



**BBVA** Francés

# IARC 2015

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 de nuestro negocio financiero en la sociedad.

Estamos comprometidos con la integración de la responsabilidad social corporativa y con la maximización de su contribución a los diferentes grupos de interés: empleados, clientes, accionistas, proveedores y la sociedad en general.

# Balance Social

DATOS BÁSICOS DE BBVA BANCO FRANCÉS S.A.	2015	2014	2013
<b>Resultados<sup>(1)</sup></b>			
Resultado neto	3.784,5	3.204,5	2.024,2
Total acciones ordinarias en circulación para el ejercicio	536,9	536,9	536,9
Total ADS para el ejercicio	179,0	179,0	179,0
<b>Balance<sup>(1)</sup></b>			
Total activos	109.365,9	73.284,3	57.005,1
Préstamos netos	54.994,6	40.411,2	34.981,1
Sector público	66,8	54,5	40,9
Sector privado	54.927,8	40.356,7	34.940,1
Total de depósitos	76.792,4	51.435,7	43.774,8
Patrimonio neto	13.716,4	10.331,9	7.156,2
<b>Actividad</b>			
Número de accionistas	8.698	7.034	6.281
Número de clientes <sup>(2)</sup>	2.090.818	1.918.094	1.909.327
Numero de sucursales <sup>(3)</sup>	251	251	245
Número de proveedores <sup>(4)</sup>	2.020	1.077	685
<b>Otros Datos</b>			
Depósitos (cuota)	5,5%	5,0%	5,6%
Préstamos	6,0%	6,0%	6,0%
Depósitos del sector privado	7,0%	7,0%	7,5%
Préstamos al sector privado	6,5%	6,5%	6,5%
Resultado por acción \$	7,0	6,0	3,8
Resultado por ADS US\$	21,1	17,9	11,3
Dividendo en efectivo por acción \$	0,43	0,74	28,8
Dividendo en efectivo por ADS US\$	1,29	2,23	-
Retorno sobre activo promedio	4,1%	4,9%	4,0%
Retorno sobre patrimonio neto promedio	31,5%	36,7%	33,0%
Solvencia	14,3%	16,4%	14,4%
Luquidez	55,0%	46,9%	37,1%
Inmovilizado	20,8%	21,4%	20,6%
Endeudamiento	6,97x	6,09x	6,97%
<b>Capital Humano</b>			
Cantidad de empleados <sup>(5)</sup>	5.784	5.437	5.222
Porcentaje de empleo femenino	47%	46%	46%
Mujeres en cargos gerenciales	11	8	9
Porcentaje dentro de Convenio Colectivo de Trabajo	100%	100%	100%
<b>Aportes a la Sociedad<sup>(1)</sup></b>			
Inversión en la sociedad realizada por BBVA Francés	17,0	12,9	10,2
Inversión en la sociedad realizada por Fundación Banco Francés	2,5	2,1	1,7

(1) En millones de pesos. (2) Incluye clientes titulares y cotitulares. (3) Corresponde a la cantidad de sucursales minoristas. (4) Solo se incluye información de proveedores que son gestionados por Compras. (5) No incluye empleados coyunturales.

# Valor Económico

Con el fin de reflejar el flujo de capital entre nuestros grupos de interés, detallamos el Valor Económico Directo Generado y Distribuido (VEG+D) propuesto por la guía G4 del GRI. La información se presenta en millones de pesos argentinos y surge de los Estados Contables de BBVA Banco Francés S.A. al 31 de diciembre de 2015.

En el período, no se recibieron ayudas económicas o financieras por entes del Gobierno. Asimismo no contamos con planes de pensión o jubilación por sobre los exigidos por la ley.

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO	2015	2014	2013
<b>Valor económico generado (VEG)</b>	<b>19.751,0</b>	<b>16.194,5</b>	<b>10.350,8</b>
Ingresos financieros	16.209,4	12.941,2	8.010,0
Otros ingresos operativos netos <sup>(1)</sup>	3.843,8	3.435,8	2.610,9
Otras ganancias y pérdidas netas	-302,2	-182,5	-270,2
TOTAL (por productos y servicios y otros ingresos)	19.751,0	16.194,5	10.350,8
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>	<b>16.866,5</b>	<b>13.390,0</b>	<b>8.326,5</b>
Accionistas - Dividendos en efectivo <sup>(2)</sup>	900	400,0	28,8
Proveedores - Otros gastos de operación	2.358	2.040,6	1.337
Empleados - Gastos de personal	3.728,1	3.188,2	2.178,1
Clientes - Egresos financieros <sup>(1)</sup>	6.295,5	4.848,2	2.721,7
Sociedad - Impuestos	3.584,8	2.913,0	2.090,0
<b>Valor económico retenido (VER=VEG-VED)</b>	<b>2.884,5</b>	<b>2.804,5</b>	<b>1.995,4</b>
Reservas <sup>(3)</sup>	2.884,5	2.805,0	1.263,7

(1) Se incluye dato de clientes, considerando Egresos Financieros + Comisiones pagadas a clientes por descuentos sobre compras realizadas con tarjetas emitidas por el Banco. (2) De acuerdo con lo dispuesto en la normativa vigente sobre "distribución de resultados del B.C.R.A", a los efectos del cálculo de los saldos de utilidades distribuibles deben efectuarse deducciones en forma extracontable de la sumatoria de los saldos registrados en la cuenta Resultados no asignados y en la reserva facultativa para futuras distribuciones de resultados. 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) Las reservas corresponden a las constituidas efectivamente en el ejercicio. 2015 sujeto a aprobación de la Asamblea de accionista.



# Índice

<b>6</b>	Carta del Presidente
<b>9</b>	Perfil de BBVA
<b>16</b>	Visión, Misión y Valores
<b>20</b>	Diálogo con grupos de interés y Materialidad
<b>26</b>	Sistemas de Gobierno
<b>36</b>	Prioridades estratégicas
<b>50</b>	Gestión responsable de clientes
<b>62</b>	Equipo BBVA Francés
<b>88</b>	Proveedores
<b>92</b>	Sociedad
<b>108</b>	Avances 2015 y desafíos 2016
<b>116</b>	Criterios y estándares de la información
<b>128</b>	Informe de verificación independiente



# Carta del Presidente

GRI G4-1 GRI G4-2 GRI G4-13

Tengo el gusto de presentarles nuestro noveno Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC) 2015, a través del cual comunicamos nuestro desempeño económico, social y ambiental a todos nuestros grupos de interés.

En relación al desarrollo económico y financiero del negocio, en 2015 se registró una ganancia de \$3.784,5 millones. En términos de actividad, la cartera de préstamos al sector privado totalizó \$54.994,6, creciendo un 36,08% en el último año, destacándose principalmente en financiaciones al consumo, las cuales se incrementaron un 42,4%. En términos de pasivos, los depósitos totales del Banco alcanzaron los \$76.792,4 millones, un 49,6% superior al año anterior.

Nuevamente obtuvimos excelentes niveles de liquidez y solvencia: el Patrimonio Neto alcanzó \$13.716,4 millones, mientras que el exceso de capital sobre el mínimo requerido, de acuerdo con la regulación del Banco Central, totalizó \$6.575,7 millones, un 47,9% del Patrimonio Neto.

En 2015 actualizamos la Política de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA Francés. A través de la misma asumimos el compromiso de desarrollar en todo momento nuestra actividad de forma responsable, maximizar la creación de valor sostenible y compartido con los accionistas, los demás grupos de interés y la sociedad, además de identificar, prevenir y mitigar los posibles impactos negativos.

Para ello, en nuestro Plan de Negocio Responsable, integramos una visión holística del negocio, que incluye tres prioridades estratégicas: Comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR), Productos de Alto Impacto Social y Educación Financiera.

En este marco, continuamos desarrollando varios programas que se encuadran dentro de las prioridades estratégicas. Uno de los principales es el Programa de Educación Financiera

Becas de Integración BBVA Francés, mediante el cual, desde sus inicios y hasta su 9na edición de este año, otorgamos 9.678 becas. En 2015, se beneficiaron 1.452 alumnos a través de alianzas con 22 ONG en vinculación con 235 colegios, en 13 provincias y la Ciudad de Buenos Aires. Por otro lado, y en línea con el objetivo de la educación financiera, continuamos con el Programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs, a través del cual capacitamos a empresas, favoreciendo así un crecimiento sostenido en el largo plazo, la creación de empleo y el desarrollo social. En cuanto a nuestros productos de alto impacto social, contamos con programas de apoyo a PyMEs y con el premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés, que ya va por su vigesimosexta edición.

Por tercer año consecutivo, mantuvimos el índice de satisfacción global del cliente en 8,5 puntos y somos el Banco más recomendado por nuestros clientes, posicionándonos como líderes con el mejor NPS (Net Promoter Score) del mercado, según el Estudio Sindicado de Calidad. También logramos una fuerte mejora en el posicionamiento en Altas Rentas, pasando del 6° al 2° lugar en el ranking de Bancos 2015. Por otro lado, en 2015, reformulamos los ejes del Plan de Calidad de manera estructurada, poniendo en valor las líneas de trabajo desarrolladas dentro de cada eje.

En relación al equipo de trabajo de BBVA Francés, este año se estableció un nuevo Código de Conducta, que fija pautas de comportamiento acorde con los valores del Banco. El nuevo código, con una estructura moderna y dinámica, incorpora la temática asociada a las nuevas tecnologías. También, implementamos una nueva herramienta de autodesarrollo llamada Skills, y continuamos ampliando las posibilidades de formación y capacitación, destacando principalmente al Campus BBVA.

En cuanto al clima laboral, este año obtuvimos la novena posición en el Top Ten de las mejores empresas para trabajar de la Argentina en el ranking Great Place to Work 2015. Este



Este año obtuvimos la novena posición en el Top Ten de las mejores empresas para trabajar de la Argentina en el ranking Great Place to Work 2015.

reconocimiento de nuestros empleados nos motiva a seguir trabajando con la confianza de que estamos transitando el camino correcto.

En lo que respecta al compromiso con la sociedad, continuamos trabajando en diversos proyectos para la comunidad, con la educación como foco estratégico de nuestros programas sociales y el objetivo de favorecer la cultura financiera de las personas, apoyar el crecimiento de las PyMEs y su impacto social, e impulsar la integración social y la formación de valores de niños y jóvenes.

En materia ambiental, nos alineamos al plan de ecoeficiencia para una gestión responsable de los recursos, las emisiones atmosféricas, los residuos y el impacto ambiental de nuestros productos y servicios.

Agradezco, como siempre, la colaboración del grupo de trabajo conformado por miembros de todas las áreas del Banco, que fueron los responsables de elaborar esta publicación.

Finalmente, los invito a conocer más acerca de nuestro desempeño durante el año y agradecemos las opiniones y sugerencias que nos puedan hacer llegar.

**Jorge Bledel**  
Presidente

# Perfil de BBVA

## Grupo BBVA en el mundo

El grupo financiero global BBVA se fundó en 1857 y tiene su sede central en España. También, es la mayor entidad financiera de México y cuenta con franquicias líderes en América del Sur, en la región del “Sunbelt” en Estados Unidos y en Turquía. Su negocio diversificado está enfocado a mercados de alto crecimiento y concibe a la tecnología como a una ventaja competitiva clave.

### Grupo BBVA



- ▶ BBVA tiene su sede central en España.
- ▶ Es la mayor entidad financiera de México.
- ▶ Cuenta con franquicias líderes en América del Sur, en la región del “Sunbelt” en Estados Unidos y en Turquía.





## BBVA Francés en Argentina

GRI G4-DMA GRI G4-3 GRI G4-4 GRI G4-5 GRI G4-6 GRI G4-7 GRI G4-8 GRI G4-13 GRI G4-17

Somos uno de los bancos líderes en el país desde hace más de 100 años, con oficinas centrales en la Ciudad de Buenos Aires y más de 250 sucursales en todas las provincias de la República Argentina.

Desde BBVA Francés estamos comprometidos con la integración de la Responsabilidad Corporativa y con la maximización de su contribución a los diferentes grupos de interés: empleados, clientes, accionistas, proveedores y la sociedad en general.

Ofrecemos una gran variedad de productos y servicios financieros y no financieros a más de 2 millones de clientes a través de una variada gama de diversos mercados:

Mercado	Productos y Servicios
<b>Personas</b>	Cuentas y Paquetes Tarjetas Préstamos Inversiones Seguros
<b>Premium</b>	Tarjetas Inversiones Préstamos Seguros
<b>PyMEs y Negocios</b>	Banca electrónica Commercial Cards Servicios de cobro y pago Financiación Seguro integral de comercio
<b>Empresas</b>	Banca electrónica Servicios de cuenta Servicios de cobro y pago Financiación Inversiones
<b>Corporativas</b>	Banca electrónica Servicios de cuenta Servicios de cobro y pago Financiación
<b>Instituciones</b>	Productos Servicios Inversiones

## Organigrama y estructura del negocio



En BBVA Francés hemos definido un plan estratégico sobre la base de tres pilares fundamentales: principios, personas e innovación, a partir de un modelo de negocio con potencial de crecimiento, gestionado con prudencia, con el cliente como centro y con el objetivo principal de crear valor para sus accionistas; ello, en un marco de gestión sustentable que considere el entorno social y el impacto sobre el medio ambiente.

Al 31 de diciembre de 2015, el capital accionario de BBVA Francés estaba compuesto por 536.877.850 acciones ordinarias, de las cuales el 75,95% pertenecía al Grupo BBVA. Los principales tenedores del resto del capital son la Administración Nacional de la Seguridad Social, fondos de inversión nacional y extranjera, e inversores minoritarios.

Las acciones del Banco cotizan en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires desde 1888 (especie FRAN), en la Bolsa de Nueva York (bajo la forma de ADS's) desde 1993 (especie BFR) y, a partir de diciembre de 1999, también cotizan en Latibex, Mercado de Valores Latinoamericanos de Madrid (especie XBFR).

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 (Bolsa de Valores Latinoamericanos en Madrid).

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 un vínculo estrecho con las agencias calificadoras de riesgo que evalúan al Banco: FixScr affiliate of Fitch Ratings y Standard & Poor's.

Durante 2015, se continuó afianzando la relación con los accionistas, realizando reuniones semestrales, en las cuales se informa sobre las novedades y la performance del Banco durante el período; en tanto que con analistas e inversores la comunicación es constante, ya que se analiza la información relevante relacionada con el contexto macroeconómico, político y, particularmente, del desarrollo del negocio del Banco, resultados, actividad, situación competitiva, acciones comerciales, entre otras.

El 26 de abril de 2016 se llevará a cabo la Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria, donde se entregará a los accionistas presentes una versión resumida en papel de la Memoria Anual e IARC, contando con una versión extendida digital.

En cuanto al grupo societario en Argentina, el BBVA Banco Francés S.A. tiene participación en las siguientes empresas vinculadas: BBVA Francés Valores S.A., BBVA Francés Asset Management S.A., PSA Finance Argentina Compañía Financiera S.A., Rombo Cía Financiera S.A., Consolidar AFJP S.A. (en liquidación) y BBVA Consolidar Seguros S.A.

Para mayor información sobre la estructura accionaria, propiedad y forma jurídica de la organización, ver la Memoria y Balance 2015 de BBVA Banco Francés S.A.

	2015	2014	2013
Accionistas	8.698	7.036	6.281
Acciones	536.877.850	536.877.850	536.877.850
<b>Propiedad acciones % sobre capital</b>			
<b>Particulares</b>			
Menor a 4.500 acciones	0,92%	0,88%	0,96%
Mayor a 4.500 acciones	2,98%	3,29%	3,76%
<b>Inversores Institucionales</b>			
Nacionales	9,64%	9,70%	10,10%
Extranjeros	0,27%	0,36%	0,38%
BBVA	75,95%	75,93%	75,93%
BONY (ADRs)	10,24%	9,84%	8,86%

## Premios y reconocimientos

### Ranking de Bancos en Argentina

Por tercer año consecutivo, somos el Banco más recomendado por nuestros clientes, posicionándonos como líderes con el mejor NPS del mercado, de acuerdo con el Estudio Sindicado de Calidad. En particular, logramos una fuerte mejora en el posicionamiento en Altas Rentas, pasando del 6° al 2° lugar en el ranking de Bancos 2015.

### Great Place to Work

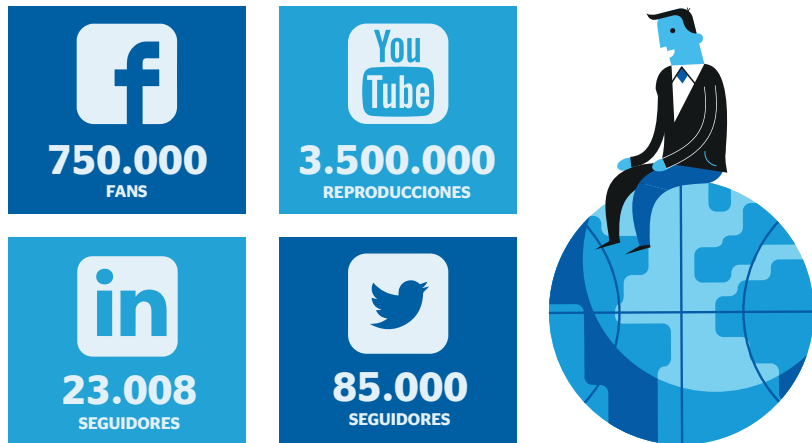
BBVA Francés fue reconocido en el puesto 9 de las mejores empresas para trabajar en la Argentina en el ranking Great Place to Work 2015 (empresas de más de mil empleados).



## Presencia en redes sociales

Buscamos estar cerca de nuestros grupos de interés, y para estos estamos presentes en las principales redes sociales: Facebook, LinkedIn, 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 2015



Además, contamos con una 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)

## Compromisos en iniciativas, índices y cámaras

GRI G4-15 GRI G4-16

Somos parte e integramos las siguientes iniciativas y organizaciones:

- ▶ Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Desde 2004 participamos de reuniones de la Mesa Directiva. Este Informe se presenta como la Comunicación sobre el Progreso

(COP) anual, donde rendimos cuentas en relación con los diez principios en las materias de Derechos Humanos, prácticas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción. En 2015 participamos de la 5<sup>ta</sup> Asamblea de la Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas, en la cual se definieron los integrantes de la Mesa Directiva y los ejes estratégicos de trabajo de la Red, para avanzar en su agenda de desarrollo.

- ▶ 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.

Para potenciar nuestro desempeño y relacionamiento con otras organizaciones, participamos de las siguientes cámaras y asociaciones empresariales:

- |   |
|---|
| • Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa - ACDE              |
| • Cámara de Comercio de los Estados Unidos de Norteamérica - AMCHAM |
| • Asociación de Leasing de Argentina                                |
| • Cámara de Sociedades Anónimas                                     |
| • Cámara Española de Comercio de la República Argentina             |
| • Consejo Publicitario Argentino                                    |
| • IDEA - Instituto para el desarrollo empresarial de la Argentina   |

## Asociaciones del Interior

- |   |
|---|
| • Bolsa de Comercio de Santa Fe   |
| • Cámara de Comercio exterior de Córdoba                                    |
| • Cámara de Comercio exterior de Cuyo                                       |
| • Cámara de Comercio exterior de Misiones                                   |
| • Cámara de Comercio exterior de Salta                                      |
| • Cámara de Comercio exterior de Santa Fe                                   |
| • Cámara de Comercio Industria y Servicio de San Lorenzo                    |
| • Cámara Económica Mercedina  |
| • Cámara Española de Comercio de la República Argentina- Delegación Mendoza |
| • Centro Comercial e Industrial de Rafaela y de la Región - CCIRR           |
| • Centro de Comercio e Industria de La Banda                                |

Además, el Grupo BBVA, nuestro accionista principal, mantiene las siguientes participaciones en índices de sostenibilidad:

- |   |
|---|
| • 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). |
| • Principles for Responsible Investment.  |
| • International Integrated Reporting Council (IIRC).  |
| • Green Bond Principles.  |
| • Global Initiative for Sustainability Ratings (GISR).  |



## Balance social

GRI G4-DMA GRI G4-9 GRI G4-10 GRI G4-11 GRI G4-EC1 GRI G4-EC3 GRI G4-EC4

Asunto relevante N° 17

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

DATOS BÁSICOS DE BBVA BANCO FRANCÉS S.A.	2015	2014	2013
<b>RESULTADOS <sup>(1)</sup></b>			
Resultado neto	3.784,5	3.204,5	2.024,2
Total acciones ordinarias en circulación para el ejercicio	536,9	536,9	536,9
Total ADS para el ejercicio	179,0	179,0	179,0
<b>BALANCE <sup>(1)</sup></b>			
Total activos	109.365,9	73.284,3	57.005,1
Préstamos netos	54.994,6	40.411,2	34.981,1
Sector público	66,8	54,5	40,9
Sector privado	54.927,8	40.356,7	34.940,1
Total de depósitos	76.792,4	51.435,7	43.774,8
Patrimonio neto	13.716,4	10.331,9	7.156,2
<b>ACTIVIDAD</b>			
Número de accionistas	8.698	7.034	6.281
Número de clientes <sup>(2)</sup>	2.090.818	1.918.094	1.909.327
Número de sucursales <sup>(3)</sup>	251	251	245
Número de proveedores <sup>(4)</sup>	2.020	1.077	685
<b>OTROS DATOS</b>			
Depósitos (cuota)	5,5%	5,0%	5,6%
Prestamos	6,0%	6,0%	6,0%
Depósitos del sector privado	7,0%	7,0%	7,5%
Préstamos al sector privado	6,5%	6,5%	6,5%
Resultado por acción \$	7,0	6,0	3,8
Resultado por ADS US\$	21,1	17,9	11,3
Dividendo en efectivo por acción \$	0,43	0,74	28,8
Dividendo en efectivo por ADS US\$	1,29	2,23	-
Retorno sobre activo promedio	4,1%	4,9%	4,0%
Retorno sobre patrimonio neto promedio	31,5%	36,7%	33,0%
Solvencia	14,3%	16,4%	14,4%
Liquidez	55,0%	46,9%	37,1%
Inmovilizado	20,8%	21,4%	20,6%
Endeudamiento	6,97x	6,09x	6,97x
<b>CAPITAL HUMANO</b>			
Cantidad de empleados <sup>(5)</sup>	5.784	5.437	5.222
Porcentaje de empleo femenino	47%	46%	46%
Mujeres en cargos gerenciales	11	8	9
Porcentaje dentro de Convenio Colectivo de Trabajo	100%	100%	100%

DATOS BÁSICOS DE BBVA BANCO FRANCÉS S.A.	2015	2014	2013
<b>APORTES A LA SOCIEDAD <sup>(1)</sup></b>			
Inversión en la sociedad realizada por BBVA Francés	17,0	12,9	10,2
Inversión en la sociedad realizada por Fundación Banco Francés	2,5	2,1	1,7
<p>(1) En millones de pesos.            (2) Incluye clientes titulares y cotitulares.            (3) Corresponde a la cantidad de sucursales minoristas.            (4) Solo se incluye información de proveedores que son gestionados por Compras.            (5) No incluye empleados coyunturales.</p>			

## Valor económico

Con el fin de reflejar el flujo de capital entre nuestros grupos de interés, detallamos el Valor Económico Directo Generado y Distribuido (VEG+D) propuesto por la guía G4 del GRI. La información se presenta en millones de pesos argentinos y surge de los Estados Contables de BBVA Banco Francés S.A. al 31 de diciembre de 2015.

En el período, no se recibieron ayudas económicas o financieras por entes del Gobierno. Asimismo no contamos con planes de pensión o jubilación por sobre los exigidos por la ley.

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO	2015	2014	2013
<b>Valor económico generado (VEG)</b>	<b>19.751,0</b>	<b>16.194,5</b>	<b>10.350,8</b>
Ingresos financieros	16.209,4	12.941,2	8.010,0
Otros ingresos operativos netos <sup>(1)</sup>	3.843,8	3.435,8	2.610,9
Otras ganancias y pérdidas netas	-302,2	-182,5	-270,2
<b>TOTAL (por productos y servicios y otros ingresos)</b>	<b>19.751,0</b>	<b>16.194,5</b>	<b>10.350,8</b>
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>	<b>16.866,5</b>	<b>13.390,0</b>	<b>8.326,5</b>
Accionistas - Dividendos en efectivo <sup>(2)</sup>	900,0	400,0	28,8
Proveedores - Otros gastos de operación	2.358	2.040,6	1.337
Empleados - Gastos de personal	3.728,1	3.188,2	2.178,1
Clientes - Egresos financieros <sup>(1)</sup>	6.295,5	4.848,2	2.721,7
Sociedad - Impuestos	3.584,8	2.913,0	2.090,0
<b>Valor económico retenido (VER=VEG-VED)</b>	<b>2.884,5</b>	<b>2.804,5</b>	<b>1.995,4</b>
Reservas <sup>(3)</sup>	2.884,5	2.805,0	1.263,7

(1) Se incluye dato de clientes, considerando Egresos Financieros + Comisiones pagadas a clientes por descuentos sobre compras realizadas con tarjetas emitidas por el Banco.

(2) De acuerdo con lo dispuesto en la normativa vigente sobre "distribución de resultados del B.C.R.A", a los efectos del cálculo de los saldos de utilidades distribuíbles 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) Las reservas corresponden a las constituidas efectivamente en el ejercicio. 2015 sujeto a aprobación de la Asamblea de accionista.



# Visión, Misión y Valores

GRI G4-DMA GRI G4-2 GRI G4-14 GRI G4-56 GRI G4-57 GRI G4-58

Asunto relevante N° 14 Asunto relevante N° 20

En BBVA Francés hacemos banca responsable como un compromiso permanente para fortalecer la función social del Banco. Buscamos hacer la vida más sencilla a las personas actuando de forma responsable. Nuestro modo diferencial de hacer banca está basado en una rentabilidad ajustada a los principios de integridad, prudencia y transparencia.

