniendo un total de 440 horas.

### Formación on-line - Campus BBVA

Este año gestionamos la formación on-line a través de la plataforma e-campus hasta el mes de octubre que luego fue reemplazada por una nueva herramienta corporativa denominada Campus BBVA. La misma se encuentra disponible para todos los empleados, con diferentes acciones formativas en las que pueden inscribirse libremente o en la que son inscriptos para la realización de sus cursos obligatorios. El catálogo incluye más de 700 títulos, tanto de cursos corporativos como de desarrollo local totalmente actualizados en el ejercicio 2014.

Además, ya se encuentran habilitados 15 itinerarios de formación on-line como parte de los Planes de Desarrollo para puestos de la red comercial. Los mismos están disponibles para que los empleados inicien la capacitación del puesto al que aspiran y hacia un futuro plan de carrera. La realización de los mismos es una de las variables que pondera favorablemente en el proceso de búsqueda interna. Estos itinerarios se presentaron a los empleados a través de una herramienta gráfica denominada "Forward". Este año, 4.528 personas utilizaron la plataforma alcanzando un total de 72.875 horas.

## Programas de Management

En 2014 llevamos a cabo una nueva edición del PDD (Plan de Desarrollo Directivo) al que asistieron 42 empleados sumando 4.956 horas y siete ediciones del Programa de Liderazgo Positivo al que asistieron 124 empleados sumando un total 6.160 horas. Además, colaboradores de Argentina viajaron al Campus La Moraleja para formarse en programas directivos y correspondientes a áreas Globales. Por otra parte, también sumamos dos actividades específicas para colectivos diferenciales:

- **Gerentes y Subgerentes:** en el marco del Plan de Transformación Cultural realizamos diferentes acciones por segmentos. Participaron del taller para líderes con una duración de un día, donde se desarrollaron temas de actualización de Recursos Humanos relacionados con el marco jurídico, clima laboral y cultura.
- **Talentos:** se realizaron dos actividades para este colectivo de gestión diferenciada. Una jornada para talentos sobre temas de liderazgo, llamada "Hagamos Escuela" al que participaron 97 empleados sumando un total de 800 horas y otra para talentos Senior, sobre Personal Branding al que asistieron 26 empleados y sumaron 130 horas.

## Escuela negocio-cliente

Durante 2014 trabajamos en los siguientes programas formativos:

- **Jornadas de capacitación Segmento VIP.** Se formó a ejecutivos VIP y OBIs de todas las zonas del país en temas de actualización de productos/beneficios para los clientes del segmento y ventas. Participaron 149 personas, cumpliendo 3.576 horas de capacitación.
- **Formación Específica para el Segmento PyME.** Capacitamos a todos los Ejecutivos PyME y gerentes de sucursales en Productos, Riesgos y Metodología comercial específica para el segmento. Participaron 90 personas, cumpliendo 1.856 horas de capacitación.
- **Formación plan transaccional para Banca Empresas, Minorista y Banca Corporativa.** Apuntalando al Plan Transaccional se desarrolló un programa de formación blended con actualizaciones en productos transaccionales on-line y talleres presenciales con casos a cargo de los expertos internos de C&IB y de I+D. Participaron 194 personas, alcanzando 2.848 horas de capacitación.
- **Plan de Formación Específico para el puesto Oficial Banca Empresa Trainee.** Desarrollamos esta actividad cuyo objetivo fue que los participantes adquirieran los conocimientos básicos y necesarios para el puesto que van a desempeñar. Participaron 15 personas, alcanzando 600 horas de capacitación.

## Becas para posgrados

Además de las ayudas económicas, en 2014 ofrecimos préstamos personales con tasas especiales para brindar una mejor cobertura para estudios de posgrado en las instituciones ESEADE, Universidad de Palermo, ITBA, UADE, Universidad de Belgrano, UCES, UCA (Bs. As), UMSA, Universidad Austral, Universidad Nacional de Córdoba, Escuela de Graduados, UCA (Rosario) y Universidad de Concepción del Uruguay. De los postulados, se seleccionó a quienes cumplieran con los requisitos publicados y se evaluó en un comité de RH la selección final priorizando empleados del segmento talento y con evaluaciones de la actuación destacadas. Además, ofrecimos para todos los empleados descuentos acordados con distintas Universidades. Recibieron ayuda económica 18 empleados de los cuales a nueve se les otorgó un préstamo con condiciones especiales.

## Diversidad de género

Continuamos inscribiendo a la totalidad de las personas que ingresan en la organización en el curso on-line "Todos diversos, todos iguales". En 2014, participaron 402 empleados obteniendo 408 horas de formación.

## Negocio Responsable

En 2014 inscribimos, como parte del Plan de Inducción Welcome pack, a todos los ingresantes en el curso on-line Negocio Responsable. Fueron 54 empleados que obtuvieron 120 horas de formación. También capacitamos sobre Negocio Responsable a 66 empleados, alcanzando 44 horas de capacitación. Por otra parte, se realizó una formación sobre comunicación transparente, clara y responsable (TCR) del que participaron 847 empleados alcanzando 2.553 horas de capacitación.



## Cursos de inglés

Seguimos ofreciendo cursos de inglés on-line y presenciales para todos los empleados y aquellos que tengan dentro de sus competencias críticas el idioma. A su vez, implementamos y promovimos la primera etapa del nuevo modelo correspondiente al Plan Universal. El mismo se desarrolla en la plataforma Campus BBVA-Language center.

Participaron 196 empleados en los cursos presenciales, obteniendo 8.375 horas de capacitación; 48 empleados en los cursos On-line-Language Center, obteniendo 112 horas de capacitación; y 331 empleados en el e-campus obteniendo 260 horas de capacitación con la prueba de nivel.

### Cantidad de horas de formación

Por Modalidad	2014
Presencial	56.512
E-learning	72.763
<b>Total</b>	<b>129.275</b>



### Promedio de horas de formación al año por empleado

Por Segmento	2014
Equipo Directivo	11
Especialistas	18
Fuerza de ventas	25
Mandos medios	37
Puestos base	21
Gerentes	36



En 2014, invertimos \$ 9.681.729 en formación.

### Cantidad de horas de formación por género 2014

Por género y modalidad	Hombres	Mujeres
<b>Horas de formación</b>		
Presencial	33.547	22.965
E-learning	41.114	31.649
<b>Total</b>	<b>74.661</b>	<b>56.614</b>
<b>Porcentaje de horas de formación</b>		
Presencial	45 %	40 %
E-learning	55 %	60 %

## Clima laboral

Este año realizamos nuevamente la encuesta de clima, logrando un 91% de participación y el reconocimiento que hace que BBVA Francés se encuentre en el Top Ten de las mejores empresas para trabajar de la Argentina en el ranking Great Place to Work 2014. Con una mejora de 12 puntos en nuestra calificación desde la última medición, nos ubicamos en el décimo puesto del ranking de las mejores empresas para trabajar con más de 1.000 empleados y además, el 100% de las preguntas registró una suba en la valoración de los empleados.

Hace cuatro años comenzamos un camino de cambio cultural y de modelo de negocio con la aspiración de convertirnos en el mejor banco para nuestros clientes y para los empleados. Las políticas y proyectos puestos en marcha, hoy están mostrando resultados destacados en distintas encuestas y mediciones. Uno de ellos es este reconocimiento.

La medición se realiza en forma bianual, de modo que la última fue en 2012. Durante 2014, las áreas completaron sus planes de acción para la mejora del clima, en línea con lo definido a partir de la última encuesta. Los resultados del cumplimiento de esos planes se vieron reflejados en la notable mejoría que presentaron los índices actuales.



BBVA Francés se encuentra en el Top Ten de las mejores empresas para trabajar de la Argentina en el ranking Great Place to Work 2014.

## Beneficios para empleados

Durante 2014, realizamos el relanzamiento de la página web de Beneficios, en donde los empleados pueden acceder a un detalle de las diferentes Promociones y Descuentos. Además de contar con cupones, sorteos semanales e información de acuerdo a la ubicación geográfica, se encuentra disponible la aplicación mobile para descargar y tener en los dispositivos móviles todos los descuentos. Entre otras novedades, el sitio también ofrece un muro social para generar interacción con los usuarios y un feed-back directo.

Los beneficios que gestionamos para nuestros empleados son:

### • Sorteo de entradas para espectáculos y eventos de fútbol

A partir de las diferentes alianzas comerciales del Banco, continuamos ofreciendo beneficios únicos para nuestros empleados. Durante el año 2014 se sortearon entradas para los mejores espectáculos nacionales e internacionales, con ubicaciones Vip o Generales, tanto en Capital Federal como en el interior del país. Se realizaron 18 shows, 3 de los cuales fueron puntualmente para Córdoba y cercanías. El total de inscripciones fue de 25.514 y se sortearon un total de 253 entradas.

Asimismo, gracias al auspicio con los clubes, continuamos con el Programa Pasión con el desarrollo de nueve acciones, entre las que se encuentran Partidos de la Copa Sudamericana y del Torneo Local, Superclásicos, participación en la presentación de planteles, jugar en el entretiempo, camisetas de River y Boca y libro del Superclásico. Para ello se registraron 18.284 inscripciones, con 221 ganadores de premios según las acciones mencionadas.

### • Torneos deportivos

A diciembre de 2014, más de 1.100 empleados compitieron en 13 torneos. Como novedad, se expandió este beneficio a diferentes zonas del país: Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza. Este año además, se sumaron nuevas actividades apostando al deporte como forma de integración y promoción de la competencia sana entre todos los colaboradores. Los torneos se hicieron entorno a 10 disciplinas: Fútbol, Fútbol Femenino, Tenis, Paddle, Ping-pong, Golf, Ajedrez, Bowling (CABA, Córdoba, Mendoza y Rosario), Running team y Yoga.

### • Beneficio Hotelopia

Continuamos comunicando los descuentos y beneficios, y realizamos campañas especiales para los fines de semana largos y vacaciones.

### • Alianza BBVA Francés y LAN

La alianza BBVA Francés y LAN continúa vigente. Este año se le ofreció a los empleados la posibilidad de acceder a beneficios exclusivos como por ejemplo, 50% de descuento en la compra de kilómetros LANPASS.

### • Liga de Fútbol Profesional

En 2014 se llevó cabo una nueva edición del Campus LFP. De 207 inscriptos, fueron 10 los chicos afortunados que salieron sorteados y pudieron disfrutar de una semana como jugadores profesionales con niños de distintos países.

## Testimonio

“Como padre, me sentí más que orgulloso de poder brindarle este beneficio; en mi familia, el primer gestor de este sueño fui yo, porque trabajo en BBVA y eso para mí es un orgullo. Si antes de este sueño yo ya tenía puesta la camiseta del Banco, ahora no soy sólo yo, sino también toda mi familia y parientes! Para Tobías fue una experiencia muy fuerte, y dado que vivimos en San Vicente (un pueblo chico), su viaje a España tomó una gran trascendencia. Toda mi familia tiene sólo palabras de agradecimiento. Estoy más feliz que nunca de trabajar en una empresa como BBVA.”

*Matías Migueltorena - Oficial Banca Individual sucursal 322-Lanús.*



### • Beneficio de telefonía móvil

Continuamos brindando este beneficio que incluye un precio preferencial para nuestros empleados y el servicio de BlackBerryProfessional para empleados que contaran con un equipo BlackBerry propio.

Asimismo, ofrecemos, entre otros, los siguientes beneficios para los empleados y sus familias:

- **Ajuares**

Continuamos con la entrega de ajuares a los padres o madres que disfrutan esta nueva etapa en sus vidas. Como novedad, se creó una solicitud on-line para agilizar el pedido de los ajuares.

- **Kits Escolares**

Útiles escolares de excelente calidad para todos los hijos de empleados desde el comienzo en jardín de infantes hasta el último año del secundario, personalizado por edad y sexo. Se trata de mochilas con todo lo necesario para empezar el colegio. Este beneficio, según los resultados de la encuesta de satisfacción, es muy agradecido tanto por los padres como por sus hijos ya que permite ahorrar dinero y genera orgullo de pertenencia, y la mayoría considera que hace que sientan que la empresa se preocupa e interesa por ellos. Todos los años se implementan mejoras de acuerdo al feed-back de los colaboradores.

- **Día del Niño**

Continuamos con la entrega de los obsequios por el Día del Niño pensados especialmente de acuerdo a sexo y edad, hasta los 12 años inclusive.

- **Regalo de cumpleaños**

Cada empleado elige, entre una serie de opciones, un regalo por su cumpleaños. Como novedad, en 2014 se comenzó a ofrecer también la tarde libre para los agasajados.

- **Obsequio de fin de año**

Todos los empleados reciben un obsequio de la organización en el mes de diciembre.

- **Obsequios por antigüedad**

Se lleva a cabo la entrega de reconocimiento por los años de trabajo en la empresa. De esta forma, se valora el compromiso y esfuerzo en BBVA Francés con un reloj (20 años) o un bolígrafo (10 años) de primera marca y calidad.

- **Pago de materias**

Realizamos un reintegro de los gastos de aquellas personas que hayan cursado estudios universitarios durante el año anterior.

- **Día de la Mujer**

Con motivo de la celebración del día internacional de la mujer, entregamos un obsequio entre todas las mujeres que forman parte de BBVA.

Asimismo, ofrecemos mayor cantidad de días de vacaciones por sobre lo establecido en el Convenio Colectivo de Trabajo y tenemos convenios corporativos con diferentes medicinas prepagas, tanto en los costos de los planes como en la prestación de los servicios.

## Comunicación interna

Tenemos el firme propósito de estar en contacto con nuestros empleados, conocer sus necesidades y mantenerlos informados. Es por eso que desarrollamos diferentes canales de comunicación interna. Entre los canales de diálogo que gestionamos durante 2014 se destacan:

- **Revista interna Protagonistas**

Editamos cuatro números impresos, con una tirada anual de 24.000 ejemplares. Como novedad, en cada edición sumamos una pieza de comunicación interna a modo de insert. Por otra parte seguimos desarrollando la versión digital de esta publicación que permite que los empleados voten y comenten las noticias, participen de juegos y generen un espacio más interactivo. De esta forma buscamos aumentar la lectura, participación y el feed-back.