- **La integridad** como manifestación de la ética en nuestras actuaciones y en todas nuestras relaciones con los grupos de interés.
- **La prudencia** como 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.



## Nuestra Visión

“Trabajamos por un futuro mejor para las personas”.  
Esta visión es nuestro por qué y está basada en tres pilares:

LAS PERSONAS

LOS PRINCIPIOS

LA INNOVACIÓN

## Nuestra Misión

“Ofrecer las mejores soluciones, productos y servicios financieros a nuestros clientes”.

Y lo hacemos con sencillez y responsabilidad. Sencillez significa agilidad, cercanía, accesibilidad y claridad en el lenguaje. Entendemos la responsabilidad como la orientación a largo plazo, una relación equilibrada con los clientes y el apoyo al desarrollo de la sociedad.

## Principios y Valores Corporativos

Contamos con una sólida cultura corporativa que define la vida del Banco, que incide en su manera de actuar y le permite afrontar con éxito los retos del futuro.

Nuestros empleados, 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 nuestra visión, establecimos siete principios corporativos, que se materializan en compromisos con los clientes, los empleados, los accionistas y la sociedad en general, y se concretan en criterios operativos. Los siete principios corporativos son:

- 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 corporativa como compromiso con el desarrollo.



## Valor de la Marca Corporativa

Nuestra visión será siempre relevante y una guía permanente en todo lo que hacemos, pero el significado que las personas dan a un futuro mejor evoluciona a lo largo del tiempo.

El posicionamiento de la marca tiene que recoger, en cada momento, el significado de la visión más relevante para la sociedad y los clientes, con el fin de construir al servicio del negocio.

La sociedad exige cada vez más de los bancos el reconocimiento del poder del cliente. Los clientes buscan relaciones horizontales y un trato cercano por parte de los asesores financieros; buscan seguridad, integridad, transparencia y que les hablen en un lenguaje fácil que les ayude en la toma informada de decisiones. Además, el tiempo se está convirtiendo en un recurso muy escaso y las personas quieren acceder a los servicios financieros en cualquier lugar y momento.

Por eso, lo que queremos que piensen de nosotros se basa en dos valores fundamentales: ser una entidad confiable y sencilla. Y de estos dos elementos, la sencillez es el que cuenta con más potencial para diferenciarnos.

### Sencillez o vida más fácil significa:

- 1) Agilidad y pocos trámites
- 2) Conveniencia y multicanalidad
- 3) Cercanía y sencillez en el trato
- 4) Lenguaje claro, transparente y fácil de entender

En BBVA Francés queremos que piensen la marca como una "experiencia"; es decir, no es solo la promesa que hacemos, sino también las experiencias que nuestros empleados entregan a todos los que se relacionan con BBVA Francés.

En BBVA Francés entendemos la marca como una "experiencia"; es decir, no es solo la promesa que hacemos, sino también las experiencias que nuestros empleados entregan a todos los que se relacionan con BBVA Francés. Por eso, marca y cultura no se pueden entender de manera separada.

## Política de Responsabilidad Social Corporativa

### GRI G4-DMA

BBVA Francés entiende a la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante "RSC") como a la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad. Para cumplir con dicha responsabilidad, BBVA Francés integra las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, sobre derechos humanos y de los consumidores en su negocio diario y en las relaciones con sus grupos de interés o stakeholders.

En 2015 actualizamos la Política de RSC del BBVA Francés en consonancia con la actualización de la Política de RSC del Grupo BBVA, aprobada por el Consejo de Administración del BBVA, nuestro accionista principal. Esta Política se desarrolla y complementa a través de una serie de políticas específicas, normas y compromisos, que garantizan su adecuado cumplimiento en sus correspondientes ámbitos de aplicación.

### A través de la política de RSC, asumimos principalmente los siguientes compromisos:

- Desarrollar en todo momento la actividad principal de forma responsable.
- Maximizar la creación de valor sostenible y compartido para los accionistas y para los demás grupos de interés y el conjunto de la sociedad en las que operamos.
- Identificar, prevenir y mitigar los posibles impactos negativos.

Asimismo establece las directrices que deben regir las actuaciones del Banco en materia de RSC, y que son:

- 1) Realizar nuestra actividad financiera pensando en las personas.
- 2) Establecer relaciones equilibradas con nuestros clientes y con orientación a largo plazo.
- 3) Ayudar a que nuestros clientes tomen siempre decisiones informadas a través de una comunicación transparente, clara y responsable.
- 4) Ofrecer productos y servicios de alto impacto social, adaptados a las necesidades de nuestros clientes y al contexto en el que viven.
- 5) Promover la educación, la inclusión financiera y la universalización del acceso responsable a los servicios financieros.
- 6) Impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre los empleados del Banco.
- 7) Apoyar al desarrollo de las sociedades donde estamos presentes a través de la actividad financiera, así como mediante los programas sociales con foco en la educación y en el conocimiento.

## Plan de Negocio Responsable

GRI G4-DMA GRI G4-42 GRI G4-SO6 GRI G4-FS1

Asunto relevante N° 11

En 2015 se continuó con el desarrollo de los programas de relación con la comunidad que se encuentran dentro del marco del Plan de Negocio Responsable 2013-2015, destinados tanto a iniciativas propias como a brindar apoyo a terceras organizaciones.

El Plan de Negocio Responsable integra una visión holística de nuestro negocio, incluyendo:

- ▶ Las tres prioridades estratégicas (Comunicación Transparente, Clara y Responsable; Productos de Alto Impacto Social y Educación Financiera).
- ▶ Iniciativas vinculadas a los tres ejes del plan (Clientes, Banca para personas: sociedad, educación y ciencia; y Empleados comprometidos).



## LAS TRES PRIORIDADES ESTRATÉGICAS:

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

Comunicar en un lenguaje transparente, claro y responsable, ayudando al cliente a tomar una decisión financiera informada, que es clave para generar confianza. La transparencia y la claridad son fundamentales para ayudar a que las personas entiendan siempre los productos que contratan. Toda comunicación con el cliente, cualquier documento o contrato, debe ser claro y transparente.

### 2) Educación financiera

Fortalecer la educación financiera es la prioridad estratégica de los programas sociales del Banco, a través de:

- Cultura financiera para preparar a niños y jóvenes para su futuro.
- Educación financiera para adultos.
- Formación en finanzas y habilidades para los negocios para PyMEs, las cuales tienen un rol importante en el desarrollo del tejido económico-empresarial del país en el que operan.

### 3) Productos de alto impacto social.

Tenemos la oportunidad de diseñar productos y servicios financieros con un alto impacto, productos en los que se integran atributos sociales diferenciales. Productos que impulsen el crecimiento, la inclusión financiera y que den respuesta a las personas según el contexto en el que viven.

## Comité de Negocio Responsable

Este año el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa pasó a designarse bajo el nombre de Comité de Negocio Responsable, y está compuesto por ejecutivos de primera línea. El mismo se reunió tres veces en el año.

El Equipo Directivo se encuentra constantemente informado sobre el desarrollo de los programas sociales del Banco mediante comunicaciones regulares y reuniones. En los Comités de Negocio Responsable se trabajan temas de RSC y ellos van tomando conocimiento de esos temas e incorporando su dinámica, así como tomando decisiones relacionados a éstos. En 2015 se trataron los siguientes temas:

- ▶ Plan de Comunicación Externa 2015, el cual incluye los programas del Plan de Negocio Responsable, del Plan de Relacionamiento con gobernantes, políticos<sup>1</sup>, diplomáticos, empresarios y la sociedad civil en general, y del Plan de Gestión de Prensa y redes sociales.
- ▶ Avances del Plan de Negocio Responsable 2015:
  - Educación Financiera - Camino al Éxito.
  - Educación Financiera - Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés.
  - Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés - XXVI Edición.
  - Inicio del Programa Diplomáticos por la Educación.
- ▶ Comité Operativo Riesgo Reputacional y avances en la gestión de los riesgos reputacionales.
- ▶ Exposición de los resultados del Informe de medición RepTrak 2014, entre otros temas.

(1) Por normativa no se dan aportes ni contribuciones a partidos políticos

# Diálogo con grupos de interés y materialidad

## Nuestros grupos de interés

GRI G4-24 GRI G4-25 GRI G4-26 GRI G4-27

Nuestra política de RSC 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.

Sobre la base de la guía AA1000SES de Accountability, identificamos y clasificamos a nuestros grupos de interés según las distintas dimensiones propuestas por la guía en cuanto a responsabilidad, influencia, cercanía, dependencia y representación, entre otros. Los principales grupos de interés que surgieron de este trabajo son:

GRUPO DE INTERÉS	COMPROMISOS	CANALES DE COMUNICACIÓN E INFORMES
<b>ACCIONISTAS</b>	Crear más valor de forma sostenible en el tiempo.	Asamblea General de Accionistas, reuniones con inversores y accionistas.
<b>SOCIEDAD</b>	Contribuir de forma activa al desarrollo sostenible de las sociedades en las que el BBVA Francés está presente.	Estudio de reputación RepTrak a clientes y opinión pública, estudio de marca y publicidad de Millward Brown a clientes y opinión pública, tendencias sociales, entre otras herramientas.
<b>REGULADORES</b>	Actuar con integridad y cumplir rigurosamente la legalidad.	Departamentos que gestionan la relación con los reguladores: Servicios Jurídicos, Riesgos, Relaciones Institucionales, Cumplimiento Normativo y la Dirección Financiera.
<b>CLIENTES</b>	Buscar las mejores soluciones que hagan de BBVA Francés su primera opción.	Estudio de reputación RepTrak a clientes y opinión pública, estudio de marca y publicidad de Millward Brown a clientes y opinión pública, encuestas de calidad de clientes (IRENE), tendencias sociales, entre otras herramientas.
<b>EMPLEADOS</b>	Un estilo de gestión que genere entusiasmo y facilite la formación, la motivación y el desarrollo personal y profesional.	Encuesta de clima interno, encuesta de reputación interna, desayunos con directores.
<b>PROVEEDORES</b>	Encontrar en BBVA Francés un aliado para el beneficio mutuo.	Encuestas de satisfacción y reuniones para mejora o cambios en los procesos de relación.

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 información suficiente para conocer las prioridades y las 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.

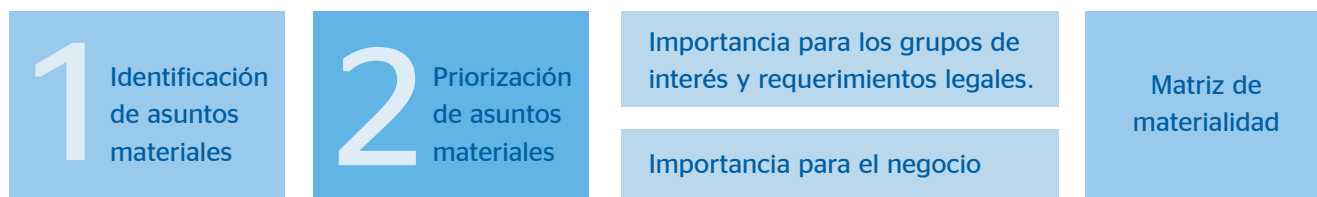
## Descripción del proceso de materialidad

GRI G4-18 GRI G4-27

La metodología que hemos elaborado para definir y priorizar los asuntos materiales sigue las recomendaciones de GRI G4.

El resultado final del proceso es una matriz de materialidad donde cada uno de los temas relevantes identificados se clasifica sobre la base de dos variables: importancia para los stakeholders e importancia para el negocio de BBVA Francés.

### Proceso de definición de asuntos materiales



#### 1. Identificación de asuntos materiales:

El listado final de asuntos materiales se obtuvo del proyecto de riesgo reputacional, entre otros. Tanto los asuntos procedentes del proyecto de riesgo reputacional como nuevos asuntos que se añadieron, los hemos identificado analizando las siguientes fuentes:

1. Investigaciones y reuniones que proporcionan información sobre las percepciones de grupos de interés:
  - Sociedad y clientes: estudio de reputación RepTrak a clientes y opinión pública, estudio de marca y publicidad de Millward Brown a clientes y opinión pública, encuestas de calidad de clientes (IRENE), tendencias sociales, entre otras herramientas.
  - Empleados: encuesta de clima Great Place To Work, encuesta de reputación interna, desayunos con directores.
  - Accionistas e inversores: Asamblea General de Accionistas, reuniones con inversores y accionistas.
  - Reguladores: departamentos que gestionan la relación con los reguladores: Servicios Jurídicos, Riesgos, Relaciones Institucionales, Cumplimiento Normativo y la Dirección Financiera.
  - Proveedores: encuestas de satisfacción y reuniones para mejora o cambios en los procesos de relación.
- 1.2. Análisis de las principales iniciativas en sustentabilidad: Pacto Global de las Naciones Unidas, Principios de Ecuador, entre otras iniciativas.
- 1.3. Tendencias regulatorias del sector: Análisis de las regulaciones por parte de la dirección de Cumplimiento Normativo.
- 1.4. Análisis de competidores, cuáles son los asuntos más relevantes o temas conflictivos que les afectan y que nos podrían afectar también a nosotros.
- 1.5. Análisis de medios y redes sociales: noticias negativas, temas candentes, preocupaciones sociales, entre otras herramientas.

Para este paso, trabajamos sobre los principios de *Contexto de sustentabilidad y Participación de los grupos de interés*.

## 2. Priorización de asuntos materiales:

Para priorizar los asuntos materiales se analizaron dos aspectos: la relevancia para los grupos de interés y la relevancia para el negocio de BBVA Francés.

### 2.1 Relevancia para los grupos de interés

Para calcular la relevancia para los grupos de interés, se tuvo en cuenta la importancia de los asuntos para estos grupos, así como si hay requerimientos legales o pactos o compromisos suscritos por BBVA Francés. De tal modo que un asunto es más relevante:

- Cuando mayor número de grupos de interés afectados y mayor sea la importancia de estos grupos de interés para BBVA Francés.
- Cuando mayor sea el impacto de los asuntos para los grupos de interés afectados.
- Cuando existen requerimientos legales o compromisos por parte de BBVA Francés.

### 2.2 Relevancia para el negocio

La relevancia para el negocio consiste en determinar el impacto que tiene el asunto en el negocio actual y futuro de BBVA Francés.

Se procedió a la identificación de quiénes son los responsables de la gestión de cada asunto relevante en el BBVA Francés, quienes, posteriormente, valorizaron el nivel de impacto en el negocio.

### 2.3 Matriz de materialidad

Según el grado de relevancia para los grupos de interés y para el negocio, se construye una matriz de materialidad.

Para este paso, se trabajó sobre los principios de *Materialidad y Participación de los grupos de interés*.

## 3. Validación de asuntos materiales:

Una vez concluido el análisis, procedimos a la validación de los aspectos y asuntos materiales, identificando el enfoque de gestión y los indicadores correspondientes en cuanto al alcance, la cobertura y los tiempos del relevamiento de la información.

Para este paso, se trabajó sobre los principios de *Exhaustividad y Participación de los grupos de interés*.

## Asuntos relevantes

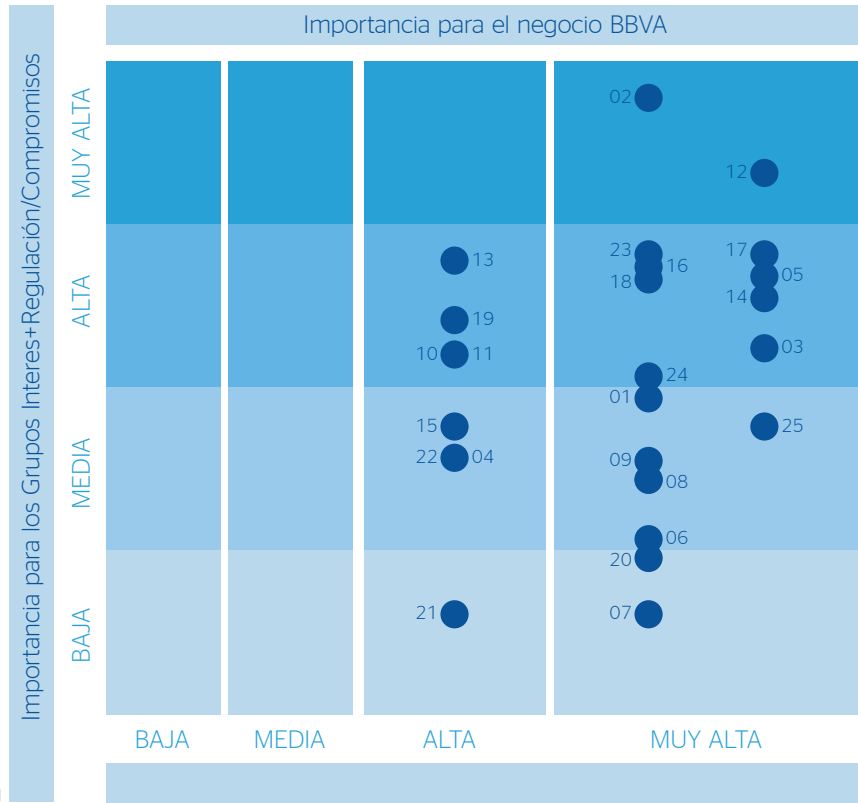
---

GRI G4-19 GRI G4-20 GRI G4-21 GRI G4-22 GRI G4-23

Para este Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2015, hemos utilizado la Guía G4 del GRI, por lo que determinamos los asuntos relevantes según lo indica la nueva guía, los cuales variaron con respecto al reporte anterior en el cual utilizamos la Guía G3. No hemos identificado efectos significativos en reformulaciones de la información comunicada en informes anteriores.

Como conclusión del análisis de materialidad realizado, obtuvimos los siguientes asuntos y aspectos relevantes para nuestro Informe:

#	ASUNTOS RELEVANTES	PÁGINA / REFERENCIA	COBERTURA
1	Productos con buena relación calidad/precio	50 Gestión responsable del cliente	Interno/externo
2	Prácticas de comunicación y comercialización	36 Comunicación TCR 54 Relación con clientes, canales y servicios 60 Transparencia en comunicación	Interno/externo
3	Calidad de atención/servicio al cliente	50 Gestión responsable del cliente	Interno/externo
4	Respuesta a la demanda de crédito de la sociedad	50 Gestión responsable del cliente	Externo
5	Seguridad, privacidad y protección del cliente	60 Seguridad, protección a clientes	Interno/externo
6	Atención a clientes en situación de dificultad	45 Productos de alto impacto social 53 Modelo de gestión de reclamos	Interno/externo
7	Calidad del empleo	62 Equipo BBVA Francés	Interno
8	Respeto a los derechos de los empleados	62 Equipo BBVA Francés	Interno
9	Formación y desarrollo del talento	66 Selección, desarrollo y formación	Interno
10	Política de remuneración de altos directivos y consejo de administración	26 Gobierno Corporativo	Interno
11	Financiación social y medioambientalmente responsable	18 Plan de Negocio Responsable 36 Prioridades estratégicas	Interno/externo
12	Prevención de blanqueo de capitales / financiación de actividades terroristas	30 Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas	Interno/externo
13	Cumplimiento de la normativa fiscal	29 Sistema de cumplimiento	Interno
14	Comportamiento ético	16 Visión, Misión y Valores 33 Nuevo Código de Conducta	Interno
15	Compras / outsourcing responsable	88 Proveedores	Interno/externo
16	Buen Gobierno Corporativo	26 Sistemas de Gobierno	Interno
17	Solvencia y gestión financiera	14 Balance Social	Interno
18	Respeto a los Derechos Humanos	64 Diversidad e igualdad de oportunidades 88 Sistema de homologación de proveedores	Interno/externo
19	Contribución al desarrollo de las sociedades locales	92 Sociedad	Externo
20	Inclusión financiera	16 Visión, Misión y Valores 37 Educación financiera 45 Productos de alto impacto social 92 Educación para la sociedad	Interno/externo
21	Acción social	87 Voluntariado y social engagement 92 Sociedad	Interno/externo
22	Diversidad y conciliación	64 Diversidad e igualdad de oportunidades	Interno/externo
23	Ecoeficiencia y medioambiente	92 Medioambiente	Interno/externo
24	Digitalización	30 Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas 54 Relación con clientes, canales y servicios	Interno/externo
25	Educación financiera	37 Educación financiera 92 Educación para la sociedad	Interno/externo







# Sistemas de Gobierno

Asunto relevante N° 16

## Gobierno Corporativo

GRI G4-DMA GRI G4-34 GRI G4-35 GRI G4-36 GRI G4-37 GRI G4-38 GRI G4-39 GRI G4-40 GRI G4-41 GRI G4-42  
GRI G4-44 GRI G4-45 GRI G4-47 GRI G4-49 GRI G4-51 GRI G4-53 GRI G4-EC6 GRI G4-LA12

Asunto relevante N° 10

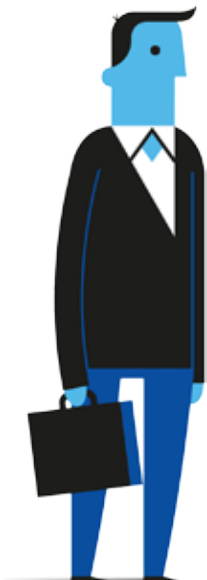
El Directorio es el máximo órgano de gobierno de BBVA Banco Francés S.A., en adelante BBVA Francés. Está compuesto por seis directores titulares y es responsable de la administración de la sociedad; el Presidente es su Representante Legal.

El Directorio de BBVA Francés, junto con su Comité de Dirección, aprueba el Plan Estratégico de Negocios, siguiendo las Políticas de Gobierno Corporativo y de Responsabilidad Social Corporativa y de acuerdo con las pautas establecidas en el Código de Gobierno Societario.

También aprueban el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, y presentan 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 desarrollan los controles previstos por la Ley Sarbanes Oxley (SOX).

En este sentido, el Directorio es consciente de la responsabilidad que le corresponde a BBVA Francés respecto a la sociedad y se compromete a que su actividad se desarrolle de acuerdo con un conjunto de valores, principios, criterios y actitudes destinados a lograr la creación sostenida de valor para los accionistas, empleados, clientes y para el conjunto de la sociedad.

Para ello, el Directorio cuida que la actividad empresarial se lleve a cabo en cumplimiento de la legalidad vigente en cada momento, la buena fe, las mejores prácticas mercantiles, y fomentará la implantación y el 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. El presidente del Directorio no tiene funciones ejecutivas. Todos los miembros titulares del Directorio de BBVA Francés son independientes y no tienen funciones ejecutivas.



### MIEMBROS DEL DIRECTORIO

Presidente <b>Jorge Carlos Blede</b> (Argentino)		
Vicepresidente 1° <b>José Manuel Tamayo Pérez</b> (Español)	Vicepresidente 2° <b>Marcelo Gustavo Canestri</b> (Argentino)	
Director Titular <b>Mario Luis Vicens</b> (Argentino)	Director Titular <b>Luis Bernardo Juango Fitero</b> (Español)	Director Titular <b>Oscar Miguel Castro</b> (Argentino)

## PRIMERA LÍNEA EJECUTIVA (AL 31/12/2015) (1)

Director Ejecutivo.	<b>Martín Ezequiel Zarich</b>
Dirección de Auditoría.	<b>Alberto Muñiz Zurita</b>
Dirección Financiera y Planeamiento.	<b>Ignacio Sanz y Arcelus</b>
Dirección Comercial.	<b>Jorge Luna</b>
Dirección de Desarrollo de Negocio.	<b>Gustavo Alonso</b>
Dirección de Corporate & Investment Banking.	<b>Carlos Elizalde</b>
Dirección de Recursos Humanos y Servicios.	<b>Gustavo Fernández</b>
Dirección de Relaciones Institucionales.	<b>Gonzalo Verdomar Weiss</b>
Dirección de Riesgos.	<b>Gerardo Fiandrino</b>
Dirección de Servicios de Estudios Económicos.	<b>Gloria Sorensen</b>
Dirección de Sistemas y Operaciones.	<b>Gustavo Siciliano</b>
Dirección de Banca Digital y Transformación.	<b>Jorge Bledel</b>
Dirección de Servicios Jurídicos.	<b>Adrián Bressani</b>
Dirección de Cumplimiento Normativo.	<b>Walter Vallini</b>

(1) El 11 de enero de 2016, el Sr. **Martín Zarich** asumió como Gerente General de BBVA Francés, luego de haber sido autorizado por el Banco Central de la República Argentina. Asimismo, **Ricardo Moreno** ejerció el cargo de Gerente General hasta dicha fecha.

El Sistema de Gobierno Corporativo está conformado por los principios y los elementos del Código de Gobierno Corporativo. Éste 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. Además, incluye estándares para el desempeño del cargo del Director, que abarca normas de ética y de conducta, el deber de confidencialidad y los principios para evitar y tratar los conflictos de intereses.

En la reunión del Directorio del 15 de diciembre de 2015 se revisó y se aprobó el nuevo Código de Gobierno Corporativo de BBVA Francés, contemplando todas aquellas modificaciones normativas acaecidas durante el ejercicio 2015, como así también la eliminación de algunos comités. Como consecuencia de ello, se aprobaron las siguientes modificaciones:

- I. la incorporación en el Comité de Disclosure del Director de Riesgos, la Gerente del Área Institucional de la Dirección de Servicios Jurídicos y la determinación del quórum y mayorías de este, y
- II. la eliminación del Comité de Recursos Humanos.

A su vez, el sistema se basa en las prácticas de Gobierno Corporativo del Grupo BBVA, nuestro accionista principal, 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)).