- **Servicio de Atención al Empleado (SAE)**

El servicio continuó consolidándose como el principal canal utilizado por los empleados para realizar todas las consultas en materia de recursos humanos.



Los empleados pudieron autogestionar sus inquietudes a través del portal o recibir asesoramiento de las operadoras vía telefónica o vía e-mail. Se atendieron un total de 57.908 consultas en ambos canales.

En septiembre de este año se relanzó a través de una campaña específica de comunicación, la difusión del canal Auto SAE. Mediante este Portal, los empleados pueden autogestionar sus propias inquietudes consultando la base de respuestas vigente. Luego del relanzamiento se triplicaron tanto la cantidad de consultas realizadas, como la cantidad de empleados que accedieron al portal versus el año anterior.

El SAE continuó realizando la gestión de los contactos con el segmento denominado Nuevas Incorporaciones, a través de entrevistas telefónicas a los empleados que cumplieron seis meses de antigüedad. La finalidad de estas entrevistas es relevar inquietudes, comentarios y vivencias para reforzar los aspectos positivos de las experiencias dentro de la compañía y detectar oportunidades de mejora. Durante 2014 se realizaron 282 entrevistas, que representaron un 73% más que el año anterior.

Asimismo, continuando con la estrategia de posicionamiento del servicio a nivel de contacto proactivo con los empleados, se realizaron un total de 13.402 contactos denominados salientes, que registraron un crecimiento del 44% versus 2013. La actividad saliente mejoró un 7% respecto de la medición del año anterior. Entre las 53 campañas de contacto realizadas por diversos motivos, se destacan las de salutación por cumpleaños; confirmación de recepción de documentación para upgrades de productos; información de números de legajo a los ingresos; anuncios de vencimientos de vacaciones; etc.

#### • Encuentros BBVA

Por cuarto año consecutivo, continuamos desarrollando esta serie de desayunos dirigidos a un segmento de performance destacada dentro de la organización. Los mismos son coordinados por los miembros del Comité de Dirección en calidad de anfitriones. Allí, los invitados dialogan de manera franca y abierta sobre los temas de relevancia que acontecen a la organización. En 2014, se introdujeron como novedad los desayunos con Gerentes de sucursales en las Giras realizadas por el Comité de Dirección a las distintas zonas del país.

Además se realizaron cinco encuentros con el Presidente Ejecutivo, Ricardo Moreno, en los cuales participaron subgerentes de áreas centrales quienes tuvieron una gestión destacada durante el año anterior. Se llevaron adelante también 40 encuentros tradicionales con empleados/as que conforman el Colectivo Talento y con Gerentes de sucursales durante las Giras efectuadas en los Territorios. En total participaron de estos encuentros 463 empleados.

#### • Intranet

En 2014 se realizó la modificación de la Intranet migrando a una interface corporativa. Esto permitió a los usuarios la posibilidad de contar con accesos rápidos, recordar los sitios más visitados, incorporar widgets, entre otros, además de una visualización más clara y uniforme. Continuamos fomentando y desarrollando este espacio de información, a través de la actualización de contenidos y de noticias que complementamos con fotografías, videos y banners. Este año se publicaron 188 noticias.

#### • Plan de cercanía

Hace cuatro años se inauguró la Gira del Comité de Dirección, con el objetivo de fortalecer la cercanía y el contacto directo entre los colaboradores y los directivos, además de comunicar la estrategia del Banco y los focos de negocio. En 2014 se realizaron las giras nuevamente y se visitaron los siguientes territorios: Rosario-Litoral, Cuyo, Metro Sur, Metro Norte, Córdoba - NOA y Capital. A su vez, se realizó la primera visita a un área central: Tecnología y Operaciones

#### • Casilla de correo de Comunicaciones Internas

Al 31 de diciembre de 2014, enviamos 602 mails, siempre con el objetivo de mantener la eficiencia y la correcta difusión de toda la información y beneficios pertinentes. También, gracias a la migración hacia el entorno Google, incorporamos herramientas a los mails integrando: acceso a formularios para completar, citas para agregar a los calendarios personales y encuestas. De esta manera, logramos simplificar procesos y mejorar la experiencia del usuario. Por otro lado, en forma periódica, continuamos enviando un resumen de los temas más importantes del Banco a nivel local y global.



• **Encuestas on-line**

Desde el área de CI se generan diferentes tipos de encuestas que se incrementaron a raíz de las posibilidades que nos brinda el entorno colaborativo. Estas encuestas nos permiten tener feed-back sobre eventos, beneficios y los diferentes procesos e iniciativas de recursos humanos, siempre con el fin de conocer las opiniones para luego implementar mejoras.

• **Cartelería**

En 2014, volvimos a renovar la cartelería continuando con la campaña **Yo Elijo BBVA**. Cada dirección del banco eligió a diferentes empleados que los representen a modo de "embajadores", que encarnan los valores de nuestra cultura corporativa y las actitudes que queremos contagiar a toda la organización. Los nuevos diseños tienen a los empleados como protagonistas y también se realizó un video con el backstage de la producción fotográfica para la cartelería, el cual fue difundido a todo el banco.

• **Espacio de avisos clasificados**

Seguimos ofreciendo este espacio a través del portal "Clasificados en la Intranet" por el cual los empleados pueden comprar y vender objetos propios.

• **Presentación de resultados trimestrales**

En 2014, continuamos promoviendo la comunicación en cascada compartiendo la presentación trimestral de resultados locales y globales entre directores, gerentes y subgerentes. Asimismo, fomentamos las reuniones entre equipos revalorizando la importancia de la comunicación cara a cara con los colaboradores para compartir los puntos más relevantes de estas presentaciones. También seguimos haciendo una medición sobre el proceso de comunicación, para asegurar la efectividad de la cascada.

• **Línea anónima y confidencial para temas referidos al Código de Conducta**

Este canal sigue vigente para realizar denuncias de conductas que no respetan nuestro Código de Conducta.

• **Yo Elijo BBVA:**

Continuamos con esta campaña como marca empleador para dar contexto a todas las novedades relacionadas con la propuesta de valor de BBVA Francés para sus empleados. La misma intenta revalorizar internamente la marca BBVA en cuatro aspectos:

The infographic features a central graphic with five elements: a blue house-shaped logo with 'Yo elijo BBVA', a red location pin icon with 'Elijo estar acá', a blue arrow icon with 'Elijo crecer', a green 3D cube icon with 'Elijo la excelencia', and a purple circular icon with hands with 'Elijo ser buena gente'. Below this graphic are four horizontal bars, each with a number and a corresponding value statement.

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

## Salud y seguridad laboral

Para administrar la atención de la salud laboral, contamos con un cuerpo médico, con consultorios médicos instalados en los edificios centrales con mayor nómina del Banco y ambulancias de emergencias por servicio de área protegida.

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

Con el fin de mejorar el bienestar de los empleados y sensibilizarlos de la importancia de tener una calidad de vida saludable, seguimos desarrollando talleres en el marco del Programa Salud Para Vos. Durante 2014, realizamos 2 talleres de abandono de tabaquismo, 2 talleres de Estrés, 3 talleres de primeros auxilios y 6 de reanimación cardiopulmonar y desfibrilador externo automático, y 3 charlas de nutrición saludable.

Seguimos realizando como en los últimos años una campaña de prevención de la Gripe H1N1, publicando en la intranet información sobre el tema incluyendo medidas preventivas y brindando el beneficio del reintegro del costo de la vacunación a los empleados que quisieran vacunarse voluntariamente.

Durante 2014, la Gerencia de Seguridad a través de la Subgerencia de Protección Corporativa, realizó dos jornadas de Entrenamiento intensivo para custodios del Comité de Dirección, con el objeto de instruir y brindar una mayor preparación en tácticas de protección, de las que participaron 12 colaboradores. También, mediante 3 jornadas de Capacitación teórico-práctica de evacuación y control de incendios fueron capacitados 42 colaboradores.

A efectos de permitir a los colaboradores familiarizarse con los procedimientos de evacuación edilicia, rol de funciones, elementos de extinción y otros aspectos de seguridad en el ambiente de trabajo, se realizó la Capacitación en Materia de Evacuación y Simulacro: (Art. 3º, Ley 1.346/04 GCBA). A su vez, se realizaron para capacitar al personal 159 jornadas en las sucursales y 19 en las áreas centrales, a las cuales asistieron 1.424 y 137 colaboradores, respectivamente.

Como complemento al entrenamiento y las capacitaciones, se realizaron 24 simulacros de evacuación en los edificios centrales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en los que participaron 1.703 colaboradores. En las sucursales y puntos de venta, se realizaron 174 simulacros en el interior del país y 178 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Participaron de los mismos 522 y 534 colaboradores, respectivamente.

En cumplimiento de lo exigido por la Ley 1.346/04 en lo que respecta a los ejercicios de evacuación, se trabajó especialmente en reducir los tiempos de evacuación en los edificios por ser muy sensibles dada la cantidad de colaboradores que en ellos trabajan diariamente. En ese sentido, comparando los resultados de 2013 con los mejores tiempos de 2014, hemos obtenido una mejora en general, lo cual se traduce en mayor seguridad para los empleados.

### Trabajar mejor y más seguros

Durante 2014, se desarrollaron distintas iniciativas para garantizar la seguridad de quienes forman parte de BBVA Francés:

- **Sistema de seguridad "FARO Corporativo":** Se dio inicio a la implementación en Argentina del sistema informático de seguridad "FARO", utilizado por todas las áreas de Seguridad a nivel corporativo. En el transcurso del ciclo se realizaron las tareas de recopilación de información de seguridad y carga para la continua alimentación de la base de datos que posee esta sólida y versátil plataforma informática.

Actualmente, nos encontramos en una segunda etapa en este proceso, gestionando y controlando los recursos humanos y tecnológicos de Seguridad, logrando una eficiente optimización de gastos y de los activos de seguridad, y paralelamente, proporcionando información en tiempo real respecto de todo lo que sucede en el Banco en esta materia.

En esta fase, FARO ya está aportando numerosas funciones y prestaciones, tales como definir mapas de riesgo, consignar documentos internos y normativos, registros de empresas, eventos de relevancia, histórico de delitos y un inventariado detallado de todos los sistemas de seguridad utilizados en todos los inmuebles del banco.

Al día de la fecha, se han cargado numerosos eventos con datos homogeneizados a nivel global, circunstancia que facilita el control y el despeje gradual de la documentación en soporte papel, un elemento más que colabora al sostenimiento del medio ambiente. En ese sentido, gracias a FARO, hoy estamos generando más eficiencia en el desarrollo de las tareas del área y aumentando la calidad del servicio proporcionado al cliente interno.

- **Control de Accesos:** También durante este año, asumimos la operatividad y responsabilidad del sistema de Control de Accesos, cumpliendo de esta forma con los cánones corporativos. En ese sentido, y mediante el esfuerzo conjunto de diversas áreas del Banco, se implementó el nuevo sistema de control de accesos, homologado corporativamente, que brinda un aumento los niveles de automatización y control, cumpliendo con el objetivo propuesto de agilizar los ingresos y egresos del personal, con un menor tiempo de gestión y un mayor control y seguridad.

Actualmente, este sistema se encuentra en fase de evaluación en el edificio Perón 362 y ofrece además un amplio abanico de opciones de registro y control al ingreso, tales como tarjetas de proximidad, medios de lectura ópticos y biométricos, como así también, integración con otros sistemas de seguridad.

- **Capacitaciones especiales:** En cuanto a la capacitación de nuestro personal, la totalidad del personal de seguridad privada posee capacitación en materia de vigilancia y seguridad, conforme lo requiere la normativa vigente a nivel nacional y provincial. Estos cursos incluyen temas de prevención de incendio, nociones legales, detección de ilícitos, control de accesos y Derechos Humanos. No obstante ello, la Gerencia de Seguridad, exige a las empresas de seguridad privada que profundicen la capacitación de sus integrantes en aspecto vinculados al trato correcto y cordial hacia el cliente, y asimismo imparta un conocimiento específico a aquellas consignas que así lo requieran. En tal sentido, en el transcurso del año 2014, se han impartido cursos de perfeccionamiento especiales al 29,3% del personal de vigilancia.
- **Sistema Spider:** El sistema Spider es un sistema de cerraduras mecánicas de control a distancia, las cuales se han comenzado a instalar a mediados de 2014 en los lugares de atesoramiento de efectivo y acceso a sector de cajas de seguridad, como una medida adicional de seguridad para el atesoramiento de numerario, tales como Tesoros, ATM/ATS, Puertas CTM Caja seguridad, Puerta Bóveda de Cajas de seguridad, CAF y Mini CAF. Las mismas se pueden controlar remotamente, mediante un software propio del producto, el cual se halla instalado en el Centro de Gestión de Alarmas (CGA) y oficina OFURCLA.

Es totalmente configurable por lo cual se ha adaptado a lo que exigen las normas del Banco Central de la República Argentina. Se pueden controlar los horarios de cierre mediante ventanas horarias, impidiendo así su apertura fuera de horario. Avisos de cierre, alarmas e información del estado de cada cerradura, es controlado mediante el software, siendo así altamente eficiente para la seguridad de los sectores antes mencionados. Hasta el cierre del ciclo 2014, se ha instalado en dos sucursales, 342 Florida y 134 Martínez Libertador.

Salud y Seguridad <sup>(1)</sup>	2014 <sup>(2)</sup>	2013	2012
Tasa de accidentes	1,44	1,27	1,14
Tasa de enfermedades profesionales	0,06	0,07	0,05
Tasa de absentismo <sup>(3)</sup>	518,63	469,82	470,59
Tasa de días perdidos	45,49	43,68	29,55
Total accidentes y enfermedades profesionales	119	102	89
Víctimas mortales	0	0	0

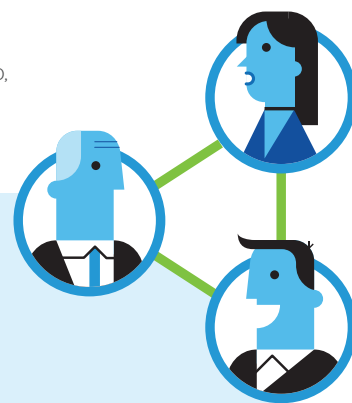
(1) Los cálculos se hicieron teniendo en cuenta los protocolos GRI, utilizando para los cálculos días naturales (365). (2) Los índices se modifican porque la gestión de la siniestralidad por parte de las ART cambió, por indicación de la Superintendencia de Riesgos del Trabajo (S.R.T) y porque en los casos conflictivos la duración del conflicto es más prolongada que en períodos anteriores. La comparación con dos competidores da como resultado que los medidores evolucionaron bien. (3) Para el cálculo de absentismo se tuvo en consideración los rubros de enfermedades, licencia médica prolongada y reserva de puesto.