La elección de los miembros del Directorio es en cumplimiento a la Ley de Sociedades Comerciales, la Ley de Entidades Financieras, sus modificatorias y concordantes, las Normas del BCRA, la Comisión Nacional de Valores (CNV) y Securities and Exchange Commission (SEC). Además debe cumplir con los requisitos previstos en la normativa especial aplicable a las entidades financieras, en el Estatuto Social y en el Código de Gobierno Societario.

Según las regulaciones enunciadas, deben contar con los conocimientos y las 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.

A esto se suma la función del Comité de Nombramientos y Remuneraciones de BBVA Francés, que tiene como cometido asistir al Directorio en cuestiones relativas a las políticas de remuneración y beneficios. También es el órgano encargado de fijar las normas y los procedimientos inherentes a la selección y capacitación de Directores, ejecutivos clave y personal de altos cargos.

La retribución de los miembros del Directorio se rige por lo dispuesto en el Estatuto Social y la normativa aplicable (artículo 261 de la 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.

Anualmente, la Asamblea de Accionistas aprueba la gestión realizada por el Directorio, junto con la aprobación de la Memoria y los Estados Contables. 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	2015	2014	2013
<b>Rangos de edad</b>			
De 30 a 50 años	61,64%	64,18%	51,79%
Más de 50 años	38,36%	35,82%	48,21%
<b>Por género</b>			
Femenino	7,14%	14,29%	16,07%
Masculino	92,86%	85,71%	83,93%
<b>Por nacionalidad</b>			
Argentino	71,43%	71,43%	71,43%
Español	28,57%	28,57%	28,57%

## Sistemas de Comités

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

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

## Estándares para el desempeño del cargo de director

El Código de Gobierno Societario establece los estándares para el desempeño del cargo de Director, incluyendo los siguientes aspectos:

Ética y normas de conducta

Deber de confidencialidad

Conflicto de intereses

Por otro lado, la Ley General de Sociedades Comerciales, en su artículo 241, establece 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

GRI G4-DMA GRI G4-HR4 GRI G4-HR5 GRI G4-HR6 GRI G4-SO8 GRI G4-PR9

Asunto relevante N° 13

Nuestra actividad se encuentra regulada bajo las siguientes normativas, códigos y reglamentaciones:

- Normas del BCRA
- Normas CNV
- Defensa al Consumidor
- Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN)
- Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias (CPB)
- Código de Prácticas Bancarias
- Código de Conducta en Ámbito de los Mercados de Valores
- Normas SEC
- Bolsa de Comercio de Buenos Aires

Para dar respuesta a estas normativas, contamos con un sistema de cumplimiento regulatorio y normativo que se basa en:

- ▶ *La Unidad de Cumplimiento Normativo*, que vela por la efectiva operatividad de las normas y de los 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.

Durante 2015, no hemos recibido multas significativas ni sanciones no monetarias por incumplir la normativa y la legislación en general, ni relativas al suministro y el uso de productos y servicios.

Por el período 2015 no se han recibido denuncias, ni se han identificado centros o proveedores con riesgo de casos de trabajo infantil, ni de trabajo forzoso, ni en que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados.

## Novedades con respecto a la normativa

En el último año han surgido algunas modificaciones y actualizaciones con respecto a la normativa y reglamentaciones a las cuales estamos sujetos por nuestra actividad. A continuación, destacamos algunas de ellas:

- ▶ **Nuevo Código Civil y Comercial de la Nación:** A partir del 1 de agosto de 2015 entró en vigencia, introduciendo numerosas modificaciones, las cuales el Banco deberá cumplir y, en consecuencia, readecuar sus contratos y formularios. Las modificaciones más significativas se realizaron en materia de prescripción, mandato, obligaciones, defensa del consumidor y derechos reales, entre otras. Asimismo, se han realizado modificaciones a la Ley General de Sociedades Comerciales.
- ▶ **Normativa BCRA:** Con fecha 31 de julio de 2015, el BCRA ha dictado la comunicación "A" 5785, en la cual se realiza una serie de ajustes en diferentes textos ordenados, entre ellos sobre "Prevención del lavado de activos, del financiamiento del terrorismo y otras actividades ilícitas", en relación con la notificación de sanciones de la Unidad de Información Financiera (UIF) y de entes o autoridades del exterior con facultades equivalentes, y a incumplimientos a las normas antilavado.

Los cambios impactan en las normas sobre valoración de antecedentes de promotores, fundadores, miembros de los órganos de gobierno (accionistas, socios o equivalentes), de administración (directores, consejeros o autoridades equivalentes), de fiscalización (síndicos e integrantes del consejo de vigilancia o equivalentes), gerente general y subgerente general autorizado a reemplazarlo, máxima autoridad de sucursal de entidad financiera del exterior y gerentes.

- ▶ **Runor 1-1157:** Este texto ordenado incluye 7 secciones, entre ellas: apartados específicos sobre los derechos básicos de los usuarios de servicios financieros, los servicios que se le deben brindar, la publicidad de estos, la actuación del BCRA y las sanciones correspondientes, entre otros. A su vez, regula cargos y comisiones que cobran las entidades por la prestación de servicios, obligando a incluir, en todo documento suscripto entre las partes, la tasa de interés y el costo financiero total, y a reintegrar los importes cobrados indebidamente. Por otro lado, se fija una "cláusula de revocación" en los contratos de las entidades con los usuarios; y, en materia de seguros, se establece la obligación de otorgar a los usuarios la opción de elegir entre al menos tres compañías no vinculadas entre sí.

Entre las novedades, las entidades deberán contar con un servicio de atención al usuario de servicios financieros y designar a un funcionario responsable; la resolución de toda consulta o reclamo deberá efectivizarse en un plazo máximo de 20 días hábiles. Los usuarios podrán recurrir al BCRA ante la falta de respuesta satisfactoria por parte de las entidades.

Por otro lado, las entidades financieras deberán publicar en sus páginas web todos los costos, cargos, gastos, seguros, comisiones, tasas de interés y todo otro concepto que se cobre a los usuarios por los diferentes servicios y productos que comercialicen. Además, las entidades deberán comunicar al BCRA, con 90 días de antelación, las comisiones y los cargos de servicios y productos y sus eventuales modificaciones.

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

GRI G4-DMA GRI G4-56 GRI G4-57 GRI G4-58

Asunto relevante N° 12 Asunto relevante N° 24

El compromiso del Banco en relación con este tema se ve reflejado en la importancia que posee el área en la estructura organizativa, en el incremento de recursos aprobados para el área, en la mejora continua de procesos y sistemas y, principalmente, en el involucramiento de la Alta Dirección para garantizar el cumplimiento de los más altos estándares en materia de políticas y procedimientos de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

El Modelo de Gestión del Riesgo de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación de Actividades Terroristas se adaptó a las novedades de las normativas que entraron en vigencia en 2015. Se pueden destacar, dentro de dichas novedades: la implementación de la Comunicación BCRA "A" 5612 (y modificatorias), que define los pasos a seguir en cuanto a la actualización de los legajos de clientes, y la publicación de la Resolución UIF 196/15, que prevé la digitalización de legajos de clientes de alto riesgo. A su vez, el Modelo está sujeto a procesos de mejora continua, destacándose este año la revisión completa de la parametría de nuestro sistema de monitorización, denominado Mantas.

Durante 2015, continuamos profundizando el Modelo a partir de las siguientes actividades:

- **Adaptación de políticas y procedimientos a cambios normativos:** Actualización del manual de políticas y procedimientos de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo, conforme a las novedades normativas.
- **Sistemas de monitorización:** Revisión completa y análisis de la parametría del sistema de monitorización denominado Mantas, e implementación de los cambios definidos.
- **Colaboración con organizaciones internacionales y gubernamentales:** Respuesta a todos los requerimientos de información y participación en las reuniones/citaciones recibidas de los órganos reguladores y organizaciones internacionales.
- **Capacitaciones, talleres y visitas a la red de sucursales:** Se capacitaron 747 empleados mediante la participación en los comités zonales dirigidos a Directores Territoriales, Gerentes Comerciales y Gerentes de Sucursales; y a través de las visitas a sucursales y la realización de cursos específicos dirigidos a RSE/JGA (Responsable de Servicing y Jefe de Gestión Administrativa, respectivamente) y oficiales comerciales, transmitiendo las principales novedades normativas en la materia.
- **Capacitaciones por medio de e-campus:** Se capacitaron 464 empleados a través de la plataforma Campus BBVA.

## Corporate Assurance y Auditoría Interna

GRI G4-DMA GRI G4-2 GRI G4-14 GRI G4-56 GRI G4-57 GRI G4-58

### Principio de Precaución y Gestión del Riesgo

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 críticos para el ejercicio de nuestras actividades.

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 y siempre dentro del marco normativo establecido por el BCRA.

En BBVA Francés aplicamos el Principio de Precaución en todas las operaciones, manejando una exposición al riesgo para que se mantenga dentro de límites controlados, de manera de preservar la solvencia de la entidad. Dicho Principio no sólo se relaciona con aspectos financieros, sino también con 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.

Contamos con las siguientes normas, las cuales se revisan y actualizan periódicamente:

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

BBVA Francés establece 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**

Existen personas de relevancia pública (miembros de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial) que podrían llegar a ejercer influencia o a tomar decisiones que afectan al Banco, o a alguna de las sociedades que lo componen. En estos casos, el área de Riesgos analizará la viabilidad de cada pedido de financiación en forma específica, dada la sensibilidad inherente a este colectivo de clientes.

## Riesgo Reputacional

Todos tenemos una Reputación a título personal que se concreta en cómo nos perciben las personas con las que nos relacionamos. En el ámbito empresarial, el equivalente es la Reputación Corporativa.

En BBVA Francés definimos a la Reputación Corporativa como a 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, entre otros) tienen del Banco.

Por ello, el seguimiento de la evolución de estas percepciones es básico para la identificación y gestión adecuada de los Riesgos Reputacionales.

Es muy importante tomar conciencia de la existencia de los riesgos reputacionales y considerarlos en la toma de decisiones.

Desde hace algunos años, BBVA Francés viene realizando ejercicios de identificación y priorización de riesgos reputacionales a diferentes niveles y desde 2015 a través de su Comité Operativo de Riesgos Reputacionales.

## Gestión, control y prevención del fraude

Las políticas y los procedimientos internos, tendientes a garantizar la Prevención del Fraude, siguen siendo una parte central de las actividades llevadas a cabo en las áreas de Seguridad de BBVA Francés.

Durante el último año, se realizaron diferentes revisiones y ejercicios de *ciberseguridad*, tendientes a comprobar la efectividad de los procesos de control existentes, así como detectar eventuales oportunidades de mejora en la implementación de nuevas herramientas de prevención; tareas enmarcadas en la mejora continua de estos procesos, en forma permanente en el tiempo.





BBVA Francés continúa haciendo de las acciones de concientización apuntadas a clientes uno de los complementos fundamentales de todo el esquema de seguridad implementado en sus diferentes canales. Además, se ha avanzado en el refuerzo de acciones de concientización apuntadas a personal interno, tanto de áreas operativas y comerciales como de áreas técnicas.

Como ya es habitual, 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, procesos de identificación positiva, tarjetas coordinadas, y tokens, entre otros. Estos se continúan desarrollando y expandiendo como herramientas de protección y seguridad ofrecidas a nuestros clientes.

El análisis y la evaluación del Fraude Informático es un permanente objeto de seguimiento, con referentes y especialistas del Banco en la búsqueda constante para definir los mejores cursos de acción para controlarlo y prevenirlo.

## Principios de Ecuador: financiación de proyectos

Los Principios de Ecuador han sido incorporados a la normativa interna de BBVA Francés. Esto implica un compromiso para determinar, evaluar y gestionar los riesgos sociales y ambientales en la financiación de proyectos. Cada proyecto que el Banco va a financiar, como las actividades de asesoría que realice, quedan reguladas y asimismo se describe la metodología de valoración y administración del riesgo ambiental y social.

Los empleados actualizan sus conocimientos sobre el tema mediante 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 la 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 principal función de Auditoría Interna es asegurar la evaluación y el monitoreo constante del funcionamiento adecuado del sistema de control interno del Banco. Realiza una actividad permanente, independiente, imparcial y objetiva de consulta y evaluación de los sistemas de control interno y gestión de riesgo de la organización.

También, realiza testeos del sistema de control interno, de acuerdo con los lineamientos y las consideraciones de los entes reguladores, además de verificar el cumplimiento del Programa de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo y otros controles relacionados.

Por otro lado, se recibió una inspección por parte de la Gerencia de Control de Auditores del BCRA, verificando el cumplimiento de las normas mínimas sobre controles internos de BBVA Banco Francés S.A. por el período comprendido entre el 1 de enero de 2014 y el 31 de diciembre de 2014.

En el año se elaboraron 35 informes de Auditoría sobre procesos en la Red de Oficinas, incluyendo revisiones in situ y a distancia, 24 informes de Auditoría Financiera (incluyendo Procesos del Banco, Pensiones y Seguros, Negocios Globales y Sociedades Vinculadas), 3 informes de Auditoría de Sistemas y 33 trabajos regulatorios (comprende los de Auditoría de la Tecnología).

El Comité de Auditoría se reúne mensualmente para tomar conocimiento de los informes emitidos, analizando y evaluando los temas relevantes y haciendo recomendaciones a las áreas auditadas con su consiguiente seguimiento y control.

## Nuevo Código de Conducta

GRI G4-DMA GRI G4-41 GRI G4-56 GRI G4-57 GRI G4-58 GRI G4-SO3 GRI G4-SO4 GRI G4-SO5

Asunto relevante N° 14

En agosto de 2015, el Directorio de BBVA Francés aprobó el nuevo Código de Conducta. Este Código establece una estructura moderna y dinámica, y la incorporación de la temática asociada a las nuevas tecnologías, basada en valores y en la identificación de conductas sobre 3 pilares básicos (cumplimiento de la ley, cumplimiento de normas/políticas de BBVA Francés y la trascendencia pública del comportamiento) y en relación con el cliente, la sociedad, nuestros compañeros y con la empresa.

Todos cuantos integran BBVA Francés y Empresas del Grupo deben comportarse con respeto a las leyes y normas aplicables, de manera íntegra y transparente, con la prudencia y la profesionalidad que corresponde al impacto social de la actividad financiera y a la confianza que nuestros accionistas y clientes han depositado en nosotros.

El Código de Conducta trata los siguientes temas: Derechos Humanos, compromiso con la Responsabilidad Corporativa, los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, criterios de anticorrupción, Convenios de la Organización Internacional del Trabajo. Asimismo, incluye procedimientos implantando para la resolución de conflictos de intereses en todos los ámbitos del Banco.

Durante 2015, se capacitaron a 269 empleados bajo la modalidad *e-learning*. Presencialmente, se capacitó a 116 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 ha realizado una difusión masiva del lanzamiento y contenido del nuevo CDC, a toda la plantilla del Banco mediante mails y en la revista *Protagonista*.

El nuevo Código establece en su clausulado una relación directa con las normativas vigentes, tanto locales como corporativas. Asimismo, el Comité de Gestión de la Integridad Corporativa tiene encomendada la función de velar por la efectiva aplicación de este Código.

Se establecen 3 canales de denuncia: Supervisor o Recursos Humanos, Casilla de correo o teléfono local y Casilla de correo o teléfono a nivel Grupo BBVA.

Una vez recibidas las denuncias, el Comité de Gestión de la Integridad Corporativa es el responsable de tratar el caso y de darle una solución. Durante 2015 no se presentaron casos que ameritaran la convocatoria del Comité.

Por otro lado, en 2015 se aprobó y se encuentra vigente el Código de Conducta en el ámbito de los mercados de valores.

Se incorporan principios y criterios generales de actuación comúnmente aceptados a nivel internacional y dirigido a preservar la integridad en los mercados. Define pautas de actuación mínimas para los integrantes del Banco en relación con el 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.



# Prioridades estratégicas

GRI G4-DMA GRI G4-2 GRI G4-14

Asunto relevante N° 11

BBVA Francés ha continuado impulsando su Plan de Negocio Responsable, el cual se desarrolla a través de tres prioridades estratégicas:

- 1) Comunicación transparente, clara y responsable (Comunicación TCR)
- 2) Educación Financiera
- 3) Productos de alto impacto social

## Comunicación TCR

GRI G4-DMA GRI G4-PR3 GRI G4-PR4 GRI G4-FS15

Asunto relevante N° 2

Comunicar en un lenguaje transparente, claro y responsable ayuda al cliente a tomar una decisión financiera informada y es clave para generar confianza.

La transparencia y la claridad son fundamentales para ayudar a que las personas entiendan siempre los productos que contratan. Toda comunicación con el cliente, cualquier documento o contrato debe ser claro y transparente.

TRANSPARENTE	CLARA	RESPONSABLE
<ul style="list-style-type: none"><li>• Aporta toda la información relevante.</li><li>• Mantiene un equilibrio entre las ventajas y los costos del producto/servicio.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utiliza un lenguaje llano, fácil de entender y adecuado a los conocimientos de cada cliente.</li><li>• Facilita la comprensión, evitando malos entendidos para el cliente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Favorece una correcta y responsable toma de decisiones.</li><li>• Cuida los intereses del cliente en el corto, medio y largo plazo.</li></ul>

Para lograrlo, el Banco ha desarrollado fichas para facilitar la toma de decisiones en la contratación de productos, así como nuevos contratos que están redactados pensando en el cliente, con un lenguaje sencillo, claro y preciso.

Además estamos trabajando para que la Comunicación TCR se amplíe al ámbito digital, identificando y priorizando buenas prácticas TCR en entornos digitales.

### Fichas de productos TCR:

- Material de apoyo a la venta, entregable durante el proceso de venta (impreso o digital).
- Brinda al cliente la información necesaria para decidir la compra.
- Información estructurada en preguntas y respuestas.
- Incluye ventajas, detalle de comisiones y riesgos.
- Tono didáctico. Sin letra chica.

Ejemplos: Fichas de los principales productos a disposición de las sucursales en Intranet para su impresión y entrega a clientes.

### Contratos TCR

Se han reformulado varios contratos actuales con criterios TCR:

- Documento equilibrado Banco - Cliente.
- Formula derechos y obligaciones de ambas partes.
- Agrupa la información.
- Utiliza un lenguaje más próximo al cotidiano.
- Incluye un glosario para términos complejos.
- Advierte sobre la importancia de su lectura previa a la firma.

Ejemplos: Contratos de tarjeta de crédito y multiproducto transformados a formato TCR.

En el período 2015 no hemos recibido denuncias por incumplimiento de la regulación o códigos voluntarios relativos a la información de los servicios ofrecidos.

## Educación Financiera

GRI G4-DMA GRI G4-SO1 GRI G4-FS7 GRI G4-FS16

Asunto relevante N° 20-Asunto relevante N° 25

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.

Por tal motivo, la Educación Financiera es uno de los ejes estratégicos de nuestro Plan de Negocio Responsable. En 2009 se lanzó el Plan de Educación Financiera, siendo un programa de alcance global consolidado en todo el Grupo BBVA, nuestro accionista principal, 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.

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

GRI G4-EC8 GRI G4-FS14

El Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés consiste en un programa de becas individuales, anuales y renovables, que busca la integración y permanencia en el sistema educativo de jóvenes de entre 12 y 19 años de familias de bajos ingresos económicos.

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 la recarga de las tarjetas de los becados. 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, y promovemos que el alumno asuma compromisos de manera responsable en sus estudios, en la relación con su entorno y en la administración del dinero que recibe mensualmente.

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

## Desarrollo del Programa en 2015

El desafío para 2015 fue sostener y aumentar la cantidad de becas durante el año, generar un alto impacto social con el programa, superar los resultados del año anterior de auditoría interna de la presentación de rendiciones por parte de los becados y generar mayor visibilidad del programa mediante la difusión en los medios y la creación del nuevo Programa Diplomáticos por la Educación, los cuales fueron alcanzados.

También se dio inicio al Programa Diplomáticos por la Educación dando comienzo a la celebración del 10° aniversario del Programa de Becas, a celebrarse en 2016, donde el embajador de España en la Argentina acompañado por el consejero económico y comercial de la embajada visitaron la Provincia de Salta. La agenda de actividades constó de un recorrido por el Centro Educativo Fe y Alegría N° 8171 de Salta, en el barrio de Solidaridad, una audiencia con el Gobernador de Salta, y luego un almuerzo con referentes del ámbito político y empresarial. Asimismo visitó la sucursal de BBVA Francés para la entrega de diplomas de egresados de los becados y por la noche disfrutaron de un concierto de Canto Lírico del Instituto Superior de Arte del Teatro Colón.

En la Provincia de Santiago del Estero se abrió un nuevo centro de becas en convenio con la Institución Salesiana San Francisco Solano. Este nuevo centro beneficia a 24 alumnos.

## Resultados 2015

Podemos afirmar que los resultados de 2015 fueron positivos, ya que se ha logrado 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 el año el Programa trabajó con 22 ONG, 33 centros educativos y 235 colegios, en 13 provincias y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, llegando a 28 localidades. Fueron beneficiados 1.452 alumnos y hubo 20 Talleres de Expresión Artística.

En 2015, como resultado de las donaciones de personas físicas o jurídicas, 127 alumnos se vieron beneficiados con la beca: 15 por medio de la donación de directivos y empleados del BBVA Francés y 112 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 (CABA) con 50 becados, la Federación Económica de Tucumán (San Miguel de Tucumán) con 20 becados, Cáritas Tucumán (San Miguel de Tucumán) con 27 becados. En la Fundación Marina Echenique, Boca Social donó 10 becas.

Valor monetario de los productos y servicios destinados a proporcionar un beneficio social

**22**  
ONGs



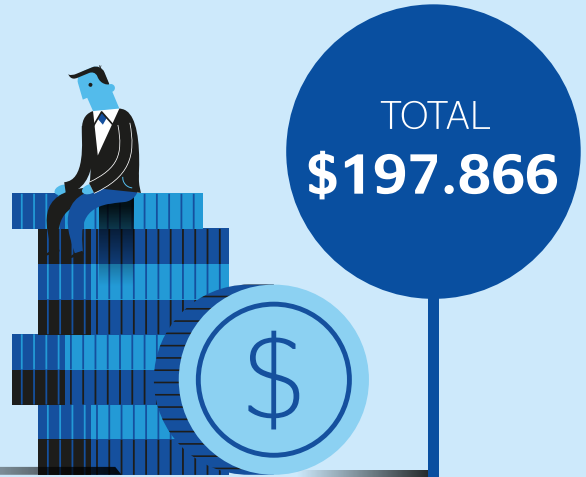
**1.452**  
BECADOS

**\$71.570**

Gastos anuales por producto: tarjeta recargable (incluye los costos por los conceptos de renovación, emisión, recarga tarjetas y extracción en cajeros automáticos)

**\$126.296**

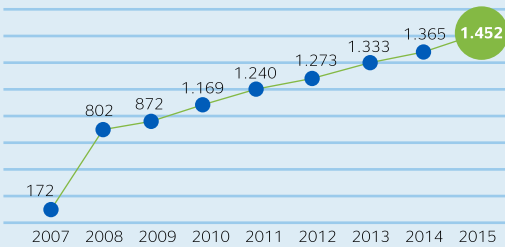
Gastos anuales por producto: cuenta corriente (incluye el costo por mantenimiento de cc)



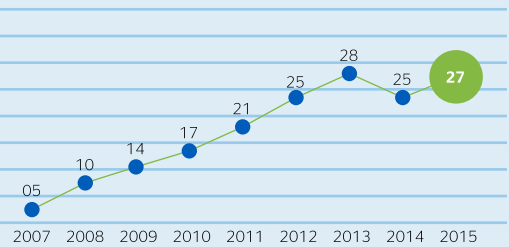
Evolución del Programa

La evolución del programa a lo largo de sus nueve años fue la siguiente:

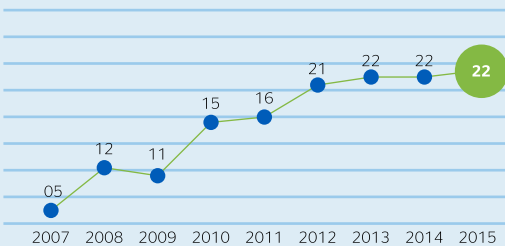
**1.452** Becas



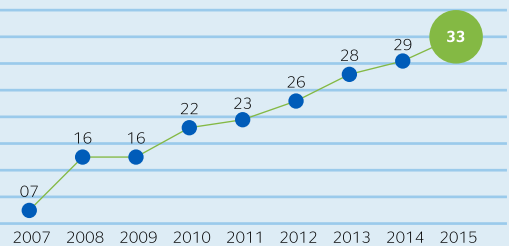
**27** Sucursales Involucradas



**22** ONG



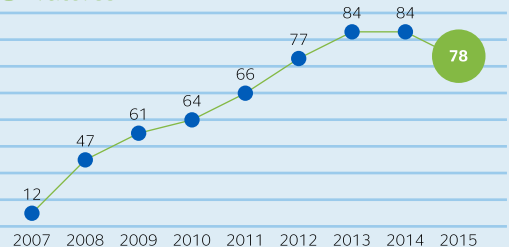
**33** Centros Educativos



**235** Colegios



**78** Tutores



ONG	CENTRO	LOCALIDAD	PROVINCIA	Cantidad de Becados					Total por centro	Total por ONG
				Secundarios	Taller de Formación Profesional	Donación directivos y empleados	Donación particulares	Donación personas jurídicas		
Asociación Católica de Empleadas	Instituto Monseñor de Andrea	B° Centro	Córdoba	25		2			27	27
Asociación Civil Fe y Alegría	Fe y Alegría - I.S. 68	B° Ongay - Corrientes	Corrientes	53					53	108
	Centro Educativo Fe y Alegría N° 8171	B° Solidaridad - Salta	Salta	55					55	
Asociación Civil La Educadora Compañía de Jesús	Centro Educativo Padre José María Llorens	Barrio San Martín- Mendoza Capital	Mendoza	101		2			101	101
Cáritas San Isidro	Obra Comunitaria Marcelino Champagnat	Tigre	Buenos Aires	35					35	70
	Centro Familiar San Juan Bautista	Gral. Pacheco - B° Ricardo Rojas	Buenos Aires	35					35	
Boca Social	Boca Social - Club Atlético Boca Juniors	La Boca	C.A.B.A	20				50	70	70
Colegio Carmen Arriola de Marín	Colegio Carmen Arriola de Marín	Boulogne	Buenos Aires	76		1			77	77
Colegio Madre Teresa	Colegio Madre Teresa	Virreyes - San Fernando	Buenos Aires	97					97	97
Federación Económica de Tucumán	Municipalidad de San Miguel de Tucumán	Tucumán	Tucumán	20				20	40	40
Fundación Brazos Abiertos	Fundación Brazos Abiertos	Posadas	Misiones	32					32	32
Fundación Cáritas	Centro Integral "Casa del Niño Lourdes"	Berazategui	Buenos Aires	70					70	70
Fundación Mano Amiga	Colegio Mano Amiga	Pilar	Buenos Aires	38		5			43	43
Fundación Marina Echenique	Fundación Marina Echenique	San Juan	San Juan	15		1		10	26	26
Fundación Marista	Casa Corazón de María	Merlo	Buenos Aires	40					40	65
	Escuela Marcelino Champagnat	Rosario	Santa Fe	25					25	
Fundación Obra del Padre Juan Corti	Colegio San José Obrero	Comodoro Rivadavia	Chubut	25					25	25



ONG	CENTRO	LOCALIDAD	PROVINCIA	Cantidad de Becados					Total por centro	Total por ONG
				Secundarios	Taller de Formación Profesional	Donación directivos y empleados	Donación particulares	Donación personas jurídicas		
Fundación Pan de Vida	Chacra La Merced	Córdoba	Córdoba	40		1			41	41
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		1			30	56
	Instituto Nazaret			26					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	280
	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	26		2			28	
Institución Salesiana San Francisco Solano	Institución Educativa Salesiana San Antonio de Padua	Córdoba	Córdoba	19		1			20	53
	Parroquia San Juan Bosco	Córdoba	Córdoba	9					09	
	Oratorio Don Bosco	Santiago del Estero	Santiago del Estero	24					24	
Centro de Servicios para el Desarrollo Local Asociación Civil	Las Tunas ONG	Gral. Pacheco - Tigre	Buenos Aires	60		1			61	61
Parroquia Nuestra Señora del Carmen	Centro Comunitario de Promoción Humana "Enrique Shaw"	Berazategui	Buenos Aires	22					22	35
	Gral. Pacheco - Tigre	Quilmes Oeste	Buenos Aires	13					13	
Cáritas Tucumán	Parroquia Monserrat	Tucumán	Tucumán	10				3	13	50
	Parroquia Sagrada Familia	Tucumán	Tucumán					12	12	
	Parroquia Santísimo Sacramento	Tucumán	Tucumán	10					10	
	Parroquia San Juan de la Cruz	Tucumán	Tucumán	3				12	15	
<b>TOTAL</b>				<b>1.307</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>112</b>	<b>1.452</b>	



22 ONGs aliadas



235 COLEGIOS



CENTROS EDUCATIVOS 33



13 PROVINCIAS Y CABA  
28 LOCALIDADES

1.452 ALUMNOS



20 Talleres de Expresión Artística

### Gestión del Programa de Educación Financiera

La gestión del programa se desarrolla de la siguiente manera:

Al comienzo del año, celebramos un acuerdo anual con una ONG que actúa en una comunidad educativa. Esa ONG presenta al alumno como candidato a ser becado.

Con el acuerdo firmado, el Banco toma al alumno becado como cliente extendiéndole una tarjeta VISA Recargable, a través de la que recibe su beca cada mes. Además, brindamos una donación mensual a cada ONG para cubrir los costos de gestión del Programa. La ONG realiza el trabajo directo con los alumnos, asumiendo la responsabilidad de brindar tutoría personal y grupal.

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 y aprovechar las ventajas de comprar con tarjeta en comercios adheridos. La integración de estos jóvenes al sistema bancario fomenta una inclusión social real y sostenida en el tiempo.

El alumno tiene el deber de consumir la totalidad del monto de la beca mes tras mes, ya que no está contemplado el ahorro en el monto que percibe, favoreciendo a una planificación en la administración del dinero. Un equipo de profesionales que gestiona desde el Banco el Programa,

junto con los tutores, ayuda al becado en este proceso, orientándolo para utilizar el dinero de la beca de acuerdo con 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 todos los meses.

En pos de ganar eficiencia en la gestión del Programa, desarrollamos un aplicativo especial. En 2015 se continuó con el desarrollo del Aplicativo del Programa Becas de Integración, con el objetivo de sumarle funciones. El nuevo centro de Santiago del Estero tuvo capacitación en el uso de este aplicativo. Con ellos, ya son 33 los centros que lo utilizan para cargar las rendiciones de los becados y solicitar la carga de las tarjetas.

### Evaluación y Auditoría del Programa

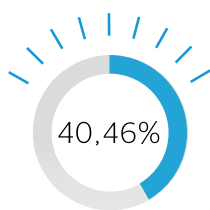
Como todos los años, se realiza una minuciosa medición de impacto social, utilizando una metodología de investigación que permite triangular datos y perspectivas de los actores que participan del programa sobre la base de técnicas cualitativas y cuantitativas, a partir de una muestra representativa con el 95,5% de confianza. La medición del impacto social 2015 estuvo a cargo del Lic. Daniel Arroyo, director del estudio Arroyo Consultores, y las principales conclusiones fueron:



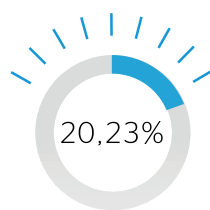
#### Características de los padres de los jóvenes becados



**44%** de los hogares recibe ayuda económica del Estado



Jefes de hogar son asalariados formales



Jefes de hogar con trabajos informales

**24,70%**

de los padres tienen primario completo

**25,90%**

de los padres finalizó sus estudios secundarios

#### Opinión de los becados sobre el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés

Desde que recibieron la beca...



#### Opinión de los padres de los becados sobre el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés



El Informe de Auditoría 2015 está a cargo de del estudio contable Friz y, de acuerdo con los informes emitidos, el porcentaje general de rendiciones durante 2015 fue de 94,83%. Casi la totalidad de los niños entregaron sus rendiciones y ha mejorado la calidad de los comprobantes que entregan, el uso de tarjetas de débito y el manejo de compras y documentación comercial. Las principales conclusiones en este aspecto fueron:

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

Podemos observar que el porcentaje general anual es de **94,83%**; 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 observar una altísima rendición con comprobantes, siendo el promedio anual de **93,63%**.

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

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

#### 4. Conclusiones generales

Se observó a lo largo de 2015 un altísimo cumplimiento de rendición de los niños y, en forma casi completa, de los desembolsos recibidos. Año a año, han mejorado la calidad de los comprobantes que entregan, el uso de tarjetas de débito y el manejo de compras y documentación comercial.

## TESTIMONIOS

“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 al pasar los años uno va aprendiendo cómo 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”.

Samanta

“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 sabés 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 ayuda muchísimo en el comportamiento. No tiene ninguna falencia, nos ayuda a crecer como persona en todo sentido”.

Mauro

En 2015 la inversión que BBVA Francés realizó en el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés fue de **\$14.503.065**, incluyendo en este el Programa Artistas por la Educación y el Programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs.

## Programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs

El objetivo principal del programa es atender a las necesidades de formación, 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, además de estrechar los vínculos entre este grupo de empresas y BBVA Francés.

Conjuntamente con la Universidad Católica Argentina (UCA), presentamos una plataforma integral de premios, formación, financiación y reconocimiento para pequeñas y medianas empresas (PyMEs) denominado “Camino al Éxito”.

El programa de formación presencial de “Camino al Éxito” ha sido creado específicamente para

la PyME argentina, por los expertos de la Universidad Católica de Argentina. Las 30 PyMEs participantes realizaron la elaboración de un plan de crecimiento propio, que les permitió incrementar su competitividad y conseguir el premio al mejor proyecto en cada una de las categorías.

El Programa ofreció 32 horas de formación presencial práctica y enfocada en PyMEs en grupos reducidos de empresas con similares características. Las PyMEs participantes contaron con el asesoramiento individualizado de expertos de la UCA para el desarrollo de su proyecto de crecimiento. Los contenidos generales sobre los que se centró el Programa fueron:

- Diagnóstico y análisis de la industria
- Liderazgo estratégico
- Innovación y creatividad
- Impacto económico
- Modelo de negocio
- Proyecto de crecimiento

Se premiaron cinco categorías y los ganadores por cada una de ellas fueron: Innovación, Beoton, fabricante de aditivos; Impacto Económico, Nuxen, fabricante de prótesis estéticas; Impacto Social, Diseños JERY, fabricante de sillas de rueda; y Expansión Geográfica y Favorito del Público, Award Support, consultora integral de tecnología de la información.

## Productos de alto impacto social

GRI G4-DMA GRI G4-FS7 GRI G4-FS8

Asunto relevante N° 6-Asunto relevante N° 20

### 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. Para ello facilita productos y servicios financieros, asesoría, capacitación y acompañamiento, que generan impactos positivos en las actividades económicas de los emprendedores y favorecen, adicionalmente, la permanencia de sus hijos dentro del sistema educativo, así como mejoras en los indicadores de salud y en la infraestructura de sus viviendas.

Desde su constitución, ha entregado créditos por valor de 7.176 millones de dólares, en términos acumulados, a más de 5 millones de emprendedores de bajos recursos para el desarrollo de sus actividades productivas (2007-2015), a los que también les presta asesoría y capacitación. Actualmente es una iniciativa con impacto indirecto en 6,9 millones de personas y uno de los principales operadores por número de clientes, con metodología individual, en América Latina.

Al final de 2015, la Fundación Microfinanzas BBVA atiende a 1.712.801 emprendedores, de los que el 83% se encuentra en situación de vulnerabilidad, a los que tiene concedidos 998 millones de dólares.

Más de la mitad de los emprendedores que accede al sistema financiero gracias a la labor de la Fundación Microfinanzas BBVA son mujeres, lo que contribuye de manera directa a reducir la desigualdad de género.

En Argentina, donde la Fundación Microfinanzas BBVA está presente a través de Contigo Microfinanzas a cierre de 2015, apoya a 170 emprendedores, de los que el 68% son mujeres.

(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 que la Fundación Microfinanzas BBVA no forma parte del grupo financiero BBVA. Como consecuencia de lo anterior, el Grupo BBVA ni gestiona ni responde de la actividad desarrollada por la Fundación o por las entidades financieras que la Fundación adquiera para el cumplimiento de sus fines.

La Fundación Microfinanzas BBVA ha sido reconocida en 2015 por el Fondo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU como una de las 13 instituciones privadas mundiales que forman parte de su Grupo Asesor del Sector Privado.

Con el nombre “Midiendo lo que realmente importa”, la Fundación publica anualmente su Informe de Desempeño (Informe Desempeño 2014 FMBBVA), que resume las principales magnitudes del impacto de su actividad en la vida de sus clientes, a nivel agregado en la región y en cada una de las geografías en las que está presente. Este sistema de medición social ha sido destacado por la ONU y es referencia para el sector.

Por otra parte, la Fundación Microfinanzas BBVA ha sido reconocida este año por el Fondo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU como una de las 13 instituciones privadas mundiales que forman parte de su Grupo Asesor del Sector Privado.

Además, ha formalizado un acuerdo de colaboración con la Agencia de Naciones Unidas para la Igualdad de Género y Empoderamiento de la Mujer con el objetivo de favorecer el enorme potencial de emprendimiento de las mujeres y su capacidad para impactar en la reducción de la pobreza y convertirse en motor de prosperidad. También participa en el proyecto Microfinanzas para Adaptación al Cambio Climático del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, para que los clientes rurales de bajos ingresos adapten sus cultivos al cambio climático.

De cara a 2016, se persigue incrementar la escala y el alcance con una propuesta de valor ampliada que asegure el desarrollo y progreso de los emprendedores a través de soluciones tecnológicas, además de mejorar la eficiencia, los procesos y el aprovechamiento de las sinergias del Grupo.

## Apoyo a PyMEs

La inclusión financiera es uno de los aspectos más relevantes en 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.

Mantenemos alianzas con organismos gubernamentales e instituciones nacionales e internacionales, trabajando conjuntamente en líneas de préstamos con financiamiento especial para PyMEs: Agencia Calidad San Juan, Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) y el Banco Central de la República Argentina (BCRA), entre otras.

En 2015, realizamos 17 capacitaciones de comercio exterior para PyMEs, con la participación de 1.049 asistentes. Las jornadas incluyeron talleres de actualización normativa y cambios para operadores de comercio internacional que se desempeñan en dichas compañías, además de reuniones para sus directivos y gerentes, con disertantes que expusieron sobre actualidad económica, política, entre otros temas.

Nuestros eventos están destinados a clientes y no clientes que operan en el comercio internacional. Las capacitaciones fueron realizadas en distintos puntos del país, incluyendo la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las provincias de Buenos Aires, Mendoza, Córdoba y Santa Fe. Han sido organizadas en conjunto con diversas entidades: Cámara de Comercio Industria y Producción de la República Argentina (CACIPRA), Cámara de Comercio Argentino Chilena (CCACH), Cámara de Comercio Argentino Brasileña (CAMBRAS), Cámara de Comercio Exterior de Cuyo, Cámara de Comercio de Córdoba, Cámara de Comercio e Industria de Chivilcoy y Bodegas de Argentina.

	2015	2014	2013
Stock de financiamiento a PyMEs (en millones de pesos)	9.896	6.514	5.321

Préstamos a Empresas con Líneas de Financiamiento Especial (en millones de pesos)	2015		2014		2013	
	Operaciones realizadas	Total liquidado	Operaciones realizadas	Total liquidado	Operaciones realizadas	Total liquidado
Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR)	-	-	-	-	2	2.695
Calidad San Juan	4	3.000	10	3.500	4	3.000
Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) PESOS - Proyectos de inversión	2	32.000	1	10.000	-	-
SGR	26	38.000	18	31.884	36	45.085
Programa del Bicentenario	-	-	-	-	3	12.700
INYM Misiones	3	23.500	-	-	-	-

Nota: Los totales liquidados reportados en el presente Informe corresponden a operaciones con fecha alta año fiscal 2015.

## 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 (excepto el pago del seguro de vida sobre el préstamo).

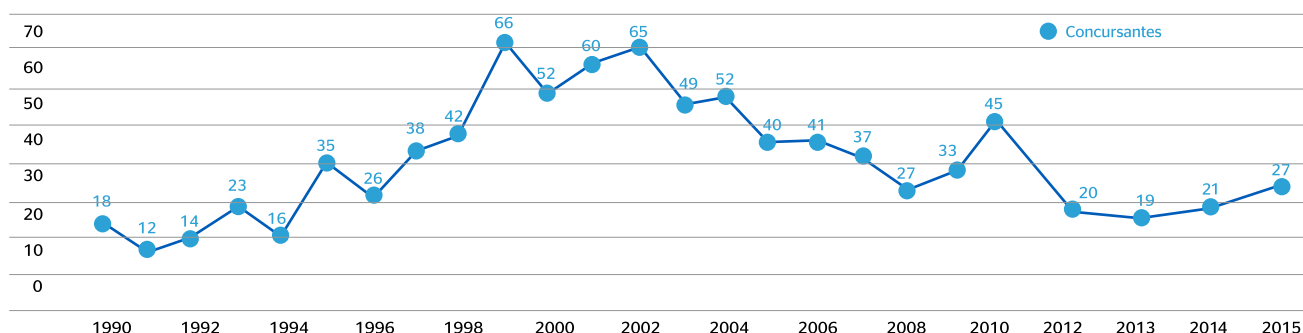
A su vez, contamos con un acuerdo de colaboración con Boca Juniors, orientado a contribuir al mejoramiento de la sociedad, para que jóvenes de entre 12 y 19 años de hogares de bajos ingresos económicos puedan finalizar sus estudios secundarios.

## Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés 2015

En 2015 se realizó la vigesimosexta 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.



### Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés



Esta edición contó con 27 trabajos presentados provenientes de las provincias de Buenos Aires, Chubut, Córdoba, Entre Ríos, La Pampa, Mendoza, Santa Fe, Santiago del Estero, Tucumán y Capital Federal.

El Gran Premio Emprendedor Agropecuario 2015 fue otorgado al ingeniero agrónomo Hernán Testa, de Lúpulo de la Patagonia y Paluan SRL, por su trabajo “Lúpulo de la Patagonia”, de la localidad de Lago Puelo, provincia de Chubut.

### Ganador Gran Premio Emprendedor Agropecuario 2015 “Lúpulo de la Patagonia”

Es un emprendimiento que surge en 2011 como un desprendimiento de la empresa proveedora de lúpulo a la principal empresa cervecera del país, con el objetivo de aprovechar los cambios en la demanda de lúpulo, consecuencia de la diferenciación de los tipos de cervezas que demanda el mercado consumidor. Este nuevo sector incluye la fabricación de cerveza casera y cervecerías artesanales de distintos tamaños, todas ellas demandantes de lúpulos especiales para dar sabor particular a cada una.

Implicó un cambio sustancial de producir un “commodity” a “specialities”, con una clientela numerosa (actualmente 250 clientes), demandante de poca cantidad de producto y dispersa en casi todas las provincias.

Para este cambio de la demanda debieron adaptar diferentes variedades, ambientes y formas de procesamiento/elaboración para obtener lúpulos diferenciados, lo cual requirió cambios en los distintos procesos con la utilización de herramientas (parámetros de calidad con análisis específicos y software) para la diferenciación y la trazabilidad de los productos. También implicó un cambio en la manera de atender a cada cliente y en la logística para distribuir, en forma segura, pequeños volúmenes a grandes distancias.

También, se entregaron nueve distinciones y una mención en las distintas categorías del Certamen a trabajos pertenecientes a las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Chubut, Entre Ríos, La Pampa y Santa Fe.

Los ganadores de la vigesimosexta edición 2015 fueron:

#### **Categoría “Actividad agropecuaria en la que se manifiesta ingeniosidad empresarial”**

- ▶ **1° Premio:** “Lúpulo de la Patagonia”, Autor: Ingeniero Agrónomo Hernán Testa de la localidad de Lago Puelo, provincia de Chubut.
- ▶ **2° Premio:** “Integración familiar a lo largo de la cadena de valor porcina”, Autor: Martín Castelli de la localidad de Chañar Ladeado, provincia de Santa Fe.

#### **Categoría “Actividad agropecuaria con orientación tecnológica y productiva”**

- ▶ **1° Premio:** “Rayen Laboratorios SRL 20 años. Compromiso y calidad para la industria semillera, Autores: María Alejandra Petinari y Raúl Horacio Costa de la localidad de Pergamino, provincia de Buenos Aires.
- ▶ **2° Premio:** “Ceres”, Autor: Alberto Delorenzi de San Antonio de la localidad de Areco, provincia de Buenos Aires.

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

- ▶ **1° Premio:** “Instituto Privado Fundación Sociedad Rural Argentina”, Autor: Ingeniero Agrónomo Marcelo Ariel Montani de la localidad de Realicó, provincia de La Pampa.
- ▶ **2° Premio:** “Escuela de Educación Técnico Profesional N° 487,” Autor: Ingeniera Agrónoma Patricia Edith González de la localidad de Malabrigo, provincia de Santa Fe.



**Categoría “Actividad agropecuaria orientación ecológica y conservacionista”**

- ▶ 1° Premio: “Finca Biodinámica La Matilde”, Autor: Cristian Nicolás Mare de la localidad de San Javier, provincia de Córdoba.
- ▶ 2° Premio: “Solum Conservación de Suelos”, Autores: Ingeniero Agrónomo Mariano Saluzzio, Ingeniero Agrónomo Adrián Kinderknecht, Ingeniero Agrónomo Javier Noir de la localidad de Crespo, provincia de Entre Ríos.

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

- ▶ 1° Premio: “Achalay Sustentable”, Autores: Ingeniero Agrónomo Mariano Salerno y Licenciado Ignacio Delfino de la Ciudad de Buenos Aires, provincia de Buenos Aires.
- ▶ Mención: “Creación de una pequeña cuenca láctea caprina y refuncionalización de una planta láctea abandonada. La Majadita, quesos de cabra”, Autor: Lydia Juárez de la localidad Gutenberg, provincia de Córdoba.

# Gestión responsable de clientes

Asunto relevante N° 1-Asunto relevante N° 3-Asunto relevante N° 4

## Calidad de servicio al cliente

GRI G4-DMA GRI G4-PR5

Continuamente trabajamos para mejorar la experiencia del cliente, con el objetivo de lograr la diferenciación por la calidad de servicio.

Es por ello que, por tercer año consecutivo, somos el Banco más recomendado por nuestros clientes, posicionándonos como líderes con el mejor NPS (Net Promoter Score) del mercado, según el Estudio Sindicado de Calidad. También logramos una fuerte mejora en el posicionamiento en Altas Rentas, pasando del 6° al 2° lugar en el ranking de Bancos 2015.



Nuestro Plan de Calidad se basa en seis ejes de trabajo y, a continuación, exponemos los principales resultados y actividades del período.

### ► **Arquitectura - Herramientas de Medición**

En agosto realizamos la medición del IRENE interno. Este estudio mide la percepción que tienen las Redes Comerciales respecto del servicio que reciben de sus proveedores internos (servicios brindados por Áreas Centrales) y de los cuales dependen para proporcionar un buen servicio al cliente. Este año los servicios evaluados fueron:

- Admisión Riesgos BM
- Admisión Riesgos BE
- RR.HH. (Cobertura de Vacantes)
- Help Desk
- PLD (Prevención de Lavado de Dinero)

Esta medición tiene como objetivo específico identificar la importancia de los servicios centrales para la Red, críticos y no críticos; conocer el impacto que tienen en la satisfacción y recomendación del cliente externo; identificar fortalezas y debilidades en la prestación de los Servicios Centrales de cara a la atención al cliente; identificar los atributos a valorar; y definir líneas de acción y objetivos de mejora de cada servicio poniendo al cliente como centro.

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, para así definir acciones a futuro en caso de no alcanzar el progreso esperado.

Recomendación de clientes (1)	2015	2014	2013
NPS	38%	40%	40%
% Promotores (9 y 10)	50%	51%	50%
% Neutros (7 y 8)	38%	38%	37%
% Detractores (0 a 6)	12%	11%	10%

(1) Fuente: Encuesta de Satisfacción de Clientes - Estudio Sindicado de Bancos 2015, Consultora Knack Argentina S.A.

Durante 2015, por tercer año consecutivo, mantuvimos el nivel de satisfacción general del Banco en 8,5 puntos.

Encuesta de satisfacción - Indicadores clásicos (1)	2015	2014	2013
Nivel de satisfacción general del Banco (sobre 10 puntos)	8,5	8,5	8,5

(1) Encuesta de Satisfacción de Clientes, del Estudio Sindicado de Bancos 2015, realizado por la Consultora Knack Argentina S.A.

### ► Mejora de la Experiencia del Cliente

Con el fin de hacer del NPS nuestra filosofía de negocio, en 2015 trabajamos en el NPS 2.0, una nueva herramienta que nos permite medir la percepción del cliente en cada una de las sucursales en forma inmediata. Este proceso de transformación contribuyó a evolucionar en la experiencia que vivencian nuestros clientes al operar con la sucursal:

- Acercando la voz del cliente a cada uno de los colaboradores
- Compartiendo resultados en forma inmediata
- Brindando herramientas de dashboards estratégicos y operativos
- Brindando herramientas para poder cerrar el círculo con el cliente
- Logrando autogestión de la calidad en la red de sucursales

Con el objetivo de agilizar la resolución de los problemas y de hacer la vida del cliente más fácil, incorporamos a nuestro modelo de resolución de reclamos *First Contact Resolution* (FCR), dos nuevos subtipos de reclamos: "Tarjeta de Crédito sin Consumo" y "Desconoce Producto" y, a su vez, acompañamos esta mejora elevando el monto mínimo de devolución a \$1.500 en el momento.

Tiempos de espera (en minutos) (1)	2015	2014	2013
Tiempo real de espera - Cartera General	31,16	27,20	22,43
Tiempo real de espera - Clientes VIP	8,07	7,38	7,04

(1) Fuente de información: Encoladores sucursales.

### ► Gobierno de la Calidad

Con la reformulación del Modelo de Gobierno de la Calidad, buscamos liderar proactivamente la mejora de la experiencia como elemento clave de recomendación y atracción de nuevos clientes. A principios de 2015, se estableció el calendario Governance, estructurando la periodicidad de los Comités y la dinámica de trabajo de cada uno de los foros. Tanto el Comité de Calidad Estratégico como el Comité de Calidad Operativo se realizaron en forma mensual a lo largo del año.

A través de estos foros, se llevan los temas de agenda más relevantes con impacto en el cliente, sobre los que se trabaja en los distintos planes de acción, mejora o corrección de los desvíos que pueden haberse detectado.