Salud y Seguridad 2014	Hombres	Mujeres
Tasa de accidentes	1,08	1,86
Tasa de enfermedades profesionales	0,02	0,11
Tasa de absentismo	344,56	721,85
Tasa de días perdidos	33,56	59,41
Total accidentes y enfermedades profesionales	47	72
Víctimas mortales	0	0

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

## Voluntarios BBVA

El objetivo de Voluntarios BBVA es promover y canalizar el espíritu solidario de los que formamos parte de BBVA Francés. Gracias a las acciones propuestas por voluntarios, o de proyectos donde los voluntarios tuvieron participación activa, todos tenemos la posibilidad de fomentar y aumentar la integración social, invertir tiempo y energía por una buena causa, compartiendo los valores de equipo, compromiso y solidaridad con la sociedad de la que formamos parte. En 2014 contamos con 179 empleados involucrados, 537 horas dedicadas y \$769.129 invertidos.



Voluntarios  
BBVA 2014

▶ **179**  
empleados  
involucrados

▶ **537**  
horas  
dedicadas

▶ Inversión  
**\$769.129**

Estamos seguros que la educación es una de las mejores maneras de lograr la integración social, por eso en 2014 esto siguió siendo el foco del programa. En este sentido, desarrollamos con éxito las siguientes iniciativas:

### • “Adelante con tus sueños”:

El taller de educación financiera en escuelas primarias “Adelante con tus sueños”-niños de 3<sup>a</sup> a 6<sup>o</sup> grado-, se desarrolló en la ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, Salta y Tucumán. Por su parte, el taller para colegios secundarios -para jóvenes que cursan 3 y 4<sup>o</sup> año- continúa realizándose con el objetivo de orientar a los chicos en el funcionamiento del circuito financiero en general. Realizamos 50 talleres y participaron 49 voluntarios.

## Testimonio

“Es maravilloso cómo aprenden los chicos y lo interesados que se muestran en aprender sobre los productos bancarios. Te preguntan qué tienen que estudiar para ser bancario, qué hacemos los voluntarios en el banco, etc. Realmente es una actividad muy interesante y la recomiendo porque ver cómo aprenden los chicos es muy gratificante.”

*Patricia Pretti, Riesgos.*



### • Concurso de Proyectos Solidarios:

Con este concurso buscamos apoyar económicamente a los mejores proyectos solidarios presentados por empleados que colaboren con alguna ONG, con el fin de favorecer a colectivos excluidos, con prioridad en educación.

En 2014, elegimos y entregamos los premios de los tres ganadores del concurso de proyectos solidarios:

**1° puesto, \$ 70.000:** Asociación de ayuda a niños y jóvenes con TGD y trastornos psicomotrices, equipamos la salita de estimulación temprana.

**2° puesto, \$ 50.000:** Fundación Manitos Rurales, programa "Agua segura" para la escuela de estación Tejeda. Colocamos una cisterna donde no tenían agua potable.

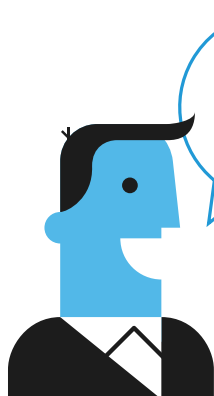
**3° puesto, \$ 30.000:** Asociación Movimiento Schönstatt, impresión y publicación del libro "Nañito" para niños de escuela primaria de alta montaña.

También, lanzamos una nueva edición del Concurso, contando con la presentación de 28 proyectos de: Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, provincias de Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, Salta, Santa Fe, La Pampa, Tierra del Fuego y Tucumán. Esta edición concluyó en diciembre 2014, y los tres más votados por los empleados resultaron ganadores:

**1° puesto, \$ 90.000:** "Aprendiendo al pie de la cama", Escuela Hospital N°4 - Formosa.

**2° puesto, \$ 65.000:** "Desarrollo Comunitario: Residencia universitaria"- Sgo. del Estero.

**3° puesto, \$ 40.000:** "Sala de Estimulación Multisensorial Rafaela" - Santa Fe.



## Testimonio

"Hace varios años que en la Asociación Tandilense de ayuda al discapacitado (ATAD) se perdió todo por un incendio y la Municipalidad les donó el terreno, Juan Martin del Potro los materiales, la constructora Bertoli los planos, otra persona la nivelación del terreno y nosotros el dinero para comprar los elementos de la sala de integración sensorial...se alinearon los planetas !!!!!!"

*Mariano Crespo, Gerente Sucursal Tandil 077*

Por otra parte, continuamos desarrollando las siguientes acciones:

- **Curso de voluntariado on-line a través de la plataforma e-campus.**

Los colaboradores tuvieron la oportunidad de profundizar acerca de la realidad y de reflexionar sobre las maneras de contribuir con nuestra sociedad

- **Página de intranet.**

Los voluntarios siguen contando con una página donde proponen proyectos e inquietudes o se enteraron de los proyectos en curso. En 2014, renovamos los contenidos del sitio sumando imágenes y material audiovisual de las actividades.

- **Campaña "Destapá tu Solidaridad".**

Continuamos juntando tapitas plásticas para el Hospital Garrahan. En 2014 reunimos 362 kilos, que equivalen a 144.800 tapitas aproximadamente.

# Proveedores

## Política y principios de gestión con proveedores

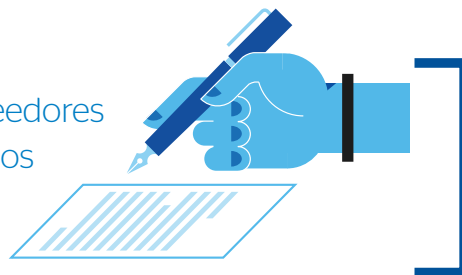
Buscamos transmitir nuestros valores, la importancia de la Responsabilidad Corporativa en la gestión de los negocios, y una cultura corporativa, generando relaciones de largo plazo con nuestros proveedores.

A través de nuestro Código de Conducta, determinamos el vínculo con nuestros proveedores, y apostamos por una relación basada en el respeto a la legalidad, el compromiso con la integridad, la concurrencia, la objetividad, la transparencia, la creación de valor y la confidencialidad.

Continuamos difundiendo entre nuestras empresas proveedoras los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al cual adherimos desde 2004. Para ello, incorporamos estos temas en el proceso de homologación de proveedores y les entregamos una Carta de Adhesión con la cual las empresas firmantes manifiestan su compromiso con la iniciativa de las Naciones Unidas.

En 2014, 58 proveedores declararon haber firmado la Carta de Adhesión, alcanzando el 7% del total de proveedores.

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 conozcan la importancia y respondan a preguntas relacionadas a los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, así como mejores prácticas sociales y ambientales. En 2014, incorporamos en los contratos y pliegos la temática de igualdad de género. Mediante auditorías posteriores, corroboramos lo reportado.

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

La Normativa de Compras del Banco que rige el sistema de homologación exime del proceso a los proveedores no residentes, con facturación inferior a 70.000 dólares anuales, y a las compras no recurrentes o de carácter urgente.

Las auditorías realizadas a nuestros proveedores en materia social y ambiental alcanzaron a 607 empresas en 2014.

También se encuentran eximidos del requisito de homologación los proveedores incluidos en las siguientes categorizaciones:

- 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.
- Empresas de servicios públicos.
- 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.

Sistema de homologación de proveedores (1)	2014	2013
Proveedores a Homologar <sup>(2)</sup>	63	50
Proveedores analizados <sup>(3)</sup>	827	710
Proveedores Homologados	607	532
Proveedores rechazados	220	178
Porcentaje analizados	92,92%	93,42%

(1) Los indicadores corresponden a datos numéricos de proveedores gestionados por el área de compras. (2) No se incluyen aquellos proveedores homologados con una facturación menor a U\$S 70.000. (3) Incluye proveedores homologados y rechazados.

## Herramientas de gestión y de aprovisionamiento

Para administrar la gestión de compras utilizamos la plataforma de Comercio Electrónico "Adquira", 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 ofreciendo mayor transparencia al proceso de selección de proveedores.

También implementamos un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) del circuito de Compras, que abarca desde la autorización de la solicitud de compras hasta la emisión de la Orden de Compra. Es por esto que en diciembre de 2014, IRAM e IQnet emitieron la certificación ISO 900:2008 (Certificado de Registro 9000-6200). Dicha certificación es un compromiso más con la calidad de servicio dentro del Banco.

Asimismo, el Banco cuenta con un sistema integrado de solicitudes de compra y pagos, que resume el circuito de aprovisionamiento de la empresa, manteniendo trazabilidad y gestión de aprobaciones en línea con documentos electrónicos.

## Diálogo con nuestros proveedores

Con el fin de mantener un vínculo a largo plazo, fomentamos la comunicación permanente con nuestros proveedores para estar informados de sus inquietudes, necesidades y expectativas; y generar así un clima de confianza.

En 2014, desde el área de Compras mantuvimos reuniones con los proveedores para comentar los circuitos y tratar eventualmente temas de servicios, apoyando a los usuarios internos. A su vez, comenzamos a realizar reuniones y comunicaciones por no conformidades surgidas del SGC.





# Sociedad

Durante 2014 continuamos con el desarrollo de los programas de relación con la comunidad, destinados tanto a actividades propias como a brindar apoyo a terceras organizaciones. En este contexto, impulsamos el trabajo en la estrategia de un Plan de Negocio Responsable, generando así un curso de acción con iniciativas relevantes en relación al contexto local y al perfil de los grupos de interés, con alto valor social y reputacional.

El Plan de Negocio Responsable 2013-2015, cuya misión es integrar en los procesos de decisión clave del Banco el impacto que genera la actividad financiera en la vida de las personas, cuenta con tres líneas estratégicas: comunicación transparente, clara y responsable; productos de alto impacto social y educación.

La educación es el foco de nuestros programas sociales

## OBJETIVOS

Favorecer la cultura financiera de las personas

Apojar el crecimiento de PyMEs y su impacto social

Impulsar la integración social y formación en valores de niños y jóvenes

## Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés

Con el objetivo de impulsar la integración social y la formación en valores de niños y jóvenes, desarrollamos, por octavo año consecutivo, el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés. Por medio de la entrega de becas individuales, se busca la permanencia en el sistema educativo de jóvenes de entre 12 y 19 años de familias de bajos ingresos económicos.

Esta iniciativa, además, fomenta la inclusión y la educación financiera de los becarios, al realizarse la entrega de un producto bancario para administrar la beca, del cual el alumno se hace responsable. De esta manera, promovemos que el alumno asuma compromisos responsablemente en sus estudios, en la relación con su entorno y en la administración del dinero que recibe mensualmente.

En 2014 el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés benefició en forma directa a 1.365 alumnos, en 12 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en 28 centros educativos, en 27 localidades del país, a través de alianzas con 22 ONG en vinculación con 148 colegios.

Desde su comienzo, e incluyendo esta edición, el Programa ha otorgado un total de 8.223 becas en 27 localidades. Los beneficiarios directos e indirectos pueden estimarse en 24.669 personas.

*Para más información sobre el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés ver el capítulo "Educación Financiera" en este Informe.*

### Talleres de expresión artística

Para integrar aún más a los becarios, brindarles contención y crear nuevos canales de comunicación, realizamos talleres de expresión artística en instituciones vinculadas con el programa.

Las actividades se llevaron a cabo en 19 centros del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés. Allí realizamos el seguimiento de los talleres, acompañamos las necesidades de cada lugar (viáticos, remeras distintivas, afiches) y participamos de las diferentes iniciativas. Los grupos de trabajo realizaron presentaciones formales; así, los alumnos compartieron con su comunidad el resultado del aprendizaje en cada disciplina.



El Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés benefició en forma directa a 1.365 alumnos, en 12 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en 28 centros educativos, en 27 localidades del país, a través de alianzas con 22 ONG en vinculación con 148 colegios.

Talleres de expresión artística en foco: Programa Música para Todos



El Programa Música para todos es uno de los cinco programas de apertura comunitaria que ofrece a niños y jóvenes de los barrios más vulnerables de Virreyes, Partido de San Fernando el Colegio Madre Teresa. Hace de la música una herramienta de inclusión de familias a quienes la pobreza privó del acceso al arte; un derecho humano básico y motor esencial para sus vidas.

Con el apoyo de BBVA Francés, el programa ofrece el aprendizaje de instrumentos (violín, violonchelo, flauta, percusión, trompeta) y la posibilidad de integrar la orquesta infantojuvenil del Colegio. Se imparte en tres clases semanales de tres horas y media de duración cada una a 100 niños, niñas y jóvenes.

El 28 de noviembre de 2014 se realizó en la Casa del Bicentenario del Centro Cultural Dino Saluzzi de Salta, el Concierto de fin de año como cierre de Ciclo del Coro de Niños y Jóvenes del Centro Educativo Fe y Alegría N°8171 con el patrocinio de BBVA Francés.

## Programa Artistas por la Educación

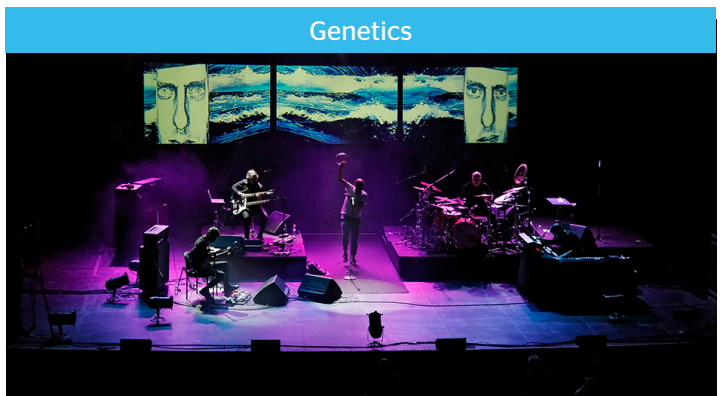
Desde el Programa Artistas por la Educación, por cuarto año consecutivo celebramos un convenio con el Teatro Colón. En este marco, proseguimos con el Programa "Del Colón al País", llevando a cantantes del Instituto Superior de Arte del Teatro Colón a las ciudades de Esquel, Córdoba y Rosario.