### ► Cultura de la Calidad

Como parte de la transformación cultural de la que somos protagonistas, lanzamos el segundo curso online, "Perfeccionamiento en el Servicio al Cliente", focalizado en las conductas y en los comportamientos orientados a una cultura de servicio. Con esta iniciativa (ediciones 2014 y 2015), logramos que el 72% de la nómina haya participado de la Formación online en Calidad de Servicio. También, participamos de 6 Jornadas de Formación de Ejecutivos Premium y Premium World y de 7 ediciones de Talleres de Inducción al BBVA.

A su vez, continuamos con los Talleres Presenciales de Calidad, de los que participaron 534 empleados. En este espacio, nuestros colaboradores compartieron una experiencia vivencial a través de la interacción entre distintas áreas, entendiendo el valor del aporte de cada uno como parte de cadena de valor de BBVA, poniendo al cliente como centro y trabajando para conseguir los más altos estándares de calidad. Durante el año, se realizaron 27 encuentros, 9 de los cuales fueron en el Interior.

Además, lanzamos la campaña de Incentivación en la Navegación y Uso del Site de Calidad y la Campaña de Atención en Call Center, donde trabajamos poniendo foco en los aspectos que más influyen en nuestros clientes al momento de recomendarnos:

- La capacidad resolutoria y la buena gestión
- La buena atención de los operadores
- La rapidez en la atención telefónica

### ► Difusión y Comunicación

En 2015 reformulamos los ejes del Plan de Calidad, de manera estructurada, poniendo en valor las líneas de trabajo desarrolladas dentro de cada eje:

- **Arquitectura - Herramientas de Medición:** Encuestas de Calidad e Indicadores Claves de Desempeño - Cuadro de Mando, Incentivación (DOR-Miras), IRENE Interno.
- **Mejora de la Experiencia del Cliente:** Se seleccionaron aquellos focos (Canales, Segmentos, Palancas) con mayor impacto en la mejora de la experiencia del cliente, realizando el seguimiento de los planes a través de hitos y métricas. Los Focos de Calidad en 2015 fueron: Calidad de Atención, Tarjetas, Canales Automáticos (ATM/ATS, Internet - Home Banking, RRSS), Canales de Atención (Cajas), Segmento de Alta Rentas y Experiencia con el Call Center.
- **Gobierno de la Calidad:** Sistematizamos la participación de Calidad en los diferentes Foros.

- **Cultura de la Calidad:** Sinergizados con Transformación Cultural, trabajamos en Campañas de Calidad, en el Plan de Formación en Calidad, participamos de espacios de difusión y debate, y detectamos oportunidades de mejora a partir de Eventos de Calidad informados.
- **Difusión y Comunicación:** Lanzamos el Site de Calidad con el objetivo de gestionar la información de una manera diferente, y de llegar a toda la Organización en forma ágil y efectiva.
- **Gestión de la No Calidad:** Abarca la función de Gestión Preventiva adelantándonos a posibles impactos de cara al cliente y la función de responsable en última instancia, a través del cual se gestionan los Reclamos ingresados a Presidencia/Directorio de BBVA.

#### ▶ **Gestión de la No Calidad**

Con el objetivo de Gestionar la No Calidad, se formalizaron 2 funciones concretas en el ámbito de área de Calidad, que se diferencian, claramente en el tiempo, por operar de manera preventiva y como responsable en última instancia.

- **Gestión Preventiva:** Esta función se desarrolla a través de la figura de Defensor de la Clientela, participando en el diseño de nuevos productos y servicios, RRSS y Canales Web, y velando por el cumplimiento de las normas en todos los puntos de atención. Para ello es que Calidad participa en los foros de decisión relacionados con nuevos productos, servicios, canales, modelos y/o modificación de los existentes, haciendo énfasis en los Protocolos de Calidad.
- **Gestión Operativa (última instancia):** Esta función alcanza la atención de los requerimientos de Clientes y No Clientes que se contactan a través del Gabinete de Presidencia España, Presidencia BBVA Argentina y Comité de Dirección como última instancia. Para ello, se definió un protocolo de atención especial, el cual establece prioridades y tiempos de resolución.

## Modelo de Gestión de Reclamos

### Asunto relevante N° 6

A partir de diciembre de 2014, las funciones de Responsable de Atención al Usuario de Servicios Financieros fueron reasignadas al área de Atención a Clientes, perteneciente a la Gerencia de Calidad. Bajo su responsabilidad quedó velar por la adecuación a la normativa vigente en materia de Protección del Usuario de Servicios Financieros respecto de: nuevas publicidades y modificaciones de las existentes que se realicen por cualquier medio, nuevos productos y servicios, así como las modificaciones sobre los existentes, y cumplimiento de las disposiciones establecidas por el BCRA.

Creamos una casilla de correo denominada [prevención-calidad.group@bbva.com](mailto:prevención-calidad.group@bbva.com), donde se podrán informar todas las novedades relacionadas con los puntos mencionados, a partir de los cuales la Gerencia de Calidad debe informar sus observaciones en caso de corresponder.

Por otro lado, para optimizar el funcionamiento del Centro de Soluciones de Línea Francés, durante 2015:

- ▶ Se ampliaron facultades de aprobación para resolución online
- ▶ Se incorporaron nuevos motivos de reclamos al circuito de First Contact Resolution
- ▶ Se incorporó la función de RAUSF inherente a la atención, gestión y resolución de los reclamos de este canal
- ▶ El 39% de los reclamos fueron canalizados por el circuito de First Contact Resolution. Por otra parte, el 15% de los reclamos recibidos fue resuelto online dentro de las 24 horas.

INDICADORES DE GESTIÓN DE RECLAMOS (1)	2015	2014	2013
Cantidad de reclamaciones registradas (total año)	156.982	184.475	204.920
Tiempos medios de resolución de reclamaciones (días) (2)	4,8	4,6	13,5

(1) Fuente de información: Informe de Calidad de Post Venta del mes de diciembre 2015

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

## Relación con clientes, canales y servicios

GRI G4-4 GRI G4-8

Asunto relevante N° 2

### Modelo de Relación

Con el objeto de mejorar la atención de cada uno de los segmentos según sus necesidades y posibilidades, contamos con un Modelo de Relación con clientes, que tiene como ejes los conceptos de multicanalidad y productividad, con un fuerte impulso a la banca digital. A lo largo de 2015, se produjeron los siguientes cambios en el Modelo de Relación con los clientes:

#### Empresas

Desde inicios de 2015, se ha incorporado un Modelo de Dirección para todas las sucursales, en donde cada Gerente de Sucursal pasa a tener una Agenda de Reuniones con su Equipo e Individuales con sus Oficiales, a fin de poder tener un tablero de control semanal en donde se efectúen los seguimientos de resultados semanales, como así también las visitas a clientes y la incorporación de nuevos negocios a futuro.

A mediados de año se comenzó con el proceso de Segmentación de Clientes, el cual permite que cada Oficial de Empresas tenga asignada una cartera de clientes acorde a su perfil, que le posibilita mantener un contacto más fluido con cada uno de sus clientes asignados.

Asimismo, se incorporó el Centro de Atención Telefónica a Empresas, con el objeto de centralizar los reclamos y de mejorar sustancialmente la atención de este segmento en sucursales, orientando al cliente a efectuar en sucursales la operatoria comercial.

Por otra parte, se mejoró la Plataforma Integral de Empresas (PIE), donde cada Oficial de Cuentas visualiza, de cada cliente, semáforos que le indican cuál es la operatoria que el cliente mantiene activa con el Banco y qué productos ofrecer al momento de contacto. La plataforma también permite a cada Oficial de Negocios analizar la totalidad de su cartera activa y aplicar los distintos filtros necesarios para armar campañas específicas y, así, incrementar la transaccionalidad de las empresas.



Todos estos cambios de mejora de procesos y calidad de atención han requerido de la incorporación de nuevos recursos comerciales para la Red de Sucursales de Empresa.

#### PyMEs

Este segmento de clientes ha tenido cambios en su estructura de atención. Para 2016, está planificada la unificación de esta área de negocios al Modelo de Atención de Empresas, quedando la atención de este segmento a cargo de las sucursales Empresa.

#### Premium

Bajo la denominación Premium, se unificó la gestión de los Segmentos de Alta Renta. Esta incluso

está identificada en Premium World y Premium según el segmento al que pertenece cada cliente. Respecto al Modelo de Atención, en las Oficinas donde se cuenta con Espacios de Atención Premium se asignan Ejecutivos Premium World para gestionar sus carteras de clientes, y los Ejecutivos Premium para aquellas en donde aún no contamos con estos espacios. Existe un protocolo específico con un seguimiento muy claro para esta cartera de clientes.

Se avanzó fuertemente en la asignación de Ejecutivos, donde se consideró necesaria la generación de Espacios Premium donde el volumen de clientes, ejecutivos y potencialidad lo justifica. Por otro lado, se realizó una prueba de atención de este segmento a través de Ejecutivos en forma Remota.

Con el fin de mejorar la calidad de atención a este segmento, se inauguraron 5 Sectores diferenciados en: Sucursal Belgrano, Sucursal San Telmo, Sucursal Mendoza, Sucursal San Juan y Sucursal Cabildo. Para llevar adelante estos nuevos espacios, se incorporaron 7 Ejecutivos Premium.



### Encoladores

En 2016 se incorporarán nuevos Encoladores en aquellas sucursales que ameriten esta herramienta de orden de filas y tiempos de espera. Asimismo, en el transcurso del próximo año, se estarán redefiniendo los Modelos de Oficinas de acuerdo con su funcionalidad y tipo de atención al cliente.

### Acciones de sinergia

Profundizamos la sinergia entre Bancas, y hoy se comparte la estructura entre ambas. Se avanzó en vías de que todas las sucursales tengan alguna de las variantes de atención de empresas, incorporando los modelos de incentivación de sucursales minoristas al desempeño del negocio empresas.

En 2015 se han efectuado distintas campañas de incorporación de nuevos clientes en los distintos segmentos, teniendo como objetivo las Sinergias entre Bancas y Sectores Centralizados:

**Campaña Argentina +10:** se incorporaron no clientes, referidos de Empleados BBVA a la Red de Sucursales Minorista.

**Campaña Accionistas:** se incorporaron directores de empresas calificadas en BBVA Francés al mundo minorista, otorgando productos crediticios en forma individual.

**Campaña Ejecutivo Refiere:** los ejecutivos de Alta Renta refirieron posibles clientes Empresas, las cuales no estaban operando en este segmento en el Banco.

### Herramienta “Escenarios Comerciales” (EE.CC.)

En Escenarios Comerciales se avanzó en las siguientes novedades que vinculan tanto multicanalidad como productividad:

- ▶ **Nuevos Semáforos a la Ficha de Cliente:** permiten determinar alguna situación particular del cliente a simple vista, a través de la interpretación del color que presentan. A los Semáforos ya existentes (Cliente Digital, Productos en Distribución, Datos de Contacto, entre otros) se incorporaron:
  - **Evaluación Crediticia:** permite identificar rápidamente si el cliente cuenta con calificación preaprobada y disponible para gestionar alta de productos, si ésta no está disponible para gestionar alta de productos, si no posee calificación o, bien, si el cliente posee antecedentes crediticios negativos.
  - **Configuración de Paquete:** permite identificar si el cliente tiene correctamente configurado su paquete o si el que posee se adapta al segmento al que pertenece.

- ▶ **Semáforos en Cartera del Gestor:** esta novedad permite gestionar a los clientes en cartera a través de la visualización integral de los semáforos, observando el estado y la cantidad de clientes contenidos en cada uno para su gestión.
- ▶ **Se incorporó la gestión en EE.CC. como un punto en campañas de incentivación.**
- ▶ **Se integró por completo la herramienta EE.CC. con Sistemática Comercial:** disponiendo de acceso y actualización online automática a las parrillas de seguimiento de ventas e incentivación.

### Herramienta Sistemática Operativa

Esta herramienta comenzó a instalarse a mediados de 2015 en algunas de las sucursales como prueba piloto para poder efectuar los ajustes correspondientes y, en 2016, poder implementarla en toda la red de sucursales.

Esta permite tener los arqueos diarios y mensuales operativos en forma online, los cuales (a la fecha) se hacen vía Libro de Actas. Esta nueva operatoria agiliza y optimiza los tiempos operativos que se efectúan manualmente.

Desde su implementación, se generan semáforos diarios, los cuales indican las tareas pendientes por efectuar con su correspondiente fecha de vencimiento; estas tareas son monitoreadas online por el Gerente de la sucursal y por las DARES, quienes son los responsables de efectuar los controles que la herramienta informa.

### Multicanalidad

El año 2015 fue de mucho desarrollo en lo que respecta a la venta digital multicanal, destacando la interacción de canales como Francés Net, donde el cliente puede, por ejemplo, dar inicio a la contratación de una tarjeta de crédito o a un paquete de productos con canales como la red de sucursales o los backoffice y fullfilment, a través de los cuales se puede cumplimentar el armado de las carpetas y envíos de la documentación para la firma de contratos.

En los casos donde la interacción es con la red de sucursales, como por ejemplo en las campañas de referidos, el canal actúa de herramienta de ingreso de datos y aprobación en línea para luego finalizar la operación en una sucursal.

### Productividad

El modelo de seguimiento de la productividad comercial contempla la venta de distintos productos, ponderados por su rentabilidad, generando un indicador único. Mensualmente se realizan comités de productividad con la participación de directores y gerentes. En éstos se realiza un seguimiento del indicador y de la evolución de los planes de mejora.

Con el objetivo de seguir mejorando la productividad comercial, y siempre manteniendo el foco en el cliente, se desarrollaron distintos planes de seguimiento y mejora:

- ▶ Se implementaron nuevas alertas en los distintos aplicativos, a fin de acercar la mejor oferta posible al cliente.
- ▶ Se incluyó en el seguimiento y Modelo de Incentivación de las sucursales el concepto “productividad”, que incorpora la venta generación “por recurso”, dándole una herramienta de seguimiento a las casas.
- ▶ Se generaron planes de seguimiento de productividad a nivel oficial. Este genera un reconocimiento a los oficiales más productivos, fomentando la cultura de la productividad y los planes de mejora para recursos comerciales de bajo desempeño (coaching, capacitación, alentando las buenas prácticas comerciales).





## Modelo de Incentivación

### Red de sucursales

Se generaron adaptaciones al Modelo MIRAS, que fomentarán la integración y sinergia entre los negocios Minoristas y Empresas. Todas las sucursales pasaron a tener en su esquema de incentivación incidencia del negocio de Empresas.

Se continuó fomentando el uso de los canales digitales por parte de nuestros clientes. Así mismo, se generaron campañas en las que el fin fue que los clientes contrataran por nuestra web (fomentando la educación de nuestros clientes en el uso de este canal).

### Fuerza de venta

A fin de mejorar la productividad e incentivar la venta del mejor producto posible al cliente, se generaron modificaciones al Modelo de Incentivación.

A partir del segundo semestre de 2015, comenzó a reconocerse con mayor comisión la venta de productos de mayor valor (que generan no solo mayor rentabilidad al Banco, sino que también representan una mejor oferta de valor para el cliente).

## Desafíos 2016

- Proyecto feedback y evolutivos: identificación del resultado de gestión de campañas a nivel teléfono y reestructuración de pantallas de gestión para mejorar la navegabilidad en la herramienta.
- Incorporación de gestiones en otros canales de venta (calls externos e internos).
- Integración de las agendas de Gmail y EE.CC.

## Canales de atención

Permanentemente, trabajamos para mejorar las experiencias de nuestros clientes para realizar sus operaciones en nuestros distintos canales de atención.

### Atención en Sucursales

#### • Sucursal Express Microcentro

Inauguramos un punto de atención express en Reconquista 281, Ciudad de Buenos Aires, que tiene un horario de atención de 7 a 20 horas. Cuenta con cuatro cajeros automáticos, cuatro autoservicios, dos Francés Express y personal del Banco para asesorar y asistir a los clientes.

Este nuevo modelo de punto de atención colaborará en la mejora de la experiencia de nuestros clientes, ofreciendo un mejor servicio a través de modernas tecnologías y canales. De esta forma, ponemos a su disposición más lugares para operar haciendo menos colas y utilizando equipos más modernos.

#### • Cajeros automáticos, dispositivos y nuevas tecnologías

Durante el transcurso del año, se continuó con la instalación de equipos "Plus", los cuales cuentan con reconocimiento de billetes, permiten la realización de depósitos sin sobre, con y sin tarjeta Visa Débito, en cuentas propias y de terceros, con acreditación en el momento y disponibilidad las 24 horas. A diciembre de 2015, contamos con 247 equipos distribuidos en 184 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. También se instalaron nuevas contadoras de billetes, que permiten liberar tiempos en caja, acelerando el recuento de dinero, con funcionalidad de reconocimiento de billetes falsos. Actualmente, todas las sucursales tienen un dispositivo cada dos cajeros.



Todas las sucursales tienen instalado estos dispositivos de recuento de billetes cubriendo, así, el 100% de las sucursales minoristas y los bancos en planta.



#### • Terminales de autoservicio (ATS)

Estas terminales permiten realizar depósitos en efectivo, depósito de cheques y pagos de tarjetas de crédito, sin la utilización de sobres y con acreditación inmediata. Esto permite agilizar las tareas de procesamiento posteriores, logrando una mayor capacidad operativa y brindando una mayor disponibilidad del lobby. El horario de atención es de lunes a viernes de 7 a 22 horas. A diciembre de 2015, la Entidad cuenta con 327 equipos distribuidos en 93 sucursales.

### Accesibilidad en las sucursales

Durante 2015 se remodelaron 4 sucursales, se relocalizó una sucursal de Banca Empresa, se realizó la apertura de la sucursal Álvarez Thomas y se inauguraron 4 sectores diferenciados VIP. Con estas intervenciones, contamos con un total de 193 Sucursales remodeladas en ambas bancas, restando intervenir 94 casas, de las cuales 12 tienen un proyecto desarrollado para la renovación de su imagen.

Con respecto a la accesibilidad en nuestras sucursales, contamos con 251 sucursales con rampas o medios de acceso mecánico, y 86 sucursales con baños especiales para discapacitados.

### Banca digital

Durante 2015 se implementaron varias iniciativas tendientes a desarrollar funcionalidad de ventas en los canales digitales, en modelos 100% digitales y modelos donde participan dos canales para concretar una operación.

Así, surgieron iniciativas tales como:

- venta de tarjetas y paquetes en Francés net a través de campañas de referidos para clientes Premium y empleados,
- ventas de tarjetas desde el sitio público del Banco a través de un formulario con un motor de aprobación online,
- venta de paquetes y tarjetas sobre ofertas preaprobadas en Francés net.

A la vez, se profundizó la derivación, desde la sucursal a Francés net, de operaciones como contratación de préstamos preaprobados, alta de plazos fijos y alta de tarjetas adicionales.

En el segundo semestre, se implementó un formulario web en el sitio público del Banco para la evaluación en línea y contratación de tarjetas. También se realizó una campaña de referidos que permitió, a empleados y clientes, referenciar a familiares y amigos desde el home banking.

Durante todo 2015 se realizó un fuerte recambio e instalación de nuevos equipos de cajeros automáticos y buzones de depósito de acreditación en línea. Este proyecto continuará también en 2016, y tiene como objetivo renovar la mayor parte del parque de equipos.

A inicios de año, se realizó el lanzamiento de la nueva web pública en línea con la imagen corporativa, y se continuó con el trabajo de rediseño del sitio transaccional con una importante visión al cliente, poniendo por delante la mejora de la experiencia del usuario en Francés net. Se prevén avances para el móvil y se cerró el año con el gran lanzamiento del buscador de promociones y descuentos FrancésGo, en una nueva versión que tiene alcance tanto para clientes como para no clientes.

Durante todo 2015 se realizó un fuerte recambio e instalación de nuevos equipos de cajeros automáticos y buzones de depósito de acreditación en línea.

LA CANTIDAD DE CLIENTES ACTIVOS DE LOS CANALES DIGITALES SIGUE EN AUMENTO, LLEGANDO DURANTE 2015 A ALCANZAR MARCAS DE HASTA 100.000 CLIENTES NUEVOS.

Porcentaje de operaciones que se realizan por canales automáticos, por tipo de transacción	2015	2014	2013
Depósito de efectivo	75,39%	76,17%	76,30%
Depósito de cheque	84,63%	82,63%	81,19%
Retiro de efectivo	92,64%	94,92%	94,99%

Volumen de transacciones realizadas por canal	2015	2014	2013
Cajeros Automáticos	72.230.241	71.902.039	69.318.232
Francés Autoservicio	14.227.676	13.964.553	14.157.084
Francés Móvil	48.361.941	21.221.969	4.953.358
Francés Inversiones	536.658	857.025	927.111
Francés Net	281.837.374	247.669.828	220.212.801
Línea Francés	7.229.542	7.174.780	8.504.114
Francés Net Cash	10.076.285	9.752.586	9.374.066

Consultas realizadas a través de canales tecnológicos	2015		2014		2014	
	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones
Fnet Individuos	254.350.161	27.487.213	221.963.177	196.976.097	176.435.413	19.995.513
ATM 's	25.692.345	46.537.896	26.190.939	25.247.854	22.873.624	44.785.745
Francés Autoservicio	2.089.106	12.138.570	2.431.094	2.925.630	3.261.680	11.451.942
Línea Francés	6.609.190	620.352	6.596.327	7.973.882	8.327.394	493.084
Francés Móvil	47.128.404	1.233.537	20.522.255	4.626.470	1.536.478	139.573
Francés Inversiones	444.285	92.373	740.340	812.068	897.701	118.186
Francés Net Cash	9.378.243	698.042	9.134.981	8.801.517	9.780.250(1)	483.254

## Beneficios para clientes

- ▶ Continuamos con la acumulación de km LANPASS para los clientes suscriptos al programa, con distintas acciones promocionales a lo largo del año (ejemplos: descuento en canje de pasajes con km, descuento en la compra de pasajes, descuento en canje de km por productos del catálogo, entre otros beneficios).
- ▶ Lanzamos la campaña Fútbol Non Stop, que permite a nuestros clientes de Tarjeta de Crédito BBVA Francés suscribirse sin ningún tipo de cargo adicional y sumar goles en cada una de la promociones. Estos goles son equivalentes a chances para los sorteos que realizamos (Viaje a Japón al Mundial de Clubes para presenciar un partido, viaje a Europa para presenciar un partido de la Liga BBVA en España - Real Madrid vs. Barcelona).
- ▶ Beneficios exclusivos y sorteos para los clientes con Tarjeta Peugeot, River y Boca.
- ▶ Lanzamiento FrancésGo (Web y App).
- ▶ Continuamos con el cobranding en Tarjetas de Crédito Peugeot, River, Boca y LANPASS. En 2015 firmamos un nuevo acuerdo con el Club Atlético Talleres (Córdoba) y en 2016 estaremos lanzando la Tarjeta Talleres.
- ▶ Como todos los años, en diciembre realizamos el sorteo anual de El Libretón, donde participaron todos los clientes que poseen Caja de Ahorro El Libretón. En esta oportunidad, para fidelizar a los clientes, realizamos el sorteo con premios en km LANPASS, se sortearon premios de: 1 millón de km, 2 de 140.000 km, 10 de 70.000 km, 6 premios de 50.000 km y 5 de 20.000 km.

## Seguridad y protección al cliente

GRI G4-DMA GRI G4-PR1 GRI G4-PR8

Asunto relevante N° 5

El Plan Director de Seguridad Informática, que incluye proyectos de despliegue de tecnologías y mejoras en procesos de seguridad, se mantiene en permanente actualización y expansión, apuntando a robustecer aún más la implantación de herramientas de administración de seguridad, de protección de datos y de control y prevención de fraude informático.

El plan cubre en forma transversal toda la infraestructura de seguridad del Banco, por lo que su cobertura aplica a todo en su conjunto, tanto en productos o como líneas de negocio. En base al trabajo en los principales riesgos de fraude económico, disponibilidad y control de tecnologías y robo de información, se trabaja sobre las siguientes líneas de acción:

1) Ciberseguridad	5) CIB: trading algorítmico
2) Virtualización de información interna	6) Banco digital: Open source y Cloud y Apps móviles
3) Extensión de seguridad a terceros	
4) Prevención del fraude funcional	7) Riesgo Tecnológico

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 ampliación de esquemas de virtualización de equipos, el despliegue y explotación de soluciones de monitoreo y correlación de eventos, y el desarrollo de entornos de alta disponibilidad de servicio y esquemas redundantes de procesamiento, son algunos ejemplos de acciones realizadas con el fin 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, no solamente con foco en la concientización del personal interno, sino también con acciones apuntadas al cliente externo; los resultados de estas actividades son altamente satisfactorios. Se continúa avanzando con el Modelo de Gobierno sobre la Gestión de Outsourcing, estructurando y fortaleciendo los procesos y actividades de análisis y gestión de riesgos, a ser contemplados en los servicios estructurales y recurrentes contratados con continuidad de medio/largo plazo, cubriendo aspectos de confidencialidad de datos compartidos con proveedores, continuidad de procesos críticos y control sobre el cumplimiento de acuerdos de nivel de servicio, siendo estos algunos de los puntos centrales abordados entre los analizados por las áreas de especialistas intervinientes en la materia.

Desde las áreas de Seguridad y Tecnología, se participa en el desarrollo de la nueva Banca Digital, realizando el análisis y los dictámenes correspondientes que permiten que el negocio se encuentre suficientemente respaldado, incorporando un adecuado nivel de protección y control en cada una de las iniciativas impulsadas en esta plataforma.

Durante 2015, no hemos recibido reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.

## Transparencia en publicidad

Nuestra publicidad pretende ser clara en sus mensajes, transparente en la información y responsable con la comunidad. Contamos con 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 sobre la base de estas tres premisas.

Desarrollamos piezas sencillas, concretas y útiles, de modo que el público pueda contar con información necesaria para elegirnos. También contamos con distintas vías de contacto para solicitar más información y, así, poder tomar decisiones con plena confianza en nuestros productos y servicios.

### Nuestras campañas publicitarias en el período

Comenzamos 2015 con las últimas piezas de las campañas “Estás Dulce” y “Souvenir”. En el segundo semestre, hicimos el lanzamiento de una campaña comunicando la nueva aplicación FrancésGo. La pieza televisiva, basada en una puesta en escena teatral, incluye una canción original que incita a clientes y no clientes a bajar la aplicación para aprovechar beneficios en espectáculos, indumentaria, turismo, descuentos estacionales, River y Boca, etc. La campaña se completa en medios masivos gráficos, vía pública y radio, presencia en sucursales y medios digitales (display banners, social media, SEM, video), incluyendo el site FrancésGo.com.ar, en el que se encuentran todos los beneficios para los registrados, sean clientes o no de BBVA Francés.

En una segunda instancia, se realizaron Publicidades No Tradicionales especiales en radio y televisión, comunicando beneficios con cupones y hasta tutoriales, reforzando el mensaje para aquellos que no son clientes.

Por su parte, y dentro de la misma estética de FrancésGo, se lanzó una campaña para comunicar la alianza BBVA Francés LANPASS, también con una canción sobre cómo acumular kilómetros para volar gratis por Lan: “comprás, sumás, viajás”.

Dado que el mundo FrancésGo es muy amplio, se desarrollaron tutoriales y folletería para explicar qué es FrancésGo y cómo hay que hacer para suscribirse, recibir notificaciones y aprovechar los beneficios. Además, se trabajó con el área de Inteligencia Comercial para contar con bases de datos que permiten, tanto en los envíos de e-mailing como en las comunicaciones en Facebook, trabajar con segmentaciones puntuales, de modo que los mensajes lleguen a los públicos adecuados.

Durante 2015, no hemos recibido multas significativas ni sanciones no monetarias por incumplir la normativa relativa a las comunicaciones de marketing, como publicidad y promoción.

# Equipo BBVA Francés

Asunto relevante N° 7-Asunto relevante N° 8

## Nuestro equipo

GRI G4-10 GRI G4-EC5 GRI G4-LA1

Nuestro equipo de trabajo es esencial para el desarrollo y el crecimiento del Banco. Por ello, llevamos adelante nuestro negocio centrándonos en la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la equidad de género y la libertad de asociación, generando un clima de trabajo favorable para el desempeño de nuestros empleados.

	2015			2014	2013
	Hombres	Mujeres	Total	Total	Total
<b>Cantidad de empleados</b>	<b>3.092</b>	<b>2.692</b>	<b>5.784</b>	<b>5.437</b>	<b>5.222</b>
<b>Por categoría</b>					
% Comité de Dirección y Dirección Corporativos	92,86%	7,14%	0,24%	0,26%	0,19%
% Gerentes	83,05%	16,95%	1,02%	0,97%	0,88%
% Mandos medios	71,63%	28,37%	11,03%	11,77%	13,08%
% Especialistas	57,56%	42,44%	22,77%	21,41%	20,03%
% Fuerza ventas	52,82%	47,18%	33,13%	33,29%	33,61%
% Puestos base	43,64%	56,36%	31,81%	32,30%	32,21%
<b>Por edad</b>					
Edad promedio hombres			42	42	42
Edad promedio mujeres			37	37	36
Menores de 25 años	46,49%	53,51%	3,95%	3,77%	4,48%
De 25 a 45 años	47,20%	52,80%	68,27%	69,06%	69,28%
Más de 45 años	69,82%	30,18%	27,78%	27,17%	26,24%
<b>Por región</b>					
Áreas centrales	1.512	1.295	2.807	2.551	2.424
Sucursales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires	816	852	1668	1.611	1.569
Sucursales del interior	764	545	1309	1.275	1.229
<b>Por tipo de contrato</b>					
Contratos plazo fijo	3	3	6	50	50
Efectivos	3.089	2.689	5.778	5.387	5.172
<b>Por jornada laboral</b>					
Parcial	164	331	495	379	307
Completa	2.928	2.361	5.289	5.058	4.915
<b>Otros indicadores</b>					
Antigüedad promedio			12,7	12,8	12,7
Número de altas de empleados			525	307	149
Rango entre el salario inicial y Salario mínimo vital y móvil (SMVM)			2,64	2,62	2,71

ÍNDICE DE ROTACIÓN	2015	2014	2013
Índice de rotación total	3,94%	4,63%	4,06%
Rotación no deseada total	2,01%	1,71%	1,65%
<b>Por género</b>			
Mujeres	1,61%	2,15%	51,42%
Hombres	2,33%	2,48%	48,58%
<i>Por edad</i>			
Menores a 30 años	1,18%	1,25%	1,29%
Entre 30 y 50 años	2,26%	2,50%	2,40%
Mayores de 50 años	0,50%	0,88%	0,22%
<b>Por región</b>			
AACC (áreas centrales)	1,68%	2,92%	1,99%
Sucursales de CABA y Provincia de Buenos Aires	1,19%	0,90%	1,07%
Sucursales del Interior	1,07%	0,81%	0,85%

NUEVAS CONTRATACIONES	2015	2014	2013
<b>Nuevas contrataciones</b>	<b>525</b>	<b>307</b>	<b>149</b>
<b>Por edad</b>			
Menores a 30 años	60,95%	45,93%	69,79%
Entre 30 y 50 años	37,33%	51,47%	29,53%
Mayores de 50 años	1,71%	2,61%	0,68%
<b>Por género</b>			
Mujeres	43,24%	40,72%	54,36%
Hombres	56,76%	59,28%	45,64%
<b>Por región</b>			
AACC (Áreas Centrales)	342	219	78
Sucursales de CABA y Provincia de Buenos Aires	91	36	23
Sucursales del Interior	92	52	48
Nuevas contrataciones que dejaron de trabajar en el año	15	21	10

## Diversidad e igualdad de oportunidades

GRI G4-DMA GRI G4-10 GRI G4-LA12 GRI G4-HR3

Asunto relevante N° 6-Asunto relevante N° 18-Asunto relevante N° 22

### Política de Equidad de Género

Esta Política procura 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. Por ello, reforzamos esta política año tras año y aseguramos su cumplimiento.

### Programa de Diversidad de Género

Contamos con el “Programa de Diversidad de Género”, a fin de unificar e integrar a todos los países del Grupo BBVA, nuestro accionista principal, para continuar desarrollando espacios y equipos cada vez más afines a la diversidad. Durante 2015, se desarrollaron las siguientes iniciativas:

- ▶ Cobertura de las licencias por maternidad (tanto en Áreas Centrales como en la red).
- ▶ Programa Nuevas Formas de Trabajo (NFT) - Teletrabajo.
- ▶ Implementación de una Encuesta de Satisfacción para mujeres y supervisores que han atravesado el proceso de teletrabajo por maternidad.
- ▶ Realización de entrevistas de seguimiento de maternidad: entrevista durante el embarazo, recién reincorporada (reinserción en su grupo de trabajo, tareas, etc.) y a los 9 meses, luego de la reincorporación (plan de carrera y desarrollo en su puesto de trabajo).
- ▶ Inclusión en las Business Review de métricas sobre composición de área por género y promociones por género.
- ▶ Ampliación de la licencia por paternidad a 10 días.
- ▶ Incorporación de conceptos claves sobre diversidad de género en los Programas de Liderazgo dirigido a directivos y pre-directivos.
- ▶ 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 externa de al menos una mujer en igualdad de condiciones.
- ▶ La Red Genera continúa siendo un espacio corporativo de debate sobre temas de diversidad de género del que participan todos los empleados.

**Proyecto Nuevas Formas de Trabajo (NFT):** Con el objetivo de brindarles una solución de conciliación vida familiar-laboral a las mujeres en el momento de la finalización de la licencia por maternidad, continuamos ofreciendo la modalidad de trabajo a distancia a todas aquellas madres de Áreas Centrales que se reincorporaron de su licencia por maternidad en 2015.

La concreción de este beneficio conlleva, para su realización, la coordinación de diferentes áreas, las cuales trabajan en forma conjunta para instalar el puesto de trabajo remoto con las mismas funcionalidades y seguridad que en los edificios de BBVA Francés. Este proceso es medido de punta a punta a través de una encuesta de valoración dirigida tanto al supervisor como a la empleada.

**Programa Genera (red interna de networking):** La red de networking Genera alcanza a todos los empleados de Argentina y del Grupo, siendo el principal motor de debates y discusión sobre los temas de Diversidad de Género. Es una importante fuente de iniciativas, información, actualización y difusión, así como también una herramienta para instalar cada vez más esta problemática y generar conciencia en la comunidad BBVA. Se envían boletines mensuales que resumen toda esta actividad.



## Acciones con respecto a la inclusión de personas con capacidades diferentes discapacidad

## PROVEEDORES

Mantenemos la inclusión, en todos los pliegos de licitación/contratos del área de Compras, de cláusulas que favorecen a aquellos proveedores que empleen personas con capacidades especiales.

## CLIENTES

- En oficinas y edificios de Áreas Centrales contamos con rampas de acceso para facilitar el ingreso a nuestras instalaciones, además de que los ascensores están preparados para personas con discapacidad y baños acondicionados a tal efecto.
- Se han instalado ATM's para no videntes.
- Desarrollamos formularios en sistema braille para la apertura de cuentas bancarias.
- En el uso de tarjetas de crédito: se pueden solicitar resúmenes en braille.
- En cuentas: contamos con el servicio de impresión de resúmenes en braille.

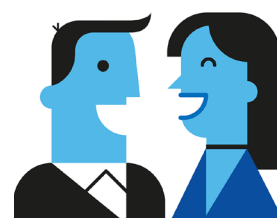
## SOCIEDAD

Como parte del proyecto de voluntariado, se brindó una ayuda económica a la Asociación Pro Ayuda al Discapacitado (Apadir), de Rafaela, provincia de Santa Fe, para equipar la "sala de estimulación multisensorial Rafaela".



## Algunas cifras

INDICADORES DE DIVERSIDAD	2015	2014	2013
<b>Por diversidad laboral</b>			
% Empleados hombres	53%	54%	54%
% Empleados mujeres	47%	46%	46%
<b>Otros indicadores</b>			
Mujeres en cargos gerenciales	11	8	9
Empleados con capacidades especiales	10	9	9
Casos de discriminación detectados	-	-	-



	2015		2014	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<b>Empleados por segmento</b>				
Equipo Directivo	87,95%	12,05%	88,68%	11,32%
Mandos Medios	71,63%	28,37%	72,03%	27,97%
Especialistas	57,56%	42,44%	57,90%	42,10%
Fuerza de Ventas	52,82%	47,18%	52,65%	47,35%
Puestos Base	43,64%	56,36%	44,42%	55,58%
<b>Empleados por edad</b>				
Menores de 25 años	46,49%	53,51%	40,98%	59,02%
De 25 a 45 años	47,20%	52,80%	47,78%	52,22%
Más de 45 años	69,82%	30,18%	71,02%	29,98%

## Selección, desarrollo y formación

GRI G4-DMA GRI G4-LA10

Asunto relevante N° 9

### Selección y empleo

El proceso de selección de nuevos empleados del Banco continúa rigiéndose por los Principios Básicos de Actuación Corporativos, dirigidos a garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la profesionalidad de los intervinientes y la objetividad, y la confidencialidad en los procesos de selección. Además, nuestro accionar se ve regido por la Política de Selección Externa. Procuramos 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. Asimismo el salario inicial es el mismo indistintamente del sexo del empleado.

#### Selección Corporativa

Seguimos trabajando con un modelo arraigado en los vectores de la Selección Corporativa. Se dio continuidad a la modalidad de video conferencias mensuales de seguimiento de proyectos con todos los países del Grupo, nuestro accionista principal.

Durante 2015 se han tratado los siguientes proyectos:

- Jornadas en Sede Corporativa: se organizó el encuentro de todos los responsables de las áreas de Selección de cada país y se trataron temas estratégicos.
- Estrategia en redes sociales y nuevo Community Manager Corporativo.
- Presencia en LinkedIn y formación en la utilización de la Licencia Recruiter.
- Avances y desarrollos de la evaluación Evalue: tomas en remoto, evaluación de nuevas pruebas.
- Proceso On Boarding.
- Métricas y reportes.

Desde BBVA Francés se desarrollaron las siguientes acciones en el área de Selección:

- ▶ Continuación del plan de incorporación a plantilla BBVA Francés de recursos tercerizados en diversos sectores. Estos cumplimentan las instancias del proceso de trámites de ingreso y documentación, al igual que los candidatos externos.
- ▶ Implementación de la modalidad de selección por Assessment Center en todos aquellos puestos de ingreso masivo. Las posiciones que ameritan este dispositivo son las de Cajeros, Oficiales de Banca de Individuos, Asesores Comerciales, Asesores Telefónicos y Telemarketers. El objetivo es que en una misma instancia se pueda evaluar a la mayor cantidad de participantes y se tomen las decisiones de selección en forma conjunta con el sector que está requiriendo la cobertura.
- ▶ Lanzamiento del Nuevo Campus de Empleo BBVA. Se trata del portal exclusivo del área de Selección, que permite el acceso y la visualización de todos los portales de empleo en donde BBVA tiene presencia en el mundo. Ha sido preparado para acceder a él a través de dispositivos móviles y para poner a disposición del usuario todo tipo de información sobre nuestra organización, su cultura, las vacantes actuales y el aplicativo para postular.



- ▶ Lanzamiento de la herramienta de evaluación Evaluate para la toma en forma remota. Se trata de un desarrollo que permite que, aquellos candidatos que estén postulados para alguna vacante de BBVA Francés, puedan ser evaluados en relación con sus habilidades y su tipo de razonamientos, teniendo la posibilidad de realizar nuestra evaluación corporativa sin concurrir a nuestras oficinas y, simplemente, desde una terminal con acceso a Internet.
- ▶ Gracias a la fuerte política de desarrollo de BBVA Francés, hemos implementado un nuevo programa de ingreso a la Compañía. Se trata del ingreso masivo para el puesto de Cajeros Trainee de Sucursales de CABA y GBA. Estos recursos tienen como finalidad la cobertura de las posiciones vacantes que surgen por el desarrollo de los recursos internos hacia posiciones de mayor expertise. Los ingresantes entran sin experiencia previa en el puesto y son seleccionados en dispositivos especialmente diseñados. Este nuevo programa brinda mayor agilidad al proceso de selección e ingreso, y permite proveer a las sucursales de recursos ya entrenados en la función en forma más ágil.
- ▶ En nuestro programa de Employer Branding, este año lanzamos la página de empresa de BBVA Francés en LinkedIn, inaugurando presencia en la tercera red social de importancia luego de Facebook y Twitter. La incursión en esta nueva red, orientada más exclusivamente al mundo del empleo, nos permite mayor presencia de marca de cara a perfiles difíciles de captar en el mercado actual. La adquisición de la Licencia Recruiter también ha significado un importante avance en la captación de perfiles de especialistas y líderes de equipo, dado que permite generar vínculos ilimitados con toda la red de contactos disponibles en esta, así como la publicación y difusión de nuestras ofertas de empleo.
- ▶ Asimismo, y de cara a potenciar cada vez más los canales digitales, a través del área de Selección Corporativa se trabajó con la consultora Social Noise, experta en Marketing Digital. El objetivo es alinear los mensajes a nivel redes sociales para brindar una imagen unificada en todas las geografías, orientarnos de la mejor forma hacia los perfiles target que más nos interesan y ser atractivos para ellos utilizando los canales que ellos usan.

## Plan de atracción de talentos

Al igual que en años anteriores, 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.

Este año promocionamos las búsquedas laborales, principalmente, a través de nuestro Campus de Empleo BBVA, el cual fue rediseñado recientemente, logrando una imagen más actual, mejor accesibilidad desde dispositivos móviles y brindando cada vez más información de la Cultura BBVA.

Por otro lado, seguimos ampliando nuestra estrategia en redes sociales. En Facebook y Twitter seguimos desarrollando nuestra fan page, con el objetivo de interactuar con los seguidores, divulgar ofertas de trabajo, promocionar eventos en los que participará BBVA Francés de manera institucional e informar los acontecimientos más destacados del Grupo a nivel global. Este año sumamos la página de empresa en LinkedIn, la mayor red social dedicada al mundo del empleo.

Como es habitual, continuamos concurriendo a las ferias de empleo presenciales más importantes (WorkTec Cs. Económicas y Universidad y Empleo, Universidad de Morón, UCEMA, UDESA, Universidad de La Plata, Universidad de Palermo, UCA, Empleo Joven, UADE y U de Lomas) y virtuales (Expobumeran y Expo Zona Jobs Jobs y Expo Universidad de Mar del Plata).



## Evaluaciones de candidatos

Para asegurarnos de ingresar a los mejores candidatos, disponemos de una evaluación de habilidades y pruebas de razonamiento especialmente diseñada para el Banco. Esta tiene por objeto valorar el nivel en el que están presentes las distintas competencias que la entidad definió como básicas. Esta prueba se toma en todos los procesos de incorporación, adaptándola a los diferentes segmentos y niveles por ingresar.

Además, continuamos con la implementación del Control de Terroristas, según reglamentación del Banco Central de la República Argentina, así como también todos los ingresantes reciben un 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.

Desde 2013, incorporamos dentro del legajo de ingreso la Declaración Jurada Persona Políticamente Expuesta, debido a la resolución 52/2012 emitida por la Unidad de Información Financiera.

## Desarrollo y evaluaciones

GRI G4-LA11

### Modelo de Valoración por Competencias

Para 2015, nos propusimos poner en marcha un Modelo de Valoración por Competencias más ágil, sencillo, flexible y orientado hacia el autodesarrollo denominado "Skills".

La plantilla se vio segmentada en cuatro colectivos: Funciones Base, Mandos Base y Técnicos, Jefes y Especialistas Sr. y Managers. Cada uno fue evaluado en habilidades y estilos de liderazgo, si correspondía por función.

El set de habilidades comunes a todos los colectivos se vio reducido y, en la actualidad, está formado por: One Team, Customer Centric, Mind Set y Orientación a Resultados. Las habilidades de Emprendimiento y Liderazgo se reservan para los líderes de equipo.

Se alcanzó un cumplimiento del 90% promedio en habilidades y 87% en estilos de dirección.

**Catalogación y Proyección:** Como todos los años, hemos efectuado el proceso de Catalogación y Proyección de nuestros profesionales, el cual permite que los jefes realicen una valoración global de la actuación de cada colaborador, atendiendo a las funciones actuales y posibilidades futuras de estos. 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, sus competencias y su compromiso.

En la Cultura BBVA defendemos la diferenciación y el reconocimiento del mérito, y esta herramienta brinda una nueva oportunidad para ello.

---

En 2015, casi la totalidad de la plantilla ha sido evaluada, llegando a un cumplimiento en los procesos de Catalogación y Proyección del 99,6%.

---



## Pool de Talento

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 y desayunos con directores, entre otras acciones. En 2015 se avanzó hacia un modelo de gestión del Pool de Talento bianual. Se mantuvieron sin cambios los tres segmentos del Pool: Directivos (6 directores), Senior (173 empleados) y Junior (252 empleados), así como también los criterios. El nuevo calendario establece el inicio del proceso para febrero de 2016, quedando conformado el Pool para abril.

## Mentoring

La asignación de un mentor a los recién ingresantes a la Compañía es, desde 2015, parte del Programa de Inducción del BBVA Francés. Es por ello que el Programa de Formación de Mentores vio incrementada su capacidad logrando sumar 60 nuevos mentores. Esto totaliza un conjunto de 72 colaboradores que han incorporado, a través de talleres presenciales más la realización del curso corporativo online, herramientas y experiencias para ejercer la función de acompañamiento a estos recién ingresados. Adicionalmente, tanto el mentor como el mentorizado cuentan con un sitio disponible para consultar material, organizar sus encuentros y temas de conversación, y despejar consultas que pudieran surgir en la relación.

## Coaching

En el marco de las acciones diferenciales de formación para el Pool Talento, continuamos poniendo a disposición de nuestros colaboradores esta herramienta para potenciar su carrera. Durante 2015, el Programa de Coaching ha tenido dos ediciones con alcance a 25 colaboradores. En cada una de ellas, se asigna a cada colaborador un coach con el cual diseñarán, de forma individual y a medida, un plan de trabajo adaptado para cada necesidad. Adicionalmente a los encuentros con el coach, ponemos a disposición de los coachees un taller presencial de media jornada, donde se los introduce bajo una modalidad experiencial a temas relacionados con el liderazgo.

Se incorporó el coaching en la Política de Desarrollo, para “Gerentes”, con el objetivo de potenciar determinadas competencias, desplegar al máximo el talento y las capacidades personales y profesionales. Permite reforzar la cultura en términos de feedback efectivo y comunicación orientada al desarrollo, crecimiento e integridad, de los coachees en particular y de la Compañía en general.

En 2015, 12 Gerentes realizaron la Certificación en Coaching Ejecutivo “in company” para BBVA, desarrollado por la Escuela Europea de Coaching, avalado y homologado por la máxima autoridad internacional en coaching: la International Coach Federation (ICF).

## Apúntate

Contamos con un 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.

Es nuestra herramienta global de job posting interno, que permite optimizar el perfil del profesional y los requisitos de la vacante brindando oportunidades de acceso a las ofertas nacionales e internacionales.

En 2015 publicamos 304 búsquedas, generando 2.150 postulaciones y alcanzando 249 vacantes cubiertas.

## Plan de presentación de candidatos

Sigue en plena vigencia el Plan de Presentación de Candidatos como única herramienta para divulgar las búsquedas externas entre los empleados y facilitarles la posibilidad de recomendarlos.

Con esta herramienta, 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 con los perfiles requeridos por la organización.

### 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 100% de los empleados. En 2015 el efectivo de evaluaciones realizadas fue del 99,6%, ya que quedan casos sin evaluación por motivos de licencias prolongadas, entre otros casos. El resultado de las evaluaciones refleja los niveles de aportación de cada miembro del equipo y, a partir de este, se define el derecho al cobro de los incentivos definidos.



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 esta, podemos distinguir cuatro tipos de objetivos:

- Cuantitativos
- De Cliente
- Tácticos
- Otros Objetivos

#### Evaluación de la Actuación - Resultados 2014

ESCALA DE EVALUACIÓN	Hombre	Mujer	Total
Actuaciones extraordinarias y prácticamente irrepetibles	2,4%	1,5%	3,9%
Sobresale de las expectativas en todos los ámbitos y su aportación es excepcional	10,3%	8,0%	18,3%
Cumple por encima de lo esperado y aporta soluciones	21,8%	18,6%	40,4%
Cumple por encima de los objetivos	14,3%	15,1%	29,4%
Cumple parcialmente	3,7%	3,5%	7,2%
No cumple	0,2%	0,2%	0,4%
<b>Total evaluado</b>	<b>52,7%</b>	<b>46,9%</b>	<b>99,6%</b>
Sin evaluación	0,2%	0,2%	0,4%
<b>Total de la nómina</b>	<b>52,9%</b>	<b>47,1%</b>	<b>100,0%</b>

EVALUACIONES DE ACTUACIÓN	2014
Apertura por categoría profesional	(porcentaje sobre el total de cada categoría)
Comité de Dirección / Comité Ejecutivo	100,00%
Gerentes	98,21%
Mandos Medios	100,00%
Especialistas	99,21%
Fuerza de ventas	99,56%
Puestos base	99,67%
<b>Total</b>	<b>99,55%</b>
Apertura por género	(porcentaje sobre el total de género)
Hombre	99,59%
Mujer	99,50%
<b>Total</b>	<b>99,55%</b>

## Formación y capacitación

GRI G4-LA9

### Campus BBVA

- La plataforma Campus BBVA fue puesta a disposición de los empleados en octubre de 2014. Allí se administra toda la formación (tanto online como presencial). En 2015 se amplió la oferta online a nivel global y local.
- Amplio abanico de programas formativos (más de 300 títulos). No solo permite acceder a cursos asociados al puesto actual, sino también a toda la oferta disponible, promoviendo el autodesarrollo (catálogo abierto).
- Facilita la navegabilidad y ofrece la posibilidad de desarrollar la actividad formativa desde cualquier lugar y en cualquier momento.



En 2015, en la plataforma Campus online se amplió la oferta formativa a través de distintos recursos pedagógicos, que aportan más contenidos en formatos diferenciales y que promueven el autodesarrollo (cursos, videos, itinerarios formativos, itinerarios skills, entre otros contenidos). En el período, utilizó la plataforma un total de 3.743 empleados, con un total de 81.433 horas de capacitación.

Un ejemplo de los nuevos recursos son los más de 200 MOOCs (Massive Open Online Course) seleccionados por una unidad académica corporativa especializada y de las mejores universidades.

Las características de estos son:

- Acceso masivo de estudiantes de todo el mundo interesados en un tema específico.
- Acceso libre y abierto, pues no requiere una prueba de conocimientos previos ni ser alumno de la institución que ofrece el MOOC.
- Desarrollo completamente en línea, que permite utilizar la potencialidad de Internet (audio, texto, vídeo, animación).
- Interacción (asincrónica o sincrónica) en línea entre los alumnos a través de foros o herramientas de videoconferencia.
- Acción formativa diseñada y orientada al aprendizaje. Posee una serie de pruebas que acreditan haber adquirido el conocimiento.
- Autorización de estudiantes, evaluación de aprendizajes.