En 2014, la banda de rock sinfónico Genetics sigue sumándose al Programa Artistas por la Educación, cumpliendo la función de difundir la labor social que realizamos en todo el país a través del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés. Este año patrocinamos tres conciertos de la banda: dos de ellos en el Teatro Marín y el tercero en el Teatro Coliseo.

BBVA Francés patrocinó además, en el mes de octubre, la cuarta edición del Festival San Isidro Jazz y Más. La presentación obtuvo muy buena repercusión en los medios de comunicación y contó con la participación de más de 7.000 personas. Un año más, el público disfrutó gratuitamente de los mejores referentes argentinos de la escena nacional e internacional del jazz en lugares históricos y emblemáticos de San Isidro y en varios bares de la zona.



Del Colón al País



Genetics



San Isidro Jazz y Más

## Programa Deportistas por las Educación

En 2014 continuó vigente el convenio de cooperación con Boca Juniors con el fin de que jóvenes de entre 12 y 19 años de hogares de bajos ingresos económicos puedan finalizar sus estudios secundarios. Este año, Boca Social aumentó la cantidad de becas otorgadas. Se sumaron 10 llegando a un total de 40 becas en la Ciudad de Buenos Aires. Además, La Peña Pasión Sanjuanina, a través de Fundación Marina Etchenique, en alianza con Boca Social, donaron 5 becas.

Asimismo, con el objetivo de apoyar al Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés, dos jugadores del equipo de fútbol de Boca Juniors participaron del acto de entrega de las 20 becas en la sucursal 072 de la provincia de San Juan.

## Programa Jornadas y Publicaciones

En el marco del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés se llevó a cabo el Ciclo de Actores por el Encuentro Social, con el objetivo de generar un espacio de encuentro y diálogo.

Durante 2014 se realizaron dos reuniones, la primera en Las Tunas ONG contó con la participación de autoridades del BBVA Francés, el ex vice ministro de Desarrollo Social de la Nación, y ex ministro de Desarrollo Social y Trabajo de la Provincia de Buenos Aires, el Licenciado Daniel Arroyo, las autoridades de Las Tunas ONG y distinguidos clientes, empresarios, y gerentes de las sucursales de la zona. Asimismo, participaron los tutores, becados y familias de los becados del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés.

El segundo encuentro se realizó el Centro Educativo Padre Llorens, contó con la participación de la Directora General de Escuelas y ex ministra de Educación de la Provincia de Mendoza, profesora María Inés Vollmer, autoridades del Centro Educativo Padre Llorens, clientes, empresarios, jóvenes becados, tutores y familias de los becados, el licenciado Daniel Arroyo, gerentes de las sucursales y autoridades del BBVA Francés.

Asimismo, se presentó la publicación del libro "Ciclo de Mesas Redondas BBVA Francés, sobre Calidad Educativa e Inclusión Social", realizadas el año anterior junto a prestigiosas universidades del país.

## Patrocinios y alianzas

Durante 2014, apoyamos a diversas organizaciones, ONG e instituciones que nos permitieron concretar de diversas formas nuestro compromiso con la sociedad:

### En el ámbito educativo

- **Junior Achievement.** Auspiciamos diversas actividades educativas a fin de colaborar con la formación de jóvenes de la Argentina e incentivar el espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus objetivos y mejorar su calidad de vida en un marco de responsabilidad y libertad.
- **Universidad Torcuato Di Tella.** Participamos con un aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa de la 4ª Cena de Recaudación de Fondos para la Construcción del Campus Alcorta.
- **Colegio Madre Teresa.** Participamos como sponsor de plata en la Comida Anual Solidaria 2014, que se llevó a cabo en el Tattersall San Isidro.
- **Comisión, Episcopal de Ecumenismo, Relaciones con el Judaísmo, el Islam y las Religiones (CEEJIR).** Nuestro aporte contribuyó con las actividades interreligiosas que lleva a cabo la Comisión Episcopal.
- **Colegio las Lomas Oral.** Nuestro aporte contribuyó en la función de teatro Supersaludable a beneficio del Colegio Lomas Oral. El colegio brinda servicios educativos a niños con pérdidas auditivas desde el momento de su nacimiento. Es uno de los nuevos colegios con currícula Moog en todo el mundo.
- **Educar 2050.** Acompañamiento mediante un aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa de la comida anual que se llevó a cabo el día 30 de septiembre en Darwin Palermo. Lo recaudado ha sido destinado al Programa "Contra la pobreza, buena educación" con el objetivo de mejorar la calidad de la Educación Argentina trabajando desde la práctica y desde la teoría.



## En el ámbito de acción social



- **Fundación CONIN – Cooperadora para la nutrición infantil.** Contribuimos con un aporte para la 4ª Cena Anual Solidaria que se llevó a cabo el día 25 de septiembre, en Espacio Pilar.
- **Boca Social.** Participamos como main sponsor en la segunda Cena Anual Solidaria de Boca Juniors y UNICEF, que se llevó a cabo el día 08 de agosto en La Rural.
- **Fundación Nixus.** Nuestro aporte contribuye a que la Fundación Nixus para la investigación Científica pueda continuar con la promoción de investigaciones científicas en Traumatología y Medicina del Deporte, la capacitación profesional y la educación comunitaria sobre los beneficios de la actividad física.
- **Fundación RECIDUCA.** Participamos con un aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa de la VI Cena Anual de Recaudación de fondos, celebrada el 22 de mayo en el Hipódromo de San Isidro. Lo recaudado en la noche permitió cumplir con el objetivo de la Fundación de seguir incrementando cada año la cantidad de jóvenes que participan en sus diversos programas.
- **Fundación Santa Rafaela María.** Contribuimos con un aporte en el programa de la XIX Noche a beneficio de los hogares de la Fundación, que se llevó a cabo el pasado 21 de agosto, en el Salón Tattersall del Hipódromo de San Isidro.
- **Fundación SOS Infantil.** Participamos como Main Sponsor en el evento Mano a Mano por los chicos III, que se llevó a cabo el 25 de marzo en La Rural.
- **Institución ASAC – Al servicio de la Discapacidad Visual.** Acompañamiento mediante un aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa de la 1ª Comida Anual de Recaudación de Fondos, que tuvo lugar el día 22 de septiembre en el Hotel Sheraton Buenos Aires.
- **Pilgrims´ College.** Participamos con un aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa del Bingo Solidario que organizó la institución, que se llevó a cabo el 4 de julio en las instalaciones del Colegio Pilgrims.
- **Solidagro y Fundación Sociedad Rural Argentina.** Contribuimos con un aporte en el almuerzo solidario Mil Corazones Latiendo Juntos, con el fin de promover la educación rural y apoyar el trabajo de Solidagro en zonas necesitadas. El almuerzo se llevó a cabo el 22 de julio en la Sociedad Rural Argentina.
- **Tigre Educa.** Contribuimos con aporte en la cena anual a beneficio, que se llevó a cabo el 12 de noviembre que tuvo lugar en las instalaciones de Astilleros Milberg, en la localidad de Rincón. El Programa de Becas Tigre Educa se convirtió en un sistema pionero en brindar oportunidades para los jóvenes y en evitar que muchos de ellos abandonen sus estudios por dificultades económicas.
- **Fundación Banco Francés.** La Fundación recibe una donación mensual de BBVA Francés.

## En el ámbito empresario



- **IDEA.** Participamos como sponsor en el 50º Coloquio anual de IDEA que se llevó a cabo en Mar del Plata, del 22 al 24 de octubre. IDEA es una institución que contribuye al desarrollo productivo y competitivo de las empresas e instituciones para que la Argentina se integre al mundo moderno y desarrollado.
- **Fundación Red de Acción Política (RAP).** Realizamos un aporte institucional para contribuir en las actividades que lleva adelante la Fundación. RAP es una fundación plural y apartidaria que tiene como misión hacer un aporte hacia la formación y el fortalecimiento de la dirigencia política en la Argentina a partir de un auténtico espíritu republicano, una vocación de fortalecer el marco institucional y un conjunto de valores, principios y conductas compartidas.
- **Fundación Universitaria Río de la Plata (FURP).** Contribuimos con un aporte institucional para los diferentes programas que lleva a cabo la Fundación. El apoyo de diversas empresas posibilita que los jóvenes argentinos con capacidad de liderazgo obtengan un mayor conocimiento en materia política, económica y social, a fin de contribuir a su mejor desempeño en los ámbitos del quehacer nacional en el que participen.
- **Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN).** Donación para el Informe Ambiental 2014.
- **Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI).** Realizamos un aporte institucional para contribuir con las tareas académicas que el CARI llevó a cabo durante el año.
- **Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL).** Realizamos un aporte institucional para las diferentes actividades que realiza la Fundación y para la Conferencia Anual 50º aniversario de FIEL 2014, que se llevó a cabo el 1º de octubre. También ofrecimos un almuerzo de bienvenida en el Restaurante La Bourgogne del Hotel Alvear, en el cual participaron autoridades de BBVA Francés, autoridades de FIEL y los economistas expositores de dicha conferencia.



- **Fundación Libertad.** Realizamos un aporte para contribuir en las actividades llevadas a cabo durante el año 2014, 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.
- **Fundación Mediterránea.** Contribuimos con un aporte institucional para el 37° aniversario de la Fundación que se llevó a cabo el 12 de septiembre, en la Ciudad de Córdoba.
- **Estudio Balter & Asociados.** Auspiciamos el Ciclo de Conferencias "Contexto 2014".

## Fundación Banco Francés

La Fundación Banco Francés es una institución sin fines de lucro que inició sus actividades en 1987 y es sustentada por BBVA Francés.

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. Esa misma sede funciona como museo donde se exhibe una muestra permanente del artista plástico Líbero Badií.

Durante 2014 se cedió el espacio del Auditorio de la Fundación Banco Francés para la realización de 39 actividades de comités y eventos institucionales del Banco. También se cedió el espacio a la Fundación Leer.

A su vez, se donaron 88 equipos, entre escritorios, computadoras, impresoras, armarios, monitores, estanterías, sillas, armarios, mamparas de vidrio, mesas, archiveros, percheros y televisor a 11 instituciones de las provincias de Buenos Aires, Catamarca, Corrientes, La Rioja y Santa Fe.

### La Noche de los Museos

Una vez más, el Museo Líbero Badií ubicado dentro de la Casona Alsina, sede de la Fundación Banco Francés, participó de la undécima edición de "La Noche de los Museos".

Esta acción, organizada por la Dirección General de Museos del Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ofreció una programación especial de actividades con entrada libre y gratuita, con el objetivo de acercar nuevos públicos a los museos.

En el marco de este evento, el Museo Líbero Badií ofreció visitas guiadas a la muestra permanente del artista y a las dependencias de la Casona Alsina. Alrededor de 1.300 personas visitaron el museo. Asimismo, como actividad complementaria se brindaron dos conciertos de jazz, a cargo de la agrupación Gerry Vitullo & The All Stars of Jazz con un amplio y variado repertorio.



## Otras iniciativas

### Participación en Seminarios/Simposios.

Durante el 2014, desde la Dirección de Relaciones Institucionales del BBVA Francés, participamos como asistentes al Seminario organizado por la Fundación Universitaria del Río de La Plata (FURP) que se llevó a cabo en el pasado mes de Noviembre en Washington DC, Estados Unidos, donde asistieron referentes políticos a nivel nacional y provincial e importantes empresarios. La temática abordada fue el seguimiento de las elecciones presidenciales en Estados Unidos.

El presidente ejecutivo, Ricardo Moreno, participó en el II Simposio organizado por la Fundación Red de Acción Política (RAP), cuyo objetivo fue generar un proceso de análisis, reflexión y diálogo, sobre temas relevantes para la promoción del desarrollo sostenible del país y el fortalecimiento de su sistema político institucional. El Simposio se llevó a cabo en el mes de abril en Harvard University, Boston, Estados Unidos y asistieron referentes políticos de todo el país e importantes empresarios.



### Atrio de los Gentiles

El Foro Ecuménico Social auspiciado por BBVA Francés realizó en la Argentina durante el pasado mes de noviembre "El Atrio de los Gentiles", un programa de diálogo que promueve el Pontificio Consejo de la Cultura del Vaticano. Fue iniciado por Benedicto XVI y continuado y potenciado por el actual Papa Francisco. La iniciativa se concretó en varias ciudades de Europa y de América.

En el marco del Atrio de los Gentiles durante los días 26, 27 y 28 de noviembre se realizaron jornadas y espectáculos de gran envergadura en Buenos Aires y Córdoba donde participaron destacados intelectuales y artistas de la Argentina y del exterior, directivos de empresas y ONG, religiosos de distintas confesiones, políticos y funcionarios. En las actividades participó el Cardenal Gianfranco Ravasi, presidente del Pontificio Consejo de la Cultura, que promovió estos eventos en el marco del "Cortile dei Gentili", por los cuales ha manifestado especial interés el Papa Francisco, y en el cual estuvo presente con un mensaje especial.

Para la ocasión se organizó el Consejo Consultivo Honorario del Atrio de los Gentiles en Argentina y fue creado por BBVA Francés y presidido por Gonzalo Verdomar Weiss, director de Relaciones Institucionales.

Como resultado de las reflexiones surgidas de los cinco encuentros del Consejo Consultivo Honorario del Atrio de los Gentiles se editó el libro "Diálogo entre Todos", que tuvo su presentación en el marco de las jornadas que se llevaron a cabo el pasado mes de noviembre.

### Festival Internacional Iguazú en Concierto 2014

BBVA Francés fue uno de los patrocinantes de las presentaciones del Coro de Niños del Teatro Colón durante los días 30 y 31 de mayo, en el Festival Internacional Iguazú en Concierto.

### Ballet Estable del Teatro Colón. Gira Nacional 2014

BBVA Francés fue uno de los patrocinantes de la presentación de "Don Quijote", obra interpretado por el Ballet Estable del Teatro Colón, en su Gira Nacional 2014, en la ciudad de San Luis.