Localmente, en Campus BBVA online desarrollamos e incluimos nuevos Itinerarios de Desarrollo para puestos de la red:

Plan de desarrollo Cajero Principal

Plan de desarrollo Cajero

Plan de desarrollo Front Caja

Plan de desarrollo Gerente Fuerza de Ventas

Plan de desarrollo de Gestor Interno

Plan de desarrollo de Greeter

Plan de desarrollo Jefe de FFVV

Plan de desarrollo JGA o Representante de Servicing

A nivel corporativo, se modificaron las escuelas de conocimiento y su clasificación, adaptándolas a las nuevas estrategias y desafíos del Grupo BBVA, constituyendo los pilares de la formación:

Finanzas	Engineering
Riesgos	Negociación, Ventas y Marketing
Idiomas	Cultura, Organización y Comunicación
Digital	Legal

### Herramienta Plan de Autodesarrollo - Skills

En 2015 se cerró la herramienta PDA (Plan de Autodesarrollo) para dar lugar a Skills. El proceso de valoración por competencias se enfocó en las habilidades definidas por el Banco y, con la liberación de los informes a todos los empleados (tanto jefes como colaboradores de manera simultánea), se pusieron a disposición los 14 itinerarios de Skills como una de las opciones para mejorar las brechas posibles en el puesto actual.

Todas se encuentran disponibles en Campus BBVA online, tanto en su nivel básico como avanzado. Estos se diseñaron para trabajar las habilidades definidas por el Banco.

	Personas	Horas
Customer Centric	959	3.612
One Team	16	55
Digital Mindset	30	92
Orientación al Resultado	40	117
Emprendimiento	188	526
Liderazgo	107	354
Análisis Síntesis	53	176

### Programas de Management

Durante el año, se llevaron a cabo ediciones de la Escuela de Management en Campus La Moraleja, España, en la que participaron Gerentes y Analistas globales según el perfil de sus puestos y cubriendo las vacantes ofrecidas por el Banco.

	Personas	Horas
Programa Corporativo de Dirección	7	259
Programa Corporativo de Liderazgo	2	76
Liderazgo Basado en Valores	2	48
Modelos de Riesgo - Riesgo Minorista América del Sur (para Analistas de Riesgos)	2	180
APPSHARING (para Auditores)	3	306

Localmente, se llevaron a cabo dos ediciones del Programa de Liderazgo Positivo para empleados con equipos de trabajo.

	Personas	Horas
Toma de Decisiones y Liderazgo Positivo	37	888



Por otra parte, también se sumaron dos actividades específicas para Gerentes y Subgerentes, continuando con el Plan de Transformación Cultural.

	Personas	Horas
Taller de Actualización de Recursos Humanos	19	76

	Personas	Horas
Taller de Feedback	122	976

### Segmento Talento

Anualmente, se desarrollan acciones de formación diferenciales para el Segmento Talento. Este año ofrecimos una mayor y variada oferta formativa, contratando consultoras especialistas y Escuelas de Negocio de prestigio reconocido. Las capacitaciones fueron:

	Personas	Horas
Programa de Desarrollo Profesional para Talentos - UCA (Jr.)	42	1732
Presentaciones Efectivas	40	640
Liderazgo Positivo para Talentos sin Equipo a Cargo	28	672
Programa de Management Estratégico - UCA (Sr.)	20	825
Conferencia Toma de Decisiones en Equipo	58	145
Personal Branding	77	501

### Política de Becas para posgrados

En 2015 se continuó con la Política de Becas para el estudio de posgrados. Se ofrecieron diez becas anuales con una serie de requisitos para postularse (2 años de antigüedad como empleado, una muy buena ponderación en las evaluaciones de la actuación anual, que el posgrado/master/MBA elegido sea acorde al negocio, que el empleado corresponda al segmento de Pool de Talento). También, se ofrecen ayudas económicas con un tope explicitado en la Política y/o préstamos personales con tasas especiales.

Una vez postulados los empleados, se realiza un ranking y se valoran los casos en Comité Especial para seleccionar a quienes se les otorga. Desde el área de Gestión de Recursos Humanos, se le informa al empleado si quedó seleccionado o no.

A fin de año, reintegramos el monto correspondiente con la documentación que acredita el haber cursado y aprobado.

### Escuela negocio-cliente

En 2015 continuamos con diversos programa formativos en operaciones comerciales según segmentos de clientes, con el objetivo de potenciar el negocio.



	Personas	Horas
Programas escuela negocio-cliente	1.192	17.193

### Diversidad de Género

Se eliminó del catálogo el curso “Todos Diversos, Todos Iguales” y aún no se ha reemplazado. No obstante ello, se gestionó las matrículas y el seguimiento del curso por parte de los empleados y, luego de cancelarse el curso en octubre, se continuaron gestionando los que lo tenían pendiente en plataforma y sin terminar.

	Personas	Horas
Todos Diversos, Todos Iguales	97	97

### Inglés

Se consolidó y promocionó el nuevo modelo de inglés online Language Center en Campus BBVA Online (Plan Universal), y se relevaron con las Direcciones de las AA.CC. (Áreas Centrales) los puestos críticos con competencia de idioma como un conocimiento necesario e imprescindible para desarrollar la labor actual.

Luego de ese relevamiento, se les solicitó a los empleados de esos puestos que realizaran la evaluación online de nivel del idioma en el Language Center. Las personas con un nivel B1 o más fueron convocadas a los talleres presenciales, dado que el modelo plantea que los puestos críticos deben alcanzar un nivel C1.

También, se mantuvieron las clases “one to one” para Gerentes y los grupos de inglés técnico para Risk, Swift, Research y Digital Banking.



	Personas	Horas
Clases de inglés presenciales	68	3.790

### Negocio Responsable

En 2015 capacitamos a empleados en el curso online Negocio Responsable, realizando una formación sobre comunicación transparente, clara y responsable (TCR).

	Personas	Horas
Negocio Responsable	187	75

### Datos generales sobre formación y capacitación

	2015
Inversión en formación y capacitación	\$12.964.010

POR GÉNERO Y MODALIDAD	Hombres	Mujeres	Total
<b>Horas de formación</b>			
Presencial	32.939	26.041	58.980
E-learning	43.280	38.153	81.433
<b>Total</b>	<b>75.554</b>	<b>63.990</b>	<b>139.544</b>
<b>Porcentaje de horas de formación</b>			
Presencial	56%	44%	100%
E-learning	53%	47%	100%

Promedio de horas de formación al año por empleado por categoría	2015
Equipo Directivo	1
Gerentes	24
Especialistas	22
Fuerza de Ventas	25
Mandos Medios	22
Puestos Base	26

## Compensación y remuneración

GRI G4-DMA GRI G4-LA2

### Política de Remuneraciones

Contamos con una Política de Remuneraciones para la aplicación de un sistema de retribución capaz de atraer y retener a las personas correctas para cada posición, de acuerdo con 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.

Comprende las compensaciones que por todo concepto percibe el empleado como contraprestación por su aporte a la organización en términos de tiempo, función y resultados, incluyendo la remuneración fija y la remuneración variable.

El modelo de incentivación para la remuneración variable aplica según la categoría laboral, la jerarquía y el tipo de trabajo realizado, y comprende:

- Modelo de incentivación a la Red.
- Modelo de incentivación Áreas Centrales, Canales y Apoyo a la Red.
- Modelo de incentivación DOR (Dirección Orientada a Resultados).
- Modelo de incentivación por Comisiones.
- Modelo de incentivación con Pago en Acciones.

Para mapear nuestro posicionamiento en nivel de salarios, participamos en encuestas de mercado salarial correspondientes al mercado bancario, y también realizamos consultas interáreas con otros bancos. El posicionamiento del Banco con respecto al mercado es entre mediana y 75 percentil.

## Sistema de beneficios

El bienestar de nuestros colaboradores y de sus familias es muy importante para nosotros, por eso les brindamos un acceso exclusivo a facilidades, productos, descuentos y espacios recreativos. Estos beneficios se agrupan en tres pilares: el equilibrio entre la vida personal y laboral, el apoyo en momentos importantes y la inclusión.

En BBVA Francés, ofrecemos los siguientes beneficios:

### • 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 2015 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 14 shows, con un total de 23.265 inscripciones, y se sortearon 266 entradas.

Asimismo, gracias al patrocinio de Boca Juniors y de River Plate, continuamos el “Beneficio Pasión” con el desarrollo de nueve acciones, entre las que se encuentran: sorteos de entradas para el Torneo Local, Copa Sudamericana y Libertadores, Gol de Media Cancha, sorteo de camisetas y la Copa BBVA Francés en Córdoba, que otorga varios beneficios, como viajar con los planteles, sorteo de plateas y generales, jugar un partido en el entretiempo, niños custodios de la Copa, entre otros benef. Para este beneficio se registraron 18.197 inscripciones, con 242 ganadores de premios.

### • Torneos deportivos

A diciembre de 2015, más de 1404 empleados se inscribieron en 13 torneos internos de 8 disciplinas: Fútbol, Fútbol Femenino, Tenis, Paddle, Ping-pong, Golf, Ajedrez, Bowling (en CABA, Córdoba, Mendoza, Rosario y Mar del Plata). También se desarrollaron talleres de Yoga y el Running Team BBVA para un grupo de 75 corredores en C.A.B.A. Esta última actividad se expandió a las ciudades de Rosario, Mar del Plata y Mendoza.

### • Beneficio Hotelopia

Continuamos ofreciendo este beneficio de descuento en hoteles con 135 reservas concretadas en 2015.

### • Liga de Fútbol Profesional

En 2015 se llevó a cabo una nueva edición del Campus LFP. De 253 inscriptos, fueron 10 los hijos de empleados afortunados que salieron sorteados y pudieron disfrutar de una semana como jugadores profesionales con niños de distintos países.



## TESTIMONIOS

### Sobre el beneficio Campus LFP 2015:

“Tuve la suerte de vivir esta experiencia junto a mi hija Aylén el año pasado, recomiendo que todo padre que a su hijo le guste el fútbol lo anote y jese anime a vivir un sueño único! El Banco los cuida, estás online constantemente viendo qué hacen los chicos. ¡Hay que animarse a anotarlos, es un viaje que no lo olvidan más, a mi hija le encantaría volver!”

Leonardo Delgado, Riesgos.

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.

#### • 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. En 2015 se entregaron 3.970 kits escolares en todo el país, incluyendo (por primera vez) a sala de 4 años.

### TESTIMONIOS

#### Sobre el beneficio kits escolares:

“Solo palabras de agradecimiento. Son muy completas y hacen que nuestros hijos se sientan felices y las esperen ansiosos al comenzar el año. Es un orgullo para ellos llevar los útiles del Banco donde trabaja alguno de sus padres y para los papás un alivio económico importante. Muchas gracias de corazón”. Anónimo en encuesta de satisfacción.

#### • Día del Niño

Continuamos con la entrega de los obsequios por el Día del Niño para hijos de empleados de hasta 12 años de edad, pensados especialmente de acuerdo con el sexo y la edad. En 2015 entregamos 3.501 obsequios.

#### • Regalo de cumpleaños

Cada empleado elige, entre una serie de opciones, un regalo por su cumpleaños. Además pueden gozar de la tarde libre del día de su cumpleaños.

#### • Obsequio de fin de año

Todos los empleados reciben un obsequio de la organización en diciembre, que consiste en una Tarjeta Regalo. El monto de 2015 fue de \$2.200.

#### • Obsequios por antigüedad

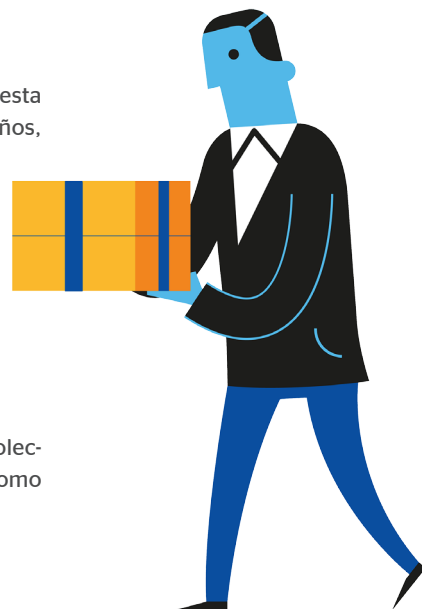
Se lleva a cabo la entrega de reconocimiento por los años de trabajo en la empresa. De esta forma, se valora el compromiso y el esfuerzo en BBVA Francés con un bolígrafo a los 10 años, un reloj a los 20, un sueldo adicional a los 25 y un viaje a los 30 y 35 años.

#### • Pago de materias

Realizamos un reintegro de los gastos de aquellos empleados que hayan cursado estudios universitarios durante el año anterior. También se ofrece esta ayuda a hijos de empleados de hasta 25 años que se encuentren cursando una carrera universitaria. En 2015, este beneficio alcanzó a 571 colaboradores.

#### • Días de vacaciones

Ofrecemos mayor cantidad de días de vacaciones por sobre lo establecido en el Convenio Colectivo de Trabajo, y hemos modificado la política de vacaciones con la posibilidad de utilizar como días hábiles un cupo de los días disponibles de vacaciones.



### • Medicina prepaga

Tenemos convenios corporativos con diferentes medicinas prepagas, tanto en los costos de los planes como en la prestación de los servicios.

### • Ayuda por situaciones puntuales

Contamos con planes de asistencia y ayuda a empleados en situaciones puntuales y específicas, tales como inundaciones, entre otros.

## Clima laboral

Este año nuevamente realizamos la encuesta de clima laboral Great Place To Work, logrando un 90% 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 2015 (empresas de más de mil empleados). Mantuvimos la calificación 2014 y escalamos a la novena posición en el ranking de las mejores empresas para trabajar con más de 1.000 empleados. A partir de este año la medición se realiza en forma anual.

Durante el período trabajamos en los siguientes puntos, según las conclusiones de los resultados de la encuesta de 2014:

- ▶ Seguimiento de planes de acción de las áreas.
- ▶ Plan de acción transversal, focalizando en tres ejes: Desarrollo, Reconocimiento y Calidad de Vida.
- ▶ Campaña de sensibilización, donde se destaca: nueva propuesta de valor “Vos & BBVA” y toma de la encuesta.
- ▶ Rediseño del Culture Audit.
- ▶ Las claves fueron: focalizar en los temas centrales para la EVP (Employee Value Proposition), considerar el clima y la cultura una prioridad estratégica, comprometer a los líderes como agentes del cambio y potenciar la comunicación interna.

## Relación sindical

Todos nuestros empleados están incluidos en algún convenio colectivo, lo cual evidencia nuestro respeto y valoración de la libertad sindical y de los derechos laborales. En tal sentido, las negociaciones y los acuerdos salariales abarcan hasta la categoría de Jefe Principal de Departamento.

Valoramos el diálogo y la negociación colectiva a la hora de alcanzar consensos y solucionar conflictos, entendiendo que estos constituyen la herramienta más eficaz para la disminución de la conflictividad. Es por este motivo que trabajamos arduamente para mantener una fluida comunicación con las Comisiones Gremiales Internas (CGI) de las diferentes localidades del país, y con las Seccionales de la Asociación Bancaria a Nivel Nacional.

## Comunicación interna

### GRI G4-DMA

Tenemos el firme propósito de estar en contacto con nuestros empleados, de conocer sus necesidades y de mantenerlos informados. Es por eso que desarrollamos diferentes canales de comunicación interna para estar en constante y pleno contacto con nuestros empleados. Entre los canales de diálogo que gestionamos durante 2015 se destacan:

**Revista Interna Protagonistas.** El objetivo de esta publicación es poner en valor a los colaboradores como parte fundamental de nuestra empresa, y se publica en versión impresa y digital cuatro veces al año, presentando los principales proyectos y logros del negocio, y las personas

que conforman BBVA Francés. La publicación 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, la participación y el feedback. Este año acompañamos dos de las ediciones con *merchandising* especialmente diseñado para los colaboradores.

**Intranet.** 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 incorporaron nuevos elementos gráficos como fotogalerías y *widgets* para jerarquizar la información importante.

**Avisos clasificados.** Facilitamos un espacio de intercambio confiable para que nuestros colaboradores puedan celebrar una compra, venta o alquiler de un bien propio.

**Casilla de correo de “Comunicaciones Internas” (CI).** Este canal continúa siendo el más reconocido entre los empleados, siempre con el objetivo de mantener la eficiencia y la correcta difusión de toda la información y beneficios pertinentes. Este año, optimizamos la utilización de herramientas complementarias, por ejemplo, simplificando la carga de formularios online y la calendarización de citas de eventos, para mejorar la experiencia del colaborador. Por otro lado, en forma periódica, continuamos enviando un resumen de los temas más importantes del Banco a nivel local y global. Al 31 de diciembre de 2015, enviamos 584 mails.

**Encuestas online.** Desde el área de Comunicación Interna se generan diferentes tipos de encuestas que nos permiten tener feedback sobre eventos, beneficios y diferentes procesos e iniciativas de Recursos Humanos (RR.HH.), siempre con el fin de conocer las opiniones para luego implementar mejoras. Entre ellos, este año se destaca la implementación de “La pregunta del día”, una consulta diaria y sencilla que todos los empleados pueden contestar al comenzar la jornada, inmediatamente luego de “loguearse” con su usuario de Gmail.

**Cartelería.** Este año volvimos a renovar la cartelería bajo la temática de “Vos & BBVA” que se colocó en todos los edificios centrales. Además se implementaron *wallpapers* y protectores de pantallas en las pc de los colaboradores con mensajes estratégicos del Banco.

**Presentación de resultados trimestrales.** 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.

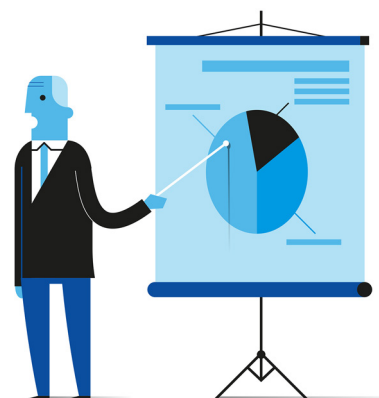
## Plan cercanía - Giras y “Encuentros BBVA”

Este año reforzamos el cambio cultural en la organización acercando los temas estratégicos del negocio a todos los colaboradores, y fortaleciendo el orgullo de pertenencia de estos a través de las giras del Comité de Dirección a los colaboradores de todo el territorio nacional. Hace cinco años se inauguró este espacio, con el objetivo de fortalecer la cercanía y el contacto directo entre los empleados. En 2015 se visitaron 12 áreas de staff y negocio, y los siguientes territorios: Micro-Macrocentro, Cuyo, Patagonia, Buenos Aires y Rosario Litoral.

Por quinto año consecutivo, continuamos desarrollando una serie de desayunos dirigidos a un segmento de performance destacada dentro de la organización. Estos 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 2015, se llevaron adelante 43 encuentros tradicionales en los que participaron 374 empleados que conforman el colectivo Talento y Subgerentes.

## 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.



## Campaña “Vos & BBVA”

La campaña “Vos & BBVA” se presentó para acompañar una nueva propuesta de valor de nuestra marca empleador con el afán de: crecimiento conjunto, ganas de ayudar a las personas y ambición de construir entre todos el mejor lugar para trabajar.

Así, cuando reflexionamos sobre lo que hacemos juntos en BBVA Francés, identificamos tres palabras que nos definen y guían nuestras acciones: crecer, sumar y disfrutar. Porque en BBVA Francés “crecemos juntos”, buscamos superarnos y alcanzar resultados sostenidos en el tiempo. “Sumamos juntos”, porque creemos que solo hay una manera de hacer banca: de manera responsable. Y “disfrutamos juntos”, porque es la pasión por lo que hacemos la que nos estimula a brindar y vivir experiencias únicas. Así, juntos creamos esta relación que nos hace diferentes: VOS & BBVA.

## Comunicación de seguridad

En concordancia con el lema de seguridad corporativo “Seguridad Somos Todos”, se enviaron a través de Recursos Humanos diversos comunicados a todos los colaboradores, con el objeto de propiciar un mayor nivel de seguridad en el interior de los edificios centrales y que contienen las más destacadas “Recomendaciones de Seguridad” en el lugar de trabajo.

Encontralo en



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.

A través del AutoSAE, los empleados pueden obtener respuesta inmediata a sus propias inquietudes, accediendo a la base de respuestas vigente

Se atendieron un total de 60.209 consultas, que llegaron al servicio por vía telefónica, por mail y a través del AutoSAE dentro del Portal SAE. La cantidad de consultas formuladas a través de este canal creció un 63% respecto del año anterior.

El SAE continuó gestionando contactos proactivos con el segmento denominado Nuevas Incorporaciones, realizando entrevistas telefónicas a los empleados que cumplieron seis meses de antigüedad, relevando inquietudes, opiniones

y experiencias, y se detectan oportunidades de mejora de las instancias críticas del proceso de inducción a la compañía.

Se efectuaron 30.301 contactos salientes, reforzando la estrategia de posicionamiento a nivel de contacto proactivo con los empleados. Estos contactos representaron un crecimiento del 126% respecto del año anterior.

Dentro de las 49 campañas realizadas se destacan las de salutación por cumpleaños; confirmación de recepción de documentación para upgrades de productos; contactos de bienvenida dirigidos al personal ingresante; anuncios de vencimientos de vacaciones; contacto con mentores; novedades sobre planes de medicinas prepaga; entre otras acciones.

Este año se midió el nivel de satisfacción de los empleados en relación

con el servicio recibido, lanzando una nueva versión de la encuesta bianual. El 73% del colectivo consultado tuvo oportunidad de emitir su opinión sobre diferentes aspectos del servicio recibido. La valoración global de la satisfacción creció un 3% respecto de la última medición realizada en 2013, y los aspectos con mayor evolución respecto de dicha medición fueron la resolución de consultas y la habilidad de los operadores para interpretar las inquietudes formuladas.

Con la finalidad de realizar un seguimiento permanente sobre la evolución de la valoración de estos aspectos, se comenzó a instrumentar la medición de la satisfacción a través de una encuesta mensual. Los aspectos que mejor evolucionaron en relación con los resultados arrojados por la encuesta bianual fueron la resolución de consultas, la habilidad de los operadores y la agilidad en las respuestas.



## Salud y seguridad

GRI G4-DMA GRI G4-LA5 GRI G4-LA6 GRI G4-LA7 GRI G4-HR7

Uno de nuestros principales compromisos consiste en preservar la salud y la seguridad de todos nuestros colaboradores, minimizando riesgos, velando por un correcto uso de las instalaciones y los elementos y equipos de seguridad a su cargo.

Para administrar la atención de la salud laboral, contamos con:

- ▶ Cuerpo médico, con consultorios médicos instalados en los edificios centrales con mayor nómina del Banco, realizando regularmente chequeos médicos, incluyendo evaluación del riesgo cardíaco en algunos casos. También contamos con ambulancias de emergencias por servicio de área protegida.
- ▶ 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.
- ▶ Comité de Salud y Seguridad en la provincia de Santa Fe en conjunto con representantes de la comisión gremial interna.
- ▶ Comité de Crisis para afrontar situaciones extraordinarias de riesgo para nuestros empleados. Este se creó a partir de la erupción del Volcán Calbuco.
- ▶ Comité de Discapacidad, con el propósito de darle impulso a los asuntos relacionados con la inclusión de personas con discapacidades diferentes.

A continuación, exponemos los principales indicadores en salud y seguridad ocupacional (Los cálculos se hicieron teniendo en cuenta las directrices de los indicadores de la guía G4 del GRI, utilizando para los cálculos días naturales - 365):

SALUD Y SEGURIDAD	2015	2014	2013
Tasa de accidentes	1,31	1,08	1,27
Tasa de enfermedades profesionales	0,19	0,02	0,07
Tasa de días perdidos	56,46	33,56	43,68
Tasa de absentismo	512,34	344,56	469,82
Total accidentes y enfermedades profesionales	127	47	102
Víctimas mortales	0	0	0

SALUD Y SEGURIDAD POR GÉNERO	2015		2014	
	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones
Tasa de accidentes	0,91	0,40		
Tasa de enfermedades profesionales	0,15	0,04		
Tasa de días perdidos	45,05	11,42		
Tasa de absentismo	304,80	207,54		
Total accidentes y enfermedades profesionales	90	37		
Víctimas mortales	0	0		



SALUD Y SEGURIDAD	Tasa de accidentes	Tasa de enf. prof.	Tasa de días perdidos	Tasa de absentismo	Total de accid. y enf. Prof.	Víctimas mortales
Áreas Centrales	0.76	0.05	31.82	236.58	68	0
Territorio Buenos Aires	0.04	0.01	1.43	33.44	4	0
Territorio Capital	0.02	0.04	1.75	35.28	5	0
Territorio Córdoba -NOA	0.01	0.00	0.18	18.70	1	0
Territorio Cuyo	0.04	0.01	4.61	11.71	4	0
Territorio Metro Norte	0.11	0.02	1.88	46.98	11	0
Territorio Metro Sur	0.12	0.04	5.97	44.67	13	0
Territorio Micro Macro	0.18	0.01	6.97	46.33	16	0
Territorio Patagonia	0.00	0.01	0.71	11.23	1	0
Territorio Rosario Litoral	0.04	0.00	1.14	32.96	3	0

En 2015, debido a la explosión del Volcán Calbuco, se enviaron documentos sobre cómo conducirse en esta situación y se compraron elementos de higiene y seguridad como barbijos y antiparras para las sucursales afectadas. También realizamos un monitoreo constante de todos nuestros colaboradores y sus familias, y constituimos el Comité de Crisis con monitoreo permanente de la situación reinante en la zona de riesgo.

Si bien consideramos que no existen riesgos elevados de enfermedades determinadas, se declara como factores de riesgo de enfermedades profesionales, el uso profesional de la voz y la audición en los operadores telefónicos. Se realizan estudios médicos de monitoreo en el examen preocupacional y con periodicidad anual.