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

### Metas Educativas 2021

El Grupo BBVA firmó en 2010 una alianza con la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) por medio de la cual adherimos al proyecto "Metas educativas 2021: La educación que queremos para la generación de los bicentenarios", que tiene como objetivo fomentar la educación infantil en América Latina, con beneficio para más de 8 millones de personas.

Con esta iniciativa, BBVA alinea sus programas en torno a los desafíos educativos de América Latina, concretamente a través de los siguientes ejes:

- Garantizar el acceso y la permanencia de miles de niños y niñas en el sistema educativo mediante la puesta en marcha de programas de apoyo y desarrollo de las familias para favorecer la permanencia de sus hijos en la escuela.
- Potenciar el carácter educativo de esta etapa y garantizar una formación suficiente de los educadores que se responsabilizan de ella.
- Potenciar la educación en valores para una ciudadanía democrática activa, tanto en el currículo como en la organización y gestión de las escuelas, contribuir a la educación financiera y en la formación a adultos.
- Promover el emprendimiento como motor económico de crecimiento y bienestar.

Este proyecto se lleva a cabo con la concesión de becas educativas a través del programa "Niños Adelante" en los once países de Latinoamérica donde el Banco está presente. En la Argentina, se lo conoce como el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés.

## Premio Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento

La Fundación BBVA refleja la responsabilidad social del Grupo BBVA, firmemente comprometido con la mejora de todas las sociedades en las que opera. Como foco de su actividad, fomenta la investigación científica de excelencia a través de ayudas a proyectos de investigación, su difusión a la sociedad mediante canales varios, como la realización de encuentros, workshops, conferencias, publicaciones y exposiciones, la formación avanzada y premios a la investigación. La Fundación BBVA apoya también otras áreas de la cultura, con especial atención a la literatura y la música contemporánea.

Los Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento quieren reconocer e incentivar la investigación y creación cultural de excelencia, en especial aquellas contribuciones de amplio impacto por su originalidad y significado teórico, así como por su capacidad para desplazar hacia delante la frontera de lo conocido. Estos galardones de carácter internacional se convocan en ocho categorías: ciencias básicas (física, química, matemáticas), biomedicina, ecología y biología de la conservación, tecnologías de la información y la comunicación, economía, finanzas y gestión de empresas, música contemporánea, cambio climático y cooperación al desarrollo. La dotación es, en cada una de sus categorías, de 400.000 euros, un diploma y un símbolo artístico. Por dotación pueden considerarse los segundos más importantes del mundo, tras los Nobel.

Los ganadores en la sexta edición 2013 fueron:

- Ciencias Básicas: los físicos Maximilian Haider, Harald Rose y Knut Urban por "aumentar de forma exponencial el poder de resolución del microscopio electrónico al desarrollar una óptica electrónica que ha supuesto un avance que ofrece precisión subatómica".
- Ecología y Biología de la conservación: el entomólogo, ecólogo y biólogo de la conservación Paul R. Ehrlich, por haber "contribuido de forma decisiva a múltiples avances conceptuales en ecología y biología de la conservación, con una gran influencia en otras disciplinas académicas".
- Biomedicina: el bioquímico Adrian Bird "por sus descubrimientos en la epigenética". Su aportación es fundamental, dado que, como señala el acta del jurado, "la metilación del ADN desempeña un papel crucial en numerosas enfermedades y en la evolución de casi todos los tipos de cáncer".
- Tecnología de la información y la Comunicación: el estadounidense Marvin Minsky, considerado padre del área de Inteligencia Artificial. Además es autor de contribuciones esenciales, teóricas y prácticas, en matemáticas, ciencia cognitiva, robótica y filosofía.
- Economía, Finanzas y Gestión de Empresas: a Elhanan Helpman por sus contribuciones fundamentales a la comprensión de dos de las áreas consideradas básicas en la economía moderna: el mercado internacional y el crecimiento económico.
- Música Contemporánea: a Steve Reich, por "una nueva concepción de la música, apoyada en la utilización de elementos realistas, vinculados a la vida cotidiana, y elementos provenientes de las músicas tradicionales de África y Asia".
- Cambio Climático: el biólogo estadounidense Christopher Field, por descubrir la importancia de los ecosistemas y su adecuada gestión como potentes herramientas en la lucha contra el cambio climático.
- Cooperación al Desarrollo: el biólogo estadounidense Christopher Field, por descubrir la importancia de los ecosistemas y su adecuada gestión como potentes herramientas en la lucha contra el cambio climático.

Los resultados de la edición 2014 se anunciarán en febrero 2015.

## Ruta BBVA

En 1979 y por sugerencia de S.M. el Rey de España, el periodista y aventurero Miguel de la Quadra-Salcedo creó este programa dirigido a los jóvenes para consolidar el intercambio cultural entre todos los países de habla hispana, incluidos Brasil y Portugal. Desde 1993 BBVA apoya, dentro de su política de Responsabilidad Corporativa, este programa que encarna la visión del Grupo de trabajar por un futuro mejor para las personas.

Ruta BBVA es un viaje que combina la educación en valores, el intercambio cultural y la aventura. Gracias a él, y a lo largo de veintinueve ediciones, cerca de 9.000 jóvenes de todo el mundo han tenido la oportunidad de viajar y descubrir las dimensiones humanas, geográficas, sociales e históricas de otras culturas.





Durante 2014, hemos invertido un total de 15 millones de pesos en proyectos para la comunidad, incluyendo BBVA Francés y su Fundación.

La vigésimo novena edición del programa Ruta BBVA 2014 viajó a Perú para descubrir las fuentes del río Amazonas y la historia y las formas de vida del Cañón del Colca. Los expedicionarios estudiaron las culturas prehispánicas de Paracas y Nazca, que tuvieron una aportación definitiva a la construcción de la civilización andina.

La expedición conoció algunos de los proyectos de contenido social que alienta BBVA en la región, y reflexionó acerca de los grandes retos que encara hoy día la sociedad para incluir colectivos, grupos étnicos y segmentos sociales en un proyecto de futuro social más justo, participativo e igualitario. En España se centró la atención en Juan de Goyeneche y Gastón y se conmemoró el IV Centenario de la muerte del pintor El Greco.

Los 200 ruteros de 21 nacionalidades realizaron diversas actividades para acercarse al mundo del emprendimiento social en Perú, conociendo a jóvenes con proyectos que están ayudando a solucionar algunos de los problemas sociales a los que se enfrenta el país. En la edición 2014 participaron 10 estudiantes argentinos.

#### Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad por la Fundación Banco Francés en 2014 (en pesos)

Área de actuación	Número de proyectos	Contribución en tiempo de empleados para la gestión	Aportación monetaria
Apoyo a entidades sociales	10	17673,60	184.550,00
Comunicación de la RC	2	282.777,60	98.400,00
Cultura	2	565.555,20	372.191,24
Otros	1	282.777,60	1.447.663,76
Otros Educación	4	7.069,44	48.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>1.155.853,44</b>	<b>2.151.305,00</b>

#### Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad por el BBVA Francés en 2014 (en pesos)

Área de actuación	Número de proyectos	Contribución en tiempo de empleados para la gestión	Aportación monetaria
Apoyo a entidades sociales	7	12.371,52	666.920,00
Comunicación de la RC	2	212.083,20	1.001.656,99
Costes de reporting	1	141.388,80	186.000,00
Cultura	1	47.129,60	15.860,00
Educación financiera y para los negocios	5	162.597,20	9.634.393,14
Otros	2	3.534,72	257.600,00
Otros Educación	3	4.712,96	197.057,00
Productos de Alto Impacto Social	1	388.819,20	1.013.024,00
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>2.436.011,20</b>	<b>12.972.551,13</b>



## Medio ambiente

En el marco del Plan Global de Ecoeficiencia aprobado en 2013 por el Grupo BBVA, concluimos con la instalación de canillas automáticas y sensores de presencia en sanitarios y áreas de servicio de sucursales en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La eficiencia en el uso de recursos naturales es una de los componentes de nuestro Plan de Negocio Responsable. Es por eso que nos comprometemos con la lucha contra el cambio climático y desarrollamos iniciativas vinculadas con temas ambientales, siendo conscientes de que las actividades que realizamos diariamente tienen un impacto directo en el medioambiente, a través del consumo de recursos naturales, y un impacto indirecto a través de las actividades de financiación, gestión de activos y nuestra cadena de valor.

### Política Medioambiental

En BBVA Francés adoptamos la Política Medioambiental del Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, que expresa el compromiso que tenemos con la gestión ambiental sostenible del negocio y nuestra contribución a la lucha contra el cambio climático. La misma busca alcanzar los siguientes objetivos:

- Cumplir la normativa medioambiental vigente donde el Grupo BBVA opera.
- Mejorar continuamente la identificación y gestión de los riesgos medioambientales de las operaciones financieras y de inversión del Grupo.
- Integrar las variables ambientales en el desarrollo de productos y servicios financieros.
- Ecoeficiencia en el uso de recursos naturales, fijación y cumplimiento de objetivos de mejora establecidos en el Plan Global de Ecoeficiencia.
- Gestionar los impactos directos a través de un sistema de gestión ambiental basado en la ISO 14.001 y otras certificaciones ambientales reconocidas.
- Influir positivamente en el comportamiento ambiental de los grupos de interés a través de la comunicación, concienciación y sensibilización sobre la importancia del medio ambiente como variable adicional de gestión empresarial y personal.
- Informar, concienciar, sensibilizar y formar a sus empleados en materia ambiental.
- Apoyar el mecenazgo, el voluntariado y la investigación medioambiental.
- Apoyar a las principales iniciativas de lucha y prevención del cambio climático.

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

En 2014, tuvimos el foco puesto en consolidar el sistema de gestión ambiental y para eso, pusimos a disposición una oficina y dos recursos que centralizan la información y el funcionamiento del mismo. Además, asistimos a la 3ª jornada de Sustentabilidad, organizada por SUSTENTATOR y a los talleres de reciclado del Gobierno de la Ciudad.

#### Principales compromisos internacionales asumidos en materia medioambiental

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

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

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

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

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

#### Gastos e inversiones ambientales 2014

Inversiones directas en medio ambiente	\$ 880.000
Inversiones indirectas que surgen de hacer cumplir los requisitos legales	\$ 535.200
Compra de sistema de contenedores para la clasificación de residuos en sucursales	\$148.000
<b>Total</b>	<b>\$1.563.200</b>

## Certificaciones ambientales

Contamos con 6 edificios centrales y 60 sucursales que han certificado el sistema de gestión ambiental bajo la norma ISO 14001. Así, 3.703 empleados de BBVA Francés trabajan en edificios y en sucursales certificados bajo dicha norma. Continuaremos trabajando en 2015 para incluir nuevas sucursales certificadas.

A su vez, 36 de nuestras sucursales están inscriptas como generadoras de residuos peligrosos, ante la Secretaría de Desarrollo Sustentable de la Nación y la Agencia de Protección Ambiental. Los residuos peligrosos que generan el resto de las sucursales son retirados por un gestor especialmente contratado. Además, estamos tramitando la certificación de nuevos puntos de nuestra red.

En 2014, seguimos trabajando en adhesión al programa **Buenos Aires Produce más Limpio** donando todo el material que reciclamos a los recuperadores urbanos de la Ciudad de Buenos Aires. Este programa es coordinado por la Agencia de Protección Ambiental del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y promueve:

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

A su vez, mantenemos el convenio de cooperación mutua para la separación de residuos en origen con la Municipalidad de San Miguel.

## Cómo gestionamos el consumo de agua y de energía

Durante 2014 se realizaron los reemplazos de 20 equipos de aire acondicionados obsoletos en edificios centrales y sucursales por otros de nueva generación, que tiene menor consumo energético. En iluminación se ha comenzado a implementar el uso de tecnología LED, que también tiene menor consumo de energía.

A su vez, el proyecto de instalación del sistema de seguridad integrada Pacom, ha conseguido un uso más eficiente de la energía, manteniendo la disminución de los costos por la automatización de los controles. Este sistema permite gestionar el control de acceso, alarma, vídeo y BMS<sup>(1)</sup> en una plataforma unificada apta para telegestionar edificios, y con el agregado de equipamiento necesario puede controlar el uso de energía en general.

(1) Building Management System (BMS) es un sistema de gestión de edificaciones, basado en un software y hardware de supervisión y control instalado en edificios. Bajo este concepto se define la automatización integral de inmuebles con alta tecnología

## Indicadores Medioambientales

	2014	2013	2012	Coefficiente Emisión CO2	Emisiones CO2 2013
Consumo de agua (en m3) <sup>(1)</sup>	101.920,76	73.868	41.503	-	-
Consumo de energía eléctrica (en KWh)	33.141.862,98	31.084.728 <sup>(2)</sup>	31.991.900	0,18* kg CO2 / KWh (Argentina)	6.098.103

(1) No se reportan sucursales que no cuentan con sistema de medición. (2) Se tomaron los datos diciembre 2012 ya que al cierre del informe no se contaban aún con los datos de diciembre 2013. (3) Se toman los datos de enero a diciembre de 2014.



## Cómo gestionamos las emisiones atmosféricas

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

Realizamos las evaluaciones de chimeneas según lo requerido por la Agencia de Protección Ambiental del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y nuestro sistema de gestión ambiental. Por otra parte, nuestros edificios en Venezuela 540 y en Reconquista 281, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cuentan con espacios para guardar bicicletas. De esta manera, fomentamos entre nuestros empleados el uso de transportes alternativos y un hábito de vida saludable.

### Indicadores Medioambientales

	2014 <sup>(4)</sup>	2013	2012	Coefficiente Emisión CO2	Emisiones CO2 2014
Consumo gas natural (en m3) <sup>(1)</sup>	<b>117.880,99</b> <sup>(5)</sup>	48.096,00 <sup>(2)</sup>	22.793,33	2,03 kg CO2/m <sup>3</sup>	239.310
Consumo diesel (en litros) <sup>(3)</sup>	<b>17.570,00</b> <sup>(6)</sup>	2.340,00	2.200,22	2,72 kg CO2/l	47.905
Kilómetros recorridos flota vehículos directivos	<b>456.000,00</b>	116.057,00 <sup>(2)</sup>	153.200,00	0,20 kg CO2/pasajero km	91.200
Kilómetros recorridos flota vehículos servicios	<b>72.746,24</b>	68.226,78	55.322,77	0,20 kg CO2/pasajero km	14.549
Kilómetros recorridos vehículos propiedad empleados	<b>933.503,00</b>	1.220.359,00	1.160.366,20	0,20 kg CO2/pasajero km	186.701
Kilómetros recorridos avión en tramos hasta 452 km	<b>218.141,90</b>	180.819,00	252.028,90	0,29 kg CO2/pasajero km	63.608
Kilómetros recorridos avión en tramos hasta 1.600 km	<b>2.760.968,90</b>	2.677.338,00	3.478.339,10	0,16 kg CO2/pasajero km	456.664
Kilómetros recorridos avión en tramos superiores a 1.600 km	<b>4.743.997,80</b>	4.495.151,50	6.075.121,40	0,20 kg CO2/pasajero km	992.112
Videoconferencias (cantidad)	<b>467</b>	321	269	-	-
Telepresencias (cantidad)	<b>38</b>	61	35	-	-

(1) No se reportan las sucursales que no cuentan con sistemas de medición. No se realizaron estimaciones. (2) Se tomaron los datos de diciembre 2012 ya que al cierre del informe no se contaban aún con los datos de diciembre 2013. (3) No incluye consumo de vehículos. (4) Se toman los datos de enero a diciembre de 2014. (5) El aumento de un año a otro se debe a una cuestión estacional. (6) El incremento en el consumo se debió a la puesta de marcha de nuevos grupos electrógenos, al mantenimiento de los sistemas de generación de emergencia.

## Cómo gestionamos los residuos

### Papel

Con el objetivo de cumplimentar los requerimientos de la Ley de Basura Cero y complementarias, en 2014 compramos y estamos colocando el sistema de contenedores diferenciados para la clasificación de residuos en 27 sucursales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. De esta forma, damos cumplimiento a la normativa en todas las sucursales y edificios centrales, radicados en la Ciudad.

En nuestras oficinas, la separación de los residuos ya es una rutina diaria para todos los empleados, y continuamos realizando la separación con contenedores especiales ubicados en lugares estratégicos. También realizamos, como todos los años en forma conjunta con el personal de mantenimiento, una capacitación en clasificación de residuos para las empresas de limpieza. El papel reciclado es destinado íntegramente a los recuperadores urbanos del Gobierno de la Ciudad.

Asimismo, seguimos entregando un cupo diario de papel y cartón a cartoneros urbanos asignados según lo acordado con la Dirección General de Reciclado del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para colaborar con el plan de erradicación de cartoneros. Por otra parte, en Tucumán mantuvimos el acuerdo con la Fundación León donando el papel que se recicló en las sucursales de esa provincia.

En 2014, continuamos reciclando vasos y botellas de plástico en los edificios centrales, entregándolos a un recuperador urbano asignado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

## Baterías

En BBVA Francés, gestionamos los residuos peligrosos de acuerdo a lo exigido por la Ley Nacional N° 24.051 y la Ley del Gobierno de la Ciudad N° 2214. Contamos con un gestor que es el responsable de trasladar hasta las plantas de tratamiento todos los residuos que nosotros le entregamos.

En 2014, 20.108 kilogramos de baterías fueron retiradas por la empresa de UPS, para su comercialización para el reciclado de plomo y plástico. El 90% del parque de baterías que utilizamos provino de los equipos UPS (fuentes de energía ininterrumpibles). Se reemplazaron a lo largo del año 480 baterías.

Las baterías utilizadas en los sistemas de iluminación de emergencia así como las pilas comunes fueron gestionadas como residuos peligrosos por una empresa homologada ante la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación. Durante el año recolectamos 24 kg representando 120 unidades.

Seguimos manteniendo el acuerdo con la firma Scrap y Rezagos, que se ocupa del reciclado y reutilización de materiales y equipos electrónicos en desuso.

También, por iniciativa del sector de Compras, el 100% del papel que utilizan nuestras impresoras y fotocopiadoras está certificado con los sellos FSC (Forest Stewardship Council) y ECF (Elementary Chlorine Free). En el primer caso, nos aseguramos de que los bosques de los cuales se aprovechan los recursos se gestionan de manera responsable. En el segundo, procuramos que el papel esté fabricado con fibra virgen para el cual no se utiliza cloro gas (Cl2) en el proceso de blanqueo.

Finalmente, contamos con 39 certificados de aptitud ambiental y seguimos realizando las gestiones necesarias para la obtención de estos certificados.

## Materiales utilizados y valorizados

	2014	2013	2012
Papel A4 (en kg) <sup>(1)</sup>	372.089,20	334.148,91	378.610,40
Papel oficio (en kg) <sup>(1)</sup>	9.066,20	13.885,30	12.112,10
Papel utilizado en folletería, formularios, sobres, carpetas, etc. (en kg)	457.067,58	583.808,57	658.233,59
Reciclado de papel (en kg) <sup>(2)</sup>	-	7.210,00	181.180,00
Tonners reciclados <sup>(2)</sup>	2.944,40	2.651,18	2.953,98

(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 tonners consumidos.

## Formación y capacitación en temas medioambientales

Durante 2014, realizamos talleres de capacitación por piso, en 4 edificios donde la temática fue medio ambiente, separación y reciclado de residuos y seguridad e higiene en el trabajo. Participaron aproximadamente 1.700 empleados.

Seguimos aprovechando nuestra intranet como una de las principales herramientas de comunicación y sensibilización en cuestiones ligadas con el medioambiente, para mantener a nuestros empleados informados y actualizados. Durante 2014, concretamente, efectuamos campañas on-line sobre separación y reciclado de residuos.

Además, nos sumamos a la iniciativa global La Hora del Planeta, un evento impulsado por el World Wide Fund for Nature (WWF) que se celebra el último sábado de marzo de cada año y consiste en un apagón eléctrico voluntario, en el que se pide a hogares y empresas que apaguen las luces y otros artefactos eléctricos durante una hora. Con esta acción simbólica, se pretende concientizar a la sociedad sobre la necesidad imperiosa de adoptar medidas que contribuyan a reducir los efectos negativos del ya instalado, cambio climático. El Banco adhirió en forma global a la iniciativa. En la Argentina durante el evento, desconectamos todos los equipos eléctricos y luminarias que no son esenciales para el funcionamiento del banco, en los 6 edificios centrales.



# Criterios y estándares de la información

## Alcance y cobertura de la memoria

El IARC 2014 es nuestro octavo Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC). En el mismo, presentamos a nuestros grupos de interés claves -empleados, clientes, accionistas, proveedores, la comunidad y el medioambiente-, nuestras acciones en materia económica, social y ambiental realizadas en el año. Mostramos también, a fines comparativos, la evolución de nuestra gestión de Responsabilidad Corporativa a través de indicadores cuantitativos de períodos anteriores.

## Proceso de selección de contenidos y elaboración del Informe

Dentro de nuestra gestión en Responsabilidad Corporativa (RC), en 2014 continuamos realizando nuestro análisis de materialidad siguiendo el Protocolo Técnico elaborado por la Iniciativa de Reporte Global (GRI) en el marco la Guía G3 y el principio de AccountAbility. Este proceso nos ayuda a identificar, priorizar y revisar los temas relevantes de interés para nuestros públicos y para el Banco, que forman parte de nuestra gestión de RC.

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

## Referencias básicas y estándares internacionales

El IARC 2014 fue elaborado siguiendo los lineamientos y principios de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative- GRI) con el Suplemento Sectorial para la Industria Financiera (Versión final, noviembre de 2008), adaptando los indicadores al contexto local, al negocio de BBVA Francés, y a los perfiles particulares de los grupos de interés. En este Informe se comunica solamente datos de BBVA Francés y sucursales; y de la Fundación BBVA Francés se informa su inversión social. En cuanto a los protocolos GRI, en el caso de los indicadores de Recursos Humanos, Comunidad y Medioambiente, estos fueron tomados de adaptaciones de los originales al negocio del Banco realizadas por el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario.

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

Hemos alcanzado en este Informe un Nivel de Aplicación B+, y fue presentado ante el Pacto Mundial de Naciones Unidas como la Comunicación sobre el Progreso 2014.

## Pacto Mundial de Naciones Unidas

Estamos adheridos desde 2004 a la Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas, y desde entonces presentamos anualmente la Comunicación sobre el Progreso (COP). Esta publicación corresponde a la COP 2014, donde damos a conocer el cumplimiento a los diez principios basados en los derechos humanos, laborales y medioambientales y de lucha contra la corrupción a través de las acciones realizadas durante este período.

La COP 2014 está disponible en la web [www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org).

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

## Los Objetivos del Milenio

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

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

## Rigor y verificación

El IARC 2014 fue revisado y validado por el Comité Disclosure y fue auditado externamente por Deloitte Argentina. Con el fin de profundizar y profesionalizar aún más la práctica de rendición de cuentas, las recomendaciones y oportunidades de mejora identificadas fueron tenidas en cuenta en el proceso de elaboración de esta publicación y consideradas como desafíos para los próximos informes.

## Progresos 2014 y Objetivos 2015

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2014	%*	CUMPLIMIENTO EN 2014	DESAFÍO 2015
<b>Plan de Acción Social</b>	Diseño y ejecución del Plan de Acción Social	Cumplir con los programas diseñados para el año 2014.	100%	Desarrollamos el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés, en su 8va Edición. El Programa Artistas por la Educación, Jornadas y Publicaciones, con la publicación del libro Ciclo de Mesas Redondas BBVA Francés, sobre Calidad Educativa e Inclusión Social". Asimismo, Actores del Encuentro Social (facilitando el diálogo sobre educación y realidad). Por cuarto años consecutivos patrocinamos al Instituto Superior de Arte del Teatro Colón. Realizamos la 25va edición del Premio al Emprendedor Agropecuario.	Cumplir con los programas diseñados para el 2015.
<b>Desarrollo de la RRC</b>	Matriz Local de RRC	Optimizar y profundizar la aplicación de la herramienta RepTrak.	100%	Periódicamente se presentaron los resultados de la medición externa e interna. Se llevaron adelante reuniones con el fin analizar y profundizar en los datos obtenidos por las mediciones.	Continuar optimizando y profundizando la aplicación de la herramienta de medición externa e interna (RepTrak).
	Grupos de Trabajo	Continuar con las reuniones periódicas con los grupos de trabajo.	100%	Se realizaron reuniones periódicas con los grupos de trabajo. Asimismo se realizaron reuniones de trabajo 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 2014 y continuar mejorando en el proceso.	100%	Se designaron los referentes de las diferentes áreas que aportan información para la confección del IARC 2014.	Realizar el proceso de elaboración y publicación del IARC 2015 y continuar mejorando en el proceso. Aplicación de G4.
	Formación en RRC para empleados	Continuar y profundizar a través de talleres, reuniones especiales, comunicación interna, los viajes realizados a las diferentes provincias y a las sucursales.	100%	Se continuó trabajando y difundiendo el Programa de Educación Financiera Becas de Integración y todas las acciones de RRC que realiza el Banco. En cada uno de los viajes realizados a las provincias se han generado reuniones haciendo partícipes a los empleados e importantes empresarios y clientes del Banco, logrando así un mayor conocimiento sobre las actividades de RRC que realizamos.	Continuar y profundizar la RRC a través de reuniones especiales, jornadas de trabajo, comunicaciones interna, viajes realizados a las diferentes provincias y a las sucursales.
<b>Compromiso con Principios de RRC</b>	Comunicación para el Progreso de Pacto Global en Argentina	Cumplir con el plan de trabajo relacionado al Pacto Global.	100%	Se atendió al programa de trabajo del Pacto Global. Participación en las reuniones organizadas por el Pacto Global.	Cumplir con el plan de trabajo relacionado al Pacto Global.
	Foro Ecuménico Social	Se continuará patrocinando a diversas entidades en las variadas actividades que lleven adelante.	100%	Se continuó patrocinando a diversas entidades. Se patrocinó por 4° año consecutivo al Instituto Superior de Arte perteneciente al Teatro Colón.	Continuar patrocinando a diversas entidades en las variadas actividades que lleven adelante.
<b>Voluntariado Corporativo</b>	Voluntariado Corporativo	Profundizar las acciones vigentes enfatizando en la educación, llegando a más localidades del interior del país y fortaleciendo el taller para colegios secundarios. Continuar fomentando la participación de los empleados con el objetivo de que ellos mismos sean los protagonistas de este programa de voluntariado.	100%	En 2014 cumplimos los objetivos propuestos con las diferentes acciones del programa de Voluntariado. El taller de educación financiera en escuelas "Adelante con tus sueños" llegó a miles de alumnos de la ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, Salta y Tucumán, sumando desde el 2012 a más de 35.000 niños y jóvenes. Además, se entregaron los premios a las instituciones ganadoras del concurso de proyectos solidarios 2013, y se lanzó una nueva edición, que concluyó a fines de este año, donde ya se presentaron 28 candidatos para ayudar a organizaciones de diferentes regiones de nuestro país.	Continuar trabajando con los programas mencionados, incrementando la cantidad de voluntarios y de beneficiarios de nuestras acciones. Lanzar una nueva iniciativa: programa de educación en banca digital para adultos; lograr que el 4% de la plantilla realice voluntariado en 2015 y generar la implicación de los empleados.



## Progresos 2014 y Objetivos 2015

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2014	%*	CUMPLIMIENTO EN 2014	DESAFÍO 2015
<b>Fortalecimiento de reputación en la gestión comercial</b>	Calidad de atención	Continuar profundizando el plan de derivación a canales de autogestión e incorporando tecnología y nuevas funcionalidades a los mismos.	100%	La Banca electrónica siguió consolidándose como la herramienta fundamental de la Banca Minorista. Los medios automáticos, con los ATM y la expansión de los modernos ATS, que permiten depositar billetes y cheques, sin sobre, disponibles de 7 a 22 hs., conjuntamente con Francés net y la nueva Banca móvil, fueron la pieza más importante del Plan de Migración de transacciones, con la colaboración de los Gestores Express en sucursales	Se profundizará el plan de derivación a canales de autogestión, incorporando tecnología y nuevas funcionalidades a los mismos, a los efectos de ofrecer a los clientes las mejores opciones de atención.
	Reducción de riesgos, en la gestión comercial	Continuar con la concientización sobre riesgos a nivel general y profundizar en la temática.	100%	Reuniones de trabajo. Se trabajó en la primera fase para la confección de un Mapa de Riesgo Reputacional. Concientización a través de comunicaciones en la intranet sobre esta temática.	Instrumentación del Mapa de Riesgo Reputacional como herramienta de trabajo.
	Mejora en el ambiente de trabajo	Continuar mejorando el ambiente de trabajo junto a nuestros empleados y diseñar acciones a partir de la próxima medición.	100%	En 2014 realizamos nuevamente la medición de clima laboral, subiendo 12 puntos respecto de 2012 y 18 respecto de 2010. Con una participación del 91% de la plantilla, se logró mejorar la puntuación de todas las preguntas de la encuesta. De esta manera, BBVA Francés logró ingresar al top ten del ranking Great Place to Work 2014 como una de las mejores empresas para trabajar de la Argentina (en la categoría de más de 1.000 empleados).	Mantener los logros alcanzados en materia de clima laboral y continuar trabajando para mejorar aún más en las próximas mediciones.
	Beneficios para clientes de Banca de Empresas	Continuar mejorando el vínculo con el cliente y el no cliente.	100%	Mejoras en torno a conceptos como la multicanalidad y la productividad.	Continuar reforzando la estrategia de sinergia entre Banca Minorista y Banca Empresas Continuar desarrollando este Programa en 2015.
<b>Acceso al sistema de sectores menos favorecidos</b>	Bancarización de sectores menos favorecidos	Continuar con el Programa Becas de Integración BBVA Francés en 2014, y su difusión masiva	100%	Se llevó adelante el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés - 8va Edición, que beneficia en forma directa a 1.365 alumnos, en 12 provincias y C.A.B.A., en 28 centros educativos, en 27 localidades del país, a través de alianzas con 22 ONG en vinculación con 148 colegios. Se han sumado 27 becas por donaciones.	Continuar con el Programa Becas de Integración BBVA Francés en el 2015, y su difusión masiva. Generar nuevas becas por donaciones.
<b>Facilitar la accesibilidad a colectivos desfavorecidos o necesidades especiales</b>	BBVA Francés y personas con capacidades diferentes	-	100%	Creación del Comité de Discapacidad, con el objetivo de darle impulso a los temas relacionados con la inclusión de personas con capacidades diferentes a nivel empleados, clientes y en nuestra relación con la sociedad. Se han instalado 55 ATM 's para no videntes y se han desarrollado formularios en sistema braille para apertura de cuentas bancarias.	Continuar con los proyectos de inclusión de los colectivos desfavorecidos y los programas de sensibilización a directivos y empleados. Empleabilidad para personas con capacidades diferentes.
<b>Desarrollo de la equidad de género</b>	Promover la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres	Llevar adelante un Programa Piloto con la opción de flexibilidad horaria elegida para la red de sucursales dado que no aplica a la red la opción de teletrabajo.	100%	No se ha podido implementar la flexibilidad horaria para la red de sucursales. Se ha ampliado la licencia por paternidad a diez días. Incorporación de conceptos claves sobre diversidad de género en los Programas de Liderazgo dirigido a directivos y pre-directivo.	Continuar trabajando con los programas mencionados

## Progresos 2014 y Objetivos 2015

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2014	%*	CUMPLIMIENTO EN 2014	DESAFÍO 2015
<b>Posicionamiento de BBVA Francés</b>	Observar y analizar donde la óptica de los valores corporativos y condicionamientos del entorno los mensajes emitidos por BBVA Francés	Continuar con la actualización de la página web, dando una mayor difusión a todas las acciones realizadas y novedades.	100%	Se continuó informando en la página web <a href="http://www.argentina.bancaresponsable.com">www.argentina.bancaresponsable.com</a> , todas las acciones a favor de la sociedad que se realizaron durante el 2014.	Continuar con la actualización de la página web, dando una mayor difusión a todas las acciones que se realizaran durante el 2015 y de las novedades que surjan.
<b>Política de financiamiento de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo</b>	Política de financiación de armamento, prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo	Capacitar al personal que ingrese al Banco en Prevención de Lavado de dinero.	100%	Realizamos charlas de inducción al personal que ingresa al Banco transmitiendo las políticas de prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo.	Capacitar al personal que ingrese al banco en Prevención de Lavado de Dinero y Financiación del Terrorismo
		Continuar con la capacitación de los distintos colectivos.	100%	Trabajamos con los Comités zonales dirigidos a Gerentes Territoriales, Gerentes Comerciales y Gerentes de sucursales. Además se han realizado talleres dirigidos a oficiales de cuenta.	Seguir participando en Comités zonales y en los talleres dirigidos a distintos colectivos.
		Continuar con los planes de redocumentación.	100%	Este año se continuó con la redocumentación de clientes de acuerdo a la normativa vigente.	Continuar con los planes de redocumentación de nuestros clientes y de acuerdo a las normativas vigentes.
		Continuar las acciones de formación, concientización y sensibilización relativas a temas de Integridad, Protección de Datos Personales y Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.	100%	Se llevó adelante una campaña de difusión "Negocio Responsable" que abarcó la comunicación en la revista Protagonistas, notas en intranet y vía e-mail a todos los empleados.	Continuar con una campaña de difusión y comunicación a consensuar con Comunicaciones Internas así como con las giras en los comités regionales, la matriculación en los cursos e-learning, y charlas de inducción para los nuevos ingresantes.
		Continuar con el plan de capacitación de Protección de Datos Personales.	50%	En 2014 trabajamos en la matriculación al curso de e-learning y difusión mediante la revista Protagonistas.	Generar un mayor compromiso en la red mediante el relevamiento de casos que no han realizado los cursos, con el apoyo de los Directores Territoriales para su cumplimiento.
<b>Política de Defensa</b>	Principios, Criterios y Normas de actuación para solicitudes de Financiaciones relacionadas con el Sector de Defensa	Continuar actualizando esta política en la medida que se agreguen nuevos países de alto riesgo, países con embargo de armas, nuevos materiales y servicios de doble uso, empresas relacionadas con armas que se consideren controvertidas que deban ser tenidas en cuenta	100%	Actualizamos la norma conforme al nuevo modelo.	Actualizar esta política en la medida que se agreguen nuevos países de alto riesgo, países con embargo de armas, nuevos materiales y servicios de doble uso, empresas relacionadas con armas que se consideren controvertidas que deban ser tenidas en cuenta
		Brindar capacitación al personal de Riesgos que tiene que presentar las solicitudes al Comité de Gestión de Riesgos (CGR), conforme a la nueva norma corporativa.	0%	Por el momento y por cuestiones de presupuesto, no se ha avanzado en el proyecto. Reprogramamos la actividad para 2015.	Brindar capacitación al personal de Riesgos.

## Progresos 2014 y Objetivos 2015

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2014	%*	CUMPLIMIENTO EN 2014	DESAFÍO 2015
<b>Consideración de factores ambientales y sociales en el análisis del riesgo crediticio</b>	Factores ambientales y sociales en el análisis del riesgo crediticio	Implementar el <i>check list</i> de evaluación de los clientes según su nivel de riesgo	0%	Contamos con el <i>check list</i> pero debido a cambios de estructura no se ha podido avanzar.	Implementar el <i>check list</i> de evaluación de los clientes según su nivel de riesgo
<b>Compras y gestión ambiental</b>	Ampliación de los criterios RC en las compras	Retomar las iniciativas para inducir a todos nuestros proveedores a que implementen un sistema de gestión ambiental, certificable o no, que dé como resultado el cumplimiento de toda la legislación ambiental vigente. Selección de proveedores que demuestren ser ambientalmente responsables.	60%	Hasta el momento y por cuestiones económicas las empresas de servicios no han implementado un sistema de gestión bajo la norma ISO 14001. Sí, dos de ellas han certificado la norma ISO 9001 de calidad. Ellas son Emilio Romano de limpieza de aéreas centrales e Inelco de mantenimiento de aéreas centrales.	Combinar acciones con el departamento de compras, para inducir las empresas de servicio a la implementación del sistema de gestión ambiental sin certificar el mismo, por el plazo de 2 años. No es un tema sencillo pero lo vamos a intentar.
	Sistema de Gestión Ambiental	Organizar cursos o talleres de medio ambiente. Asimismo, queremos empezar a seleccionar proveedores ambientalmente responsables.	100%	Durante el 2014 hemos realizado talleres de capacitación por piso, en los edificios de R.40, R199, V.538/40 y A.1719. Donde la temática fue medio ambiente, separación y reciclado de residuos y seguridad e higiene en el trabajo. Contamos con las constancias firmadas por los empleados asistentes.	Organizar talleres reciclado y separación de residuos en los edificios centrales, en forma conjunta con los recuperadores urbanos del Gobierno de la Ciudad.
		Inscribir como generadoras de residuos peligrosos a las 30 sucursales restantes de nuestra red.	80%	Por problemas técnicos administrativos de nuestras sucursales no hemos realizado las gestiones necesarias. Si estamos cumpliendo con la obligación legal de recolección y tratamiento de los residuos peligrosos de todas las sucursales de la Ciudad de Buenos Aires.	Efectuar reuniones con la gente de la SAyDS y CABA, para definir el tema de inscripciones.

\* Porcentaje de cumplimiento en 2014

# Indicadores GRI

INDICADORES GRI		PÁGINAS
<b>1. VISIÓN Y ESTRATEGIA</b>		
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	2
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	SIT, 7-10, 17-19, 76-79
<b>2. PERFIL</b>		
2.1	Nombre de la organización.	4-5
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	SIT, 28-31, 34-40
2.3	Estructura operativa de la organización.	4-5, 14-16
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.	4-5
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	4-5
2.7	Mercados servidos.	4-5, 28-30
2.8	Dimensiones de la organización informante.	SIT, 4, 39-40, (2)
2.9	Cambios significativos durante el período cubierto por el Informe en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	(3)
2.10	Premios y distinciones recibidos.	5
<b>3. PARÁMETROS DEL INFORME</b>		
<b>Perfil del Informe</b>		
3.1	Período cubierto por la información contenida en el Informe.	73
3.2	Fecha del Informe anterior más reciente.	(4)
3.3	Ciclo de presentación de informes.	(4)
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al Informe o su contenido.	RC
<b>Alcance y cobertura del Informe</b>		
3.5	Proceso de definición del contenido del Informe.	73
3.6	Cobertura del Informe.	73
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Informe.	73
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	(5)
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	73-75
3.10	Efecto de la reexpresión de información de informes anteriores.	(5)
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Informe.	(6)
<b>Índice del contenido GRI</b>		
3.12	Tabla de contenidos GRI.	80-85
<b>Verificación</b>		
3.13	Política y práctica sobre verificación externa.	86-87
<b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		
<b>Gobierno</b>		
4.1	Estructura de gobierno la organización.	14-16 (2)

# Indicadores GRI

INDICADORES GRI		PÁGINAS
<b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS (continuación)</b>		
<b>Gobierno</b>		
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	(7)
4.3	Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	(7)
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	39-40, 53-54, (2)
4.5	Vínculo entre la retribución del máximo órgano de gobierno, y el desempeño de la organización, incluido el desempeño social y ambiental.	14-16, (2), (8)
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	14-17, 19-20, (2)
4.7	Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano en temas de sostenibilidad.	9-10
4.8	Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.	6-7, 19-20, (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.	14-17, 19-20
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	14-16
<b>Compromisos con iniciativas externas</b>		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	17-19, 69
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	19, 30, 63-65, 73-75
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya	19, 29-30, 63-65, 69, 73-75
<b>Participación de los grupos de interés</b>		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	9-12
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	9-12
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	11-12, 21-27, 32-40, 44-48, 50-54, 59-60
4.17	Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.	21-27, 32-38, 47-48, 50, 52-54, 59-60
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		9-10, 29-30, 39-40 (2)
<b>Desempeño económico</b>		
EC1 (P)	Valor económico directo generado y distribuido	SIT, 4, 68
EC2 (P)	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	69-72
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	(10)
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N/D
<b>Presencia en el mercado</b>		
EC5 (A)	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	41
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	N/D
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	14-16, (11)
<b>Impactos económicos indirectos</b>		
EC8 (P)	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público.	N/D
EC9 (A)	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	SIT, 21-29, 61

## Indicadores GRI

INDICADORES GRI		PÁGINAS
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		42-48
<b>Empleo</b>		
LA1 (P)	Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región.	41
LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	41-42
LA3 (A)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal.	51-52
<b>Relaciones empresa/trabajadores</b>		
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	44
LA5 (P)	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	(12)
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>		
LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.	(13)
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	55-57
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos en relación con enfermedades graves.	55-57
LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	(14)
<b>Formación y educación</b>		
LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	48-50
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	48-50
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	47-48, (15)
<b>Diversidad e igualdad de oportunidad</b>		
LA13 (P)	Órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad y pertenencia a minorías.	14-16, 41
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	(16)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		19-20, 28-29, 41-47, 59
<b>Prácticas de inversión y abastecimiento</b>		
HR1 (P)	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.	N/D
HR2 (P)	Porcentaje de los distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	59-60
HR3 (A)	Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos.	19-20, 48-50
<b>No discriminación</b>		
HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	(17)
<b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>		
HR5 (P)	Actividades en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas.	44, (18)
<b>Explotación infantil</b>		
HR6 (P)	Actividades que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas.	73-75, (19)
<b>Trabajos forzados</b>		
HR7 (P)	Operaciones con riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas.	73-75, (17), (18)

# Indicadores GRI

INDICADORES GRI		PÁGINAS
<b>Prácticas de seguridad</b>		
<b>HR8 (A)</b>	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.	N/D
<b>Derechos de los indígenas</b>		
<b>HR9 (A)</b>	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	(17)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		61
<b>Comunidad</b>		
<b>SO1 (P)</b>	Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	21-27, 61-63, 65-68
<b>Corrupción</b>		
<b>SO2 (P)</b>	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	14-20
<b>SO3 (P)</b>	Porcentaje de empleados formados en anti-corrupción.	16-20
<b>SO4 (P)</b>	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	(17)
<b>Política pública</b>		
<b>SO5 (P)</b>	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	N/D
<b>SO6 (A)</b>	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	N/D
<b>Comportamiento de competencia desleal</b>		
<b>SO7 (A)</b>	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	(17)
<b>Comportamiento normativo</b>		
<b>SO8 (P)</b>	Valor monetario de sanciones, multas y sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes y regulaciones.	(17)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		16-20, 28-30, 32-34
<i>Salud y seguridad del cliente</i>		
<b>PR1 (P)</b>	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	38-39
<b>PR2 (A)</b>	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.	N/D
<i>Etiquetado de productos y servicios</i>		
<b>PR3 (P)</b>	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa.	39
<b>PR4 (A)</b>	Nº total de incumplimientos de la regulación relativa a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	N/D
<b>PR5 (A)</b>	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.	32-39
<i>Comunicaciones de marketing</i>		
<b>PR6 (P)</b>	Programas de cumplimiento de las leyes y códigos voluntarios en comunicaciones de marketing.	(19)
<b>PR7 (A)</b>	Nº total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	(17)
<i>Privacidad del cliente</i>		
<b>PR8 (A)</b>	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>		
<b>PR9 (P)</b>	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 GRI

INDICADORES GRI		PÁGINAS
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</b>		
<i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>		69-70
<b>Materiales</b>		
<b>EN1 (P)</b>	Materiales utilizados, por peso o volumen.	71-72
<b>EN2 (P)</b>	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	71-72
<b>Energía</b>		
<b>EN3 (P)</b>	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	71, (27)
<b>EN4 (P)</b>	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	70
<b>EN5 (A)</b>	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	N/D
<b>EN6 (A)</b>	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía, y las reducciones logradas.	N/D
<b>EN7 (A)</b>	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.	70-71
<b>Agua</b>		
<b>EN8 (P)</b>	Captación total de agua por fuentes.	70
<b>EN9 (A)</b>	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	N/D
<b>EN10 (A)</b>	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	N/A
<b>Biodiversidad</b>		
<b>EN11 (P)</b>	Terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	(20)
<b>EN12 (P)</b>	Impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	(20)
<b>EN13 (A)</b>	Hábitats protegidos o restaurados.	(20)
<b>EN14 (A)</b>	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	(20)
<b>EN15 (A)</b>	Nº de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	(20)
<b>Emisión, vertidos y residuos</b>		
<b>EN16 (P)</b>	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	71
<b>EN17 (P)</b>	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	71
<b>EN18 (A)</b>	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	71
<b>EN19 (P)</b>	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	(21)
<b>EN20 (P)</b>	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	(22)
<b>EN21 (P)</b>	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	(23)
<b>EN22 (P)</b>	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	71-72, (24)
<b>EN23 (P)</b>	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	(25)
<b>EN24 (A)</b>	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	N/D
<b>EN25 (A)</b>	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	N/D
<b>Productos y servicios</b>		
<b>EN26 (P)</b>	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción.	N/D
<b>EN27 (P)</b>	Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje recuperados al final de su vida útil.	(26)
<b>Cumplimiento normativo</b>		
<b>EN28 (P)</b>	Coste de multas significativas y nº de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	(17)
<b>Transporte</b>		
<b>EN29 (A)</b>	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	71
<b>General</b>		
<b>EN30 (A)</b>	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	69



## Indicadores GRI

INDICADORES GRI		PÁGINAS
SUPLEMENTO SECTORIAL		
FS1	Políticas con componentes ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas.	6-9, 16-19, 28-29
FS2	<i>Procesos para evaluar y controlar los riesgos ambientales y sociales en las líneas de negocio básicas.</i>	16-19, 69
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.	19
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.	16-17, 19-20
FS5	Interacciones con clientes / sociedades participadas / socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades sociales y ambientales.	N/D
FS6	<i>Porcentaje del total de unidades de negocio por región específica, tamaño y sector.</i>	N/D
FS7	Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios sociales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.	SIT 21-27
FS8	Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios ambientales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.	19
FS9	Alcance y frecuencia de las auditorías que evalúan políticas y procedimientos de gestión de riesgos ambientales y sociales.	17-19, 69-70
FS10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la empresa con las cuales se hayan interactuado en temas ambientales y sociales.	19, 28-29
FS11	Porcentaje de activos sujetos a un control ambiental y social positivo y negativo.	N/D
FS12	Políticas de voto en materias medioambientales y sociales aplicables a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	N/D
FS13	Puntos de acceso en áreas poco pobladas o económicamente desfavorecidas por tipo.	N/D
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros.	6-9, 21-30, 35-38
FS15	<i>Políticas para el diseño justo y venta de productos y servicios financieros.</i>	7-9
FS16	Iniciativas para realzar la educación financiera por tipo de beneficiario.	21-27

## Notas Indicadores GRI

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

- (1) Nuestra casa matriz se encuentra en Buenos Aires, Argentina.
- (2) Información en el Informe Anual 2014 de BBVA Francés.
- (3) No hubo cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.
- (4) BBVA Francés publica el IARC anualmente, siendo el reporte anterior más reciente el IARC 2013.
- (5) En caso de que algún indicador haya sufrido modificaciones en su cálculo o en la composición del mismo se indica en el Informe respectivamente.
- (6) No se registraron cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, cobertura y métodos de valoración aplicados en el IARC 2014.
- (7) El presidente del Directorio no tiene funciones ejecutivas. Todos los miembros titulares del Directorio de BBVA Francés son independientes y no tienen funciones ejecutivas.
- (8) La retribución de los miembros del Directorio se rige por lo dispuesto en el Estatuto Social y en la normativa aplicable (art 261 Ley de Sociedades Comerciales) y Normas de la CNV. El Comité de Auditoría debe opinar sobre la razonabilidad de las propuestas acerca de honorarios y de planes de opciones sobre acciones de los directores y administradores de la Sociedad y elevar dicho informe al Directorio.
- (9) El Banco cuenta además con un Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores (RIC) que regula operaciones de BBVA S.A. y BBVA Banco Francés S.A. en este ámbito.
- (10) BBVA Francés no emplea planes de pensión/ jubilación por sobre los exigidos por la ley.
- (11) 71,43% de los miembros del Directorio son argentinos.
- (12) BBVA Francés solo notifica los vencimientos de Contratos a Plazo Fijo.
- (13) BBVA Francés no cuenta con un Comité de Salud y Seguridad.
- (14) No existen acuerdo formal con sindicatos sobre asuntos de salud y seguridad.
- (15) Al cierre del IARC, los datos sobre la evaluación de actuación del periodo correspondiente aún no se han procesado. Es por eso que en este Informe se presentan los resultados de la evaluación de actuación 2013.
- (16) La política de remuneración de BBVA Francés no hace diferencia entre hombres y mujeres.
- (17) Ninguno. No se registran casos con sentencia firme y consentida.
- (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, Código de Prácticas Bancarias y Normas SEC. La reglamentación de la nueva ley de mercado de capitales, dictada por la CNV, impone nuevas medidas para operar en el mercado y el Banco se encuentra adaptando sus estructuras a la nueva reglamentación.
- (20) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información anual de Responsabilidad Corporativa 2013 disponible en <http://bancaresponsable.com>. El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
- (21) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información anual de Responsabilidad Corporativa 2013 disponible en <http://bancaresponsable.com>. Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, las instalaciones de los edificios del Grupo BBVA no contienen cantidades significativas de CFCs.
- (22) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información anual de Responsabilidad Corporativa 2013 disponible en <http://bancaresponsable.com>. Dada la actividad del Grupo BBVA las emisiones de SOx y NOx no son relevantes, pues derivan únicamente de los viajes de los empleados.
- (23) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información anual de Responsabilidad Corporativa 2013 disponible en <http://bancaresponsable.com>. El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que los vertidos se hacen a través de redes urbanas de saneamientos.
- (24) La información publicada corresponde únicamente a la gestión de residuos de papel y baterías.
- (25) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información anual de Responsabilidad Corporativa 2013 disponible en <http://bancaresponsable.com>. La actividad de BBVA no tiene riesgos de derrames significativos.
- (26) Indicador no material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia en la información anual de Responsabilidad Corporativa 2013 disponible en <http://bancaresponsable.com>. Los productos comercializados por el Grupo BBVA no tienen un impacto significativo en este sentido.
- (27) Parcialmente informado.

## Informe de aseguramiento limitado de contadores públicos independientes (sobre Informe Anual de Responsabilidad Corporativa)

Señores de

**BBVA Banco Francés S.A.**

Reconquista 199

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

CUIT: 30-50000319-3

### 1. Identificación de la información objeto del encargo

Hemos sido contratados por BBVA Banco Francés S.A. para emitir un informe de aseguramiento limitado sobre la información contenida en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (en adelante "IARC") adjunto correspondiente al período 1º de enero 2014 al 31 de diciembre de 2014, y a la auto declaración realizada por BBVA Banco Francés acerca de que se ha cumplido con los contenidos básicos recomendados por la Guía para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad del Global Reporting Initiative, versión G3 (en adelante "GRI G3").

### 2. Responsabilidad de BBVA Banco Francés en relación con la información objeto del encargo

BBVA Banco Francés S.A. es responsable de:

- El contenido del IARC adjunto, lo que implica determinar cuáles son los indicadores de desempeño a ser incluidos, y de relevancia para los grupos de interés a los cuales está dirigido;
- La definición de los criterios aplicables en la elaboración de dicho Informe Anual de Responsabilidad Corporativa. Los criterios adoptados por la Entidad son los definidos en los GRI G3.
- El mantenimiento de registros apropiados para soportar el proceso de gestión de la información relevante a los efectos aquí enunciados y de la ejecución de la medición del desempeño basada en los criterios establecidos;
- El diseño, implementación y ejecución de controles internos adecuados para la preparación de la información objeto de análisis;
- La preparación y presentación del IARC adjunto.

### 3. Responsabilidad de los contadores públicos

Nuestra responsabilidad consiste en llevar a cabo nuestro encargo de emitir un informe de aseguramiento limitado e independiente, de conformidad con las normas establecidas en la sección V.A de la Resolución Técnica N°37 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas. Dichas normas exigen que cumplamos los requerimientos de ética, así como que planifiquemos y ejecutemos el encargo con el fin de emitir un informe de seguridad limitada e independiente sobre el balance social con el alcance detallado en el presente informe.

En un encargo de aseguramiento limitado se obtiene evidencia, en función de pruebas sobre bases selectivas, de la evidencia relacionada con la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro informe. También se incluye una evaluación de las estimaciones, e indagaciones a las personas responsables de la preparación de la información presentada, y otros procedimientos similares, que tienen un alcance menor en comparación con una auditoría y, por consiguiente, no permite obtener seguridad de que hemos tomado conocimiento de todos los temas significativos que podrían identificarse en un trabajo de auditoría o de seguridad razonable.

Para obtener aseguramiento limitado sobre la información incluida en el balance social adjunto, nuestra tarea consistió en:

- entrevistar a la dirección y al personal de la entidad responsable de la recopilación de la información y de la elaboración de los indicadores de desempeño, adjuntos en Anexo 1, con el propósito de obtener una comprensión de las políticas de la Entidad en materia de sostenibilidad, las actividades implementadas y los sistemas de recopilación de información utilizados y de evaluar la aplicación de GRI G3;
- realizar pruebas, sobre bases selectivas, para verificar la exactitud de la información presentada en lo que se refiere a los indicadores mencionados en el Anexo 1;
- analizar, en su caso, los sistemas de información y metodología utilizada para la compilación de los datos cuantitativos correspondientes a los indicadores de desempeño de la entidad;
- inspeccionar, sobre bases selectivas, la documentación existente para corroborar las manifestaciones de la Gerencia en nuestras entrevistas y a determinar si se ajustan a la realidad de BBVA Banco Francés, y su auto declaración de nivel B+, sobre la base de los criterios establecidos en la Guía GRI G3.

Consideramos que la evidencia y los elementos de juicio que hemos obtenido proporcionan una base suficiente y adecuada para nuestra conclusión de seguridad limitada. La información no financiera está sujeta a limitaciones propias, dada su naturaleza y los métodos utilizados para calcular, hacer muestreos o estimar valores, los cuales están sujetos a suposiciones y criterios individuales. No hemos realizado ningún trabajo fuera del alcance acordado y por consiguiente, nuestra conclusión se limita solamente a la información de sustentabilidad revisada.

### 4. Conclusión

Sobre la base del trabajo descrito en el presente informe, nada llamó nuestra atención que nos hiciera pensar que el IARC correspondiente al período 1º de enero al 2014 al 31 de diciembre de 2014 y la Auto Declaración de BBVA Banco Francés no han sido preparados, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los lineamientos previstos para el nivel B+ establecido por la Guía GRI G3; ni que la información e indicadores de desempeño incluidos en dichos documentos contengan elementos incorrectos significativos con los registros y archivos que sirvieron de base para su preparación.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2 de marzo de 2015

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

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

## ANEXO 1 - Indicadores sujetos a revisión

Indicador GRI	Descripción
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.
EN8	Captación total de agua por fuentes.
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efectos invernadero, en peso.
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.
LA1	Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región.
LA2	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad y pertenencia a minorías.
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos en anticorrupción.
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluados en la salud y seguridad de los clientes.
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.
FS7	Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios sociales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.

Este Anexo es parte integrante de nuestro Informe de fecha 2 de marzo de 2015.



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

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

Deloitte se refiere a una o más de las firmas miembros de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una compañía privada del Reino Unido limitada por garantía, y su red de firmas miembros, cada una como una entidad única e independiente y legalmente separada. Una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembros puede verse en el sitio web [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).

Para cualquier tipo de opinión, duda o sugerencia sobre la información de este Informe, se ruega contactarse a:  
Dirección de Relaciones Institucionales BBVA Francés

[www.bbvafrances.com.ar](http://www.bbvafrances.com.ar)

[www.argentina.bancaresponsable.com](http://www.argentina.bancaresponsable.com)

Facilitadores externos en el Proceso de elaboración del IARC 2014: **Reporte Social** - [www.reportesocial.com](http://www.reportesocial.com)

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

Fotografía: **Luz Fiumara** | **Livio Giordano**

Impresión: **FP Compañía Impresora**

**BBVA** Francés

**adelante.**