## Capacitación y formación en salud y seguridad

Durante 2015 realizamos diversas capacitaciones y jornadas, a fin de garantizar la salud y la seguridad de nuestros empleados:

### ► Calidad de vida saludable

Con el fin de mejorar el bienestar de los empleados y de sensibilizarlos acerca de la importancia de tener una calidad de vida saludable, seguimos desarrollando talleres en el marco del Programa Salud para Vos. Durante 2015, lanzamos el curso de higiene y seguridad a través del Campus BBVA y además realizamos:

	Cantidad	Participantes
Taller de estrés	1	10
Cursos de primeros auxilios	10	87
Talleres de reanimación cardiopulmonar (RCP)	10	107
Charlas de nutrición saludable	3	17

### ► Evacuación y control de incendios

Durante 2015, la Gerencia de Seguridad, a través de la Subgerencia de Protección Corporativa, realizó una jornada de capacitación teórico-práctica de evacuación y control de incendios. Fueron capacitados 19 colaboradores.

### ► Capacitación de evacuación y simulacro

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. 3, Ley 1.346/04 GCBA).

	Edificios centrales	Sucursales
Jornadas de capacitación	17	165
Cantidad de capacitados	89	1.327

### ► Simulacros de evacuación

Como complemento al entrenamiento y las capacitaciones, se realizaron simulacros de evacuación en los edificios centrales y sucursales de todo el país. 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.

Simulacros de evacuación	Edificios centrales	Sucursales y puntos de venta (CABA)	Sucursales y puntos de venta (interior del país)
Total inmuebles	12	89	176
Total simulacros	24	178	176
Total participantes	1.805	623	704

### ► Formación a personal de seguridad

Todo el 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 que las empresas de seguridad privada profundicen la capacitación de sus integrantes en aspectos vinculados al trato correcto y cordial hacia el cliente y que, también, imparta un conocimiento específico a aquellas consignas que así lo requieran.

## Sistemas de control en seguridad

Durante 2015 continuamos desarrollando distintas iniciativas a través de proyectos y sistemas para garantizar la seguridad de quienes forman parte de BBVA Francés:

### ► Proyecto “PACOM”

En 2015 comenzamos con el proyecto “PACOM”, sistema de seguridad integrada, para optimizar la protección física y electrónica de inmuebles:



#### INMUEBLES PROTEGIDOS HASTA 2015

Sucursales y puntos de venta	200
Banca empresas	21
ATM neutros	98
Edificios corporativos	5

Objetivo para 2016: incrementar en un 20% los inmuebles con este dispositivo.

### ► Sistema de seguridad “Faro Corporativo”

En 2015 se realizó la ampliación de datos del sistema de seguridad “FARO Corporativo” para una mayor eficiencia y desarrollo. El sistema aporta 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.

INFORMACIÓN INCORPORADA DURANTE EL EJERCICIO 2015	Unidades cargadas
Eventos carga datos de guardias de empresas seguridad	57
Eventos carga antisociales, manifestaciones y movilizaciones	5
Eventos de carga de elementos y dispositivos de seguridad	7
Eventos carga de puestos y objetivos de seguridad	1
Eventos carga de plantas y zonas	1
Horas de servicios de empresas seguridad	142.048,5
Eventos carga horas eventuales empresas de seguridad privada	178
Eventos plan de llamados del Comité de Continuidad del Negocio	2
Eventos de baja personal de seguridad privada	6
Eventos unidades blindadas Tesoro General	4
Eventos correspondientes a prevención e investigación de ilícitos	1.036

Objetivo para 2016: continuar con la carga de información y desarrollo de nuevas prestaciones, que permitan la incorporación de datos de seguridad en las giras de Directores y previsiones presupuestarias del área.

### ► Control de accesos

El sistema corporativo de control de accesos se evaluó en su operatividad, funcionamiento y robustez en el edificio ubicado en Perón 362, dando resultados altamente positivos.

En ese sentido, estamos en condiciones de informar que el nuevo sistema de control de accesos ya se encuentra apto para ser implementado en la nueva sede corporativa "Torre BBVA", a los fines de otorgar un aumento en 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, tanto para los empleados como para el patrimonio de la entidad.

**Objetivo para 2016: incorporar el sistema homologado corporativamente en la nueva sede en Argentina, como así también en el Tesoro General del Banco y en los dos Centros de Procesamiento de Datos de la entidad.**

### ► Sistema Spider

Este sistema es una medida corporativa para ampliar los niveles de protección del atesoramiento de efectivo y acceso a sector de cajas de seguridad, tesoros, ATM/ATS, puertas de cajas de seguridad, puerta de bóvedas de cajas de seguridad, CAF y Mini CAF, permitiendo el control de horarios de cierre y aperturas remotas. Es totalmente configurable, por lo que 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 su apertura fuera de horario. Hasta el cierre del ciclo 2015, se ha instalado en cinco sucursales.

**Objetivo para 2016: extender el sistema para protección de numerario en 21 sucursales bancarias y en 2 unidades blindadas pertenecientes al Tesoro General del Banco.**

## Voluntariado y social engagement

GRI G4-FS10

Asunto relevante N° 21

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 e invertir tiempo y energía por una buena causa, compartiendo los valores de equipo, compromiso y solidaridad con la sociedad.

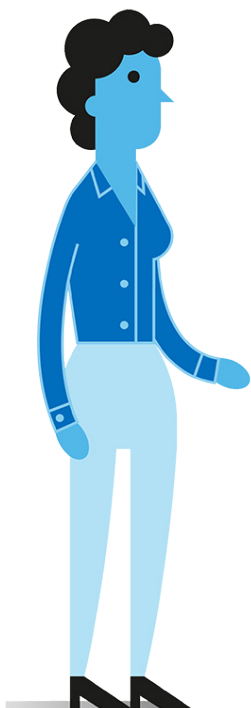
	2015	2014
Participantes involucrados	274	179
Pesos invertidos	\$916.600	\$769.129

Estamos seguros de que la educación es una de las mejores maneras de lograr la integración social, por eso en 2015 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” es una actividad educativo financiera con formato de obra de teatro (comedia musical), dirigido a niños de escuelas primarias entre 6 y 11 años. Su objetivo principal es enseñar a los niños la importancia de administrar bien el dinero, el valor del ahorro, el consumo responsable y la función de los bancos en la sociedad. Se desarrolló en 2015 en la Ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y las localidades de Mar del Plata, Tandil y Bahía Blanca.

Por su parte, también se llevó a cabo un taller para colegios secundarios, dirigido a jóvenes que cursan entre 3<sup>ro</sup> y 4<sup>to</sup> año, para orientar a los chicos en el funcionamiento del circuito financiero en general, solucionando diferentes situaciones que se les presentan en forma de casos.



#### TESTIMONIOS

“La experiencia es muy gratificante, dado que podemos brindar un poquito de conocimiento a sectores públicos o privados de la enseñanza escolar. Los chicos se entusiasman y quieren participar, están atentos a todo lo que se muestra en la obra de teatro y se van felices”.

**Samanta Dobal**, Sucursal 013 - San Fernando.

#### TESTIMONIOS

“Muchas gracias por permitirnos ayudar y encontrar un canal para colaborar con un granito de arena. Estoy feliz de que por medio de mi trabajo pueda intentar ser mejor persona día a día”.

**Matías Migueltoarena**, Sucursal 322 - Lanús.

En 2015 realizamos 50 funciones en escuelas primarias y 12 talleres en escuelas secundarias, con la participación de 83 voluntarios.

### ● Concurso de Proyectos Solidarios

Con este concurso buscamos apoyar económicamente a los mejores proyectos solidarios presentados por empleados que colaboran con alguna ONG, con el fin de favorecer a colectivos excluidos, con prioridad en la educación. La convocatoria al Concurso de Proyectos Solidarios se realiza al total de las compañías del Grupo BBVA Francés en Argentina, incluyendo todas las empresas vinculadas.

En 2015, entregamos los premios de los tres ganadores del Concurso de Proyectos Solidarios 2014:

- 1<sup>er</sup> puesto: \$90.000. “Aprendiendo al pie de la cama”. Escuela Hospital N° 4. Provincia de Formosa.
- 2<sup>do</sup> puesto: \$65.000. “Desarrollo comunitario: Residencia Universitaria”. Provincia de Santiago del Estero.
- 3<sup>er</sup> puesto: \$40.000. “Sala de estimulación multisensorial Rafaela”. Provincia de Santa Fe.

También lanzamos la cuarta edición del concurso contando la presentación de 33 proyectos de Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires, Santa Fe, San Juan, Córdoba, Mendoza, Entre Ríos, Tucumán, Santiago del Estero, Neuquén y Salta.

Esta edición concluyó el 30 de diciembre con la elección de los tres proyectos ganadores, dos de los cuales fueron presentados por empleados del BBVA Francés:

1<sup>er</sup> puesto: \$130.000. "Centro vecinal en B° Autopista". Provincia de Tucumán.

2<sup>do</sup> puesto: \$90.000. "Un SUM en la casita de los Ángeles". San Pedro, Provincia de Buenos Aires.

3<sup>er</sup> puesto: \$60.000. "Centro comunitario en la Villa 31 bis". C.A.B.A.

## TESTIMONIOS

"La gente que votó por nuestro proyecto vio una realidad que no conocía de Formosa, de gente que necesita, de niños que necesitan. Nunca me sentí tan feliz de haber ganado algo".

**Silvia Pastor**, Sucursal 262 - Formosa (1er puesto)

## TESTIMONIOS

"El proyecto presentado en 2014 se trató de equipar una sala de estimulación temprana 'aggiornada' a la tecnología que podemos encontrar hoy a nivel país. Sin lugar a duda, cubrimos lo que queríamos, que era darle a los chicos algo especial".

**Marcelino De Micheli**, Sucursal 207 - Rafaela (3er puesto)

Por otro parte, continuamos desarrollando las siguientes acciones:

- **Curso de voluntariado online a través de la plataforma de formación:** los colaboradores interesados en el tema tienen la oportunidad de profundizar acerca de la realidad y de reflexionar sobre la manera de contribuir con nuestra sociedad.
- **Página de Intranet:** los voluntarios siguen contando con una página donde se enteran de las acciones de voluntariado que se llevan adelante. En 2015 actualizamos el sitio sumando imágenes y material audiovisual de las actividades.
- **Campaña "Destapa tu solidaridad":** continuamos juntando tapitas plásticas para el Hospital Garrahan, y colocamos nuevos puntos de recolección en los comedores de edificios centrales. En 2015 reunimos 711 kg, que equivalen aproximadamente a 284.400 tapitas, superando ampliamente lo recolectado en 2014 (362 kg).

# Proveedores

GRI G4-DMA GRI G4-12

Asunto relevante N° 15

## Política y principios de gestión con proveedores

En BBVA Francés, procuramos generar relaciones de largo plazo con nuestros proveedores, transmitiéndoles nuestros valores, nuestra cultura corporativa y nuestra política de Responsabilidad Corporativa.

Así, en 2015 se publicó internamente el nuevo Código de Conducta, el cual fue comunicado y analizado en las reuniones de coordinación de compras; fundamentalmente, aquello relacionado con proveedores, conflictos de intereses e intolerancia con cualquier forma de corrupción o soborno.

También, a lo largo del año, se mantuvieron reuniones y se les informaron los cambios o las diversas cuestiones a los proveedores, a fin de mejorar los procesos de relación.

Por otro lado, continuamos difundiendo los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas entre nuestras empresas proveedoras, al cual adherimos en 2004. Para ello, incorporamos temas de respeto a la legalidad, compromiso con la integridad, concurrencia, objetividad, transparencia, creación de valor y confidencialidad en el proceso de homologación de proveedores, y les entregamos una Carta de Adhesión, a través de la cual las empresas firmantes manifiestan su compromiso con la iniciativa de las Naciones Unidas. En 2015, 254 proveedores declararon haber firmado la Carta de Adhesión, alcanzando el 34% del total de proveedores.

## Sistema de homologación de proveedores

GRI G4-HR10

Asunto relevante N° 18

Dentro del proceso de homologación de proveedores, se siguen incluyendo preguntas relacionadas con los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y las mejores prácticas ambientales y sociales. Para corroborar lo reportado en los cuestionarios, el Banco le requiere una declaración jurada firmada por apoderado.

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, exige del proceso a los que tienen control del estado, aquellos que cotizan en bolsa y universidades.

SISTEMA DE HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES (1)	2015	2014	
Proveedores a homologar (2)	4	63	(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.
Proveedores analizados (3)	839	827	
Proveedores homologados	600	607	
Proveedores rechazados	239	220	
Porcentaje analizados	99,53%	92,92%	



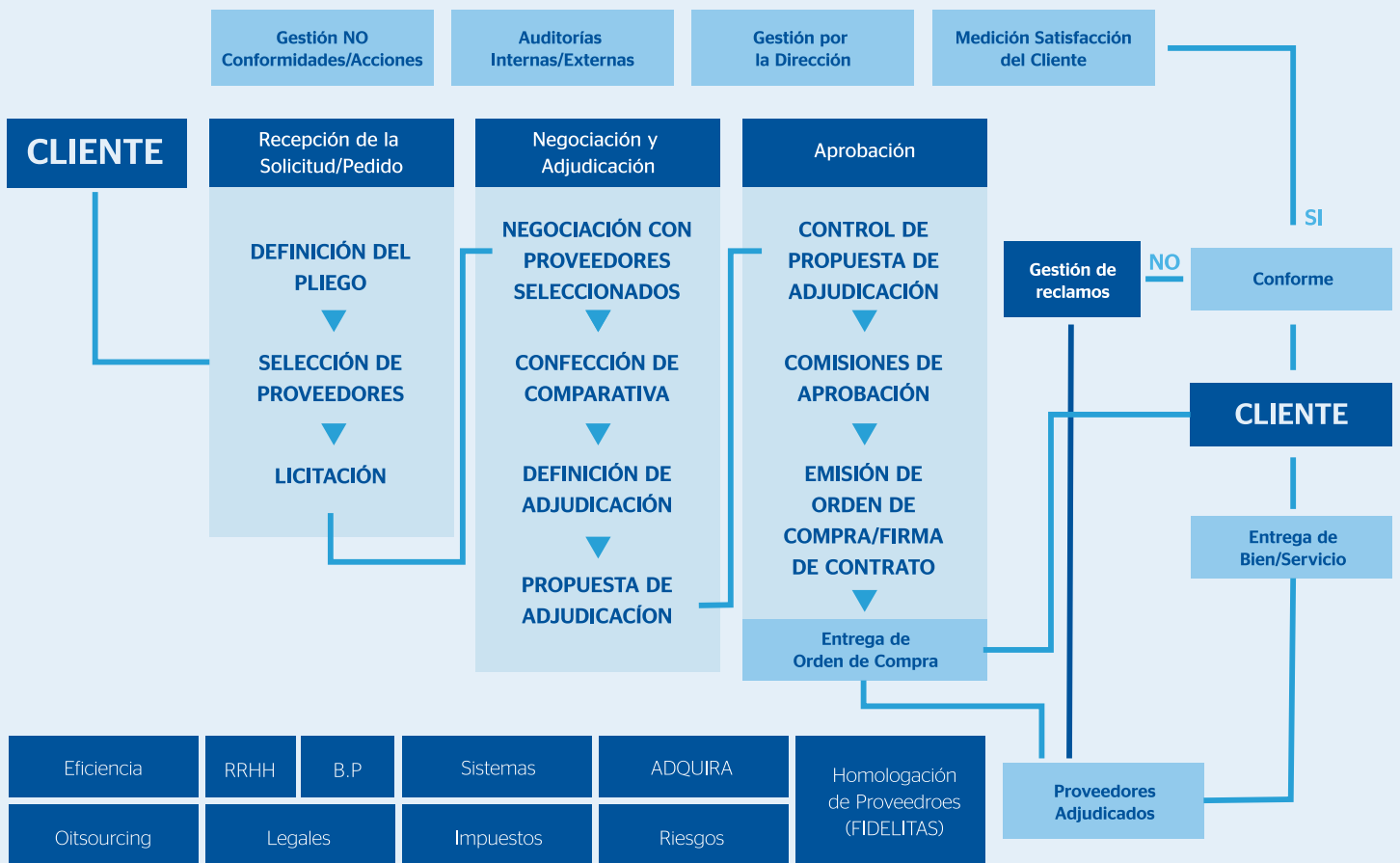
## Herramientas de gestión y de aprovisionamiento

Continuamos utilizando la plataforma de Comercio Electrónico "Adquira" para administrar la Gestión de Compras. Esta 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.

### Procesos de Gestión de Compras

**BBVA Francés**

### Mapa de Procesos de Gestión de Compras



Mapa de Procesos de Gestión de Compras Diciembre 2015

Por otro lado, el Sistema de Gestión de Calidad (SGC) se mantuvo vigente, se realizaron las mediciones concretas de atención al cliente interno, ahorros, entre otros, superando los objetivos propuestos.

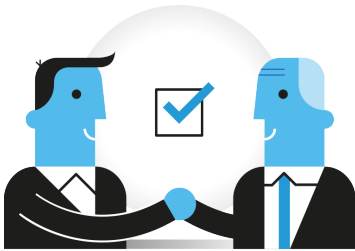
En noviembre de 2015, tuvimos la auditoría de mantenimiento del SGC por parte del IRAM, superándola sin observaciones; el informe destaca como fortaleza las mejoras obtenidas en la medición de satisfacción del cliente, con resultado de tendencia creciente continua en las últimas 4 mediciones trimestrales, lo que demuestra la importancia en la implementación del SGC para la satisfacción del cliente.

Para la gestión de las peticiones, la documentación y la aprobación de la Gestión de Compras, se utiliza el sistema basado en SAP con seguimiento de los flujos de aprobación, los cuales son utilizados para la medición de objetivos de tiempo de procesos.

## Diálogo con nuestros proveedores

Fomentamos la comunicación permanente con nuestros proveedores, con el objetivo de facilitar un diálogo significativo y conocer sus opiniones e inquietudes, así como sus necesidades y expectativas, para generar un clima de confianza con ellos.

Durante 2015 se mantuvieron reuniones cuando correspondía en cada caso, o ante alguna “no conformidad” que así lo ameritaba. En las reuniones se abordaron temáticas relacionadas con el servicio, los precios, las paritarias y los nuevos servicios; y las “no conformidades” fueron tratadas y resueltas de acuerdo con los estándares razonables.



### Encuesta de satisfacción de proveedores

Satisfacción del proveedor de 4,2 sobre 5.

Por parte del área de Compras, se realizó una encuesta de satisfacción del proveedor en su relación con compras, arrojando una valoración global satisfactoria de la función de compras (4,2 puntos sobre 5 máximo). Dicha encuesta se realiza en forma bianual.



# Sociedad

GRI G4-DMA

Asunto relevante N° 19 - Asunto relevante N° 21

Nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) está fundamentada en la visión de trabajar por un futuro mejor para las personas. Se trata de una visión sobre la actuación del Banco, tanto respecto a los clientes como a los empleados, a los proveedores y a la sociedad en su conjunto.

Entendemos a la RSC como a la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad. Para cumplir con dicha responsabilidad, integramos las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, sobre derechos humanos y de los consumidores en su negocio diario, y en las relaciones con sus grupos de interés o stakeholders.

Continuamos con el desarrollo de los programas de relación con la comunidad que se encuentran dentro del marco del Plan de Negocio Responsable 2013-2015, destinados tanto a iniciativas propias como a brindar apoyo a terceras organizaciones.

La educación es el foco estratégico de nuestros programas sociales con los siguientes objetivos:

Favorecer la cultura financiera de las personas

Apoyar 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

GRI G4-FS16

Asunto relevante N° 20 - Asunto relevante N° 25

Este programa tiene como objetivo impulsar la integración social y la formación en valores de niños y jóvenes. A través de la entrega de becas individuales, buscamos la permanencia en el sistema educativo de jóvenes de entre 12 y 19 años de familias de bajos ingresos económicos. Además, fomentamos la inclusión y la educación financiera de los becarios, ya que incluye la entrega de un producto bancario para administrar la beca. De esta manera, promovemos que el alumno asuma la responsabilidad financiera en sus estudios, en la relación con su entorno y en la administración del dinero que recibe mensualmente.

En 2015, el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés trabajó con 22 ONG, 33 centros educativos y 235 colegios, en 13 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, llegando a 28 localidades. Fueron beneficiados 1.452 alumnos y hubo 20 Talleres de Expresión Artística. Desde su comienzo, y por noveno año consecutivo, el programa ha otorgado un total de 9.678 becas.

Para más información sobre el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés, ver el capítulo "Prioridades Estratégicas - Educación Financiera" de este Informe.

## Talleres de expresión artística

Con el fin de integrar a los becados, brindando contención y nuevos canales de comunicación, realizamos talleres de expresión artística en instituciones vinculadas con el programa.

En 2015 se realizaron 20 Talleres de Expresión Artística en 20 centros del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés. Los grupos de trabajo realizaron dos presentaciones formales; así, los alumnos compartieron con su comunidad el resultado del aprendizaje en cada disciplina.

### TESTIMONIOS

#### **Centro Educativo Fe y Alegría N° 8171 - Salta Taller de Artes Plásticas**

Este Taller de Artes Plásticas amplía la oferta de clases escolares y pretende llevar las Bellas Artes al alcance de todos, despertando la creatividad y la sensibilidad.

Los principios metodológicos básicos de este, pretenden despertar la creatividad a través de ejemplos artísticos del mundo actual y motivar hacia la reinterpretación personal, descubriendo a través de la experiencia plástica, nuevas estrategias de comunicación y de convivencia.

#### **Taller de Coro**

A través de este taller se desarrollan distintas facultades musicales como el oído musical, el pensamiento armónico y comprende también una actividad afectiva y mental, pone en funcionamiento centros cerebrales que activan la inteligencia, independencia auditiva y audición polifónica y su consecuencia directa: la melodía y el ritmo.

#### **Centro Educativo Fe y Alegría I.S. 68 - Corrientes**

##### **Taller Artístico y Creativo**

El "Taller Artístico y Creativo" pretende brindar un espacio que permita a través del arte, la música y sus diferentes expresiones, fomentar las habilidades y creatividad de los jóvenes en pos de potenciar la formación integral que se brinda desde la institución educativa desde sus diferentes áreas. Este proyecto se plasma de manera concreta en una puesta en escena que mostrara dos temas que atraviesan lo social y lo cultural: la violencia y la cultura de paz.

#### **Colegio Madre Teresa**

##### **Taller Música para Todos**

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.

#### **San Francisco Solano - Córdoba - Instituto Salesiano San Antonio de Padua Murga Taller en la Escuela y en el Barrio**

La murga es una construcción colectiva en todo su espectro: es una construcción de todos y para todos. Por ello este taller recreativo, expresivo, educativo, fomenta a la murga como movimiento de transformación e integración social desde lo individual hacia lo grupal, y desde grupo a la sociedad. Tomando esta expresión popular, tanto como un medio o fin en sí misma, se pueden desarrollar e interrelacionar contenidos que abarquen el área cognitiva, expresiva, motriz y social, abriendo un abanico de posibilidades en el proceso de enseñanza - aprendizaje.



## Programa Artistas por la Educación

Por quinto año consecutivo, continuamos con el patrocinio al Instituto Superior de Arte del Teatro Colón, en la gira "Del Colón al país", que se llevó a cabo en las localidades de General Roca, Vicente López y Salta.

En 2015, la banda de rock sinfónico Genetics siguió 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. En el año patrocinamos el concierto de la banda llevado a cabo en Teatro Marín, de la localidad de San Isidro, Provincia de Buenos Aires.

Asimismo se patrocinó la 5ª edición del Festival San Isidro Jazz y Más. El espectáculo 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 la localidad de San Isidro.

## Programa Deportistas por la Educación

Continuamos con 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.

En 2015, Boca Social aumentó la cantidad de becas. Se sumaron 30, llegando a un total de 70 becas en la Ciudad de Buenos Aires. Además, La Peña Pasión Sanjuanina, a través de Fundación Marina Etchenique y en alianza con Boca Social, donaron 10 becas.

## Patrocinios y alianzas

Durante 2015 continuamos apoyando programas de terceras organizaciones:

### 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 de libertad.
- ▶ **Universidad Torcuato Di Tella.** Participamos con un aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa de la 5ª Cena de Recaudación de Fondos para la Construcción del Campus Alcorta, realizada el pasado 6 de octubre en el Campus Universitario de la Universidad.
- ▶ **Colegio Madre Teresa.** Participamos como sponsor de plata en la "Comida Anual Solidaria 2015", que se llevó a cabo el 8 de junio en el Tattersall, San Isidro.
- ▶ **CEEJIR (Comisión, Episcopal de Ecumenismo, Relaciones con el Judaísmo, el Islam y las Religiones).** Nuestro aporte contribuyó con las actividades interreligiosas que lleva a cabo la Comisión Episcopal.

### En el ámbito de acción social



- ▶ **Asociación Cristiana de Jóvenes Argentinas (YMCA).** Contribuimos con un aporte institucional para participar como sponsor del Congreso Nacional sobre Valores, Pensamiento Crítico y Tejido Social, que se llevó a cabo los días 24 y 25 de septiembre en la Universidad Católica Argentina.

- ▶ **Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom).** Participamos como sponsor del cóctel anual, que se llevó a cabo el 3 de noviembre en el Hotel Sheraton.
- ▶ **Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA).** Participamos con un aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa de la Cena Anual, que tuvo lugar el pasado 8 de octubre en Parque Norte.
- ▶ **Asociación Síndrome de Down de la República Argentina (ASDRA).** Participamos con aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa del Eco Fashion Day, que tuvo lugar el pasado 19 de mayo en el Hotel Sheraton.
- ▶ **Boca Social.** Participamos como *main sponsor* en la segunda Cena Anual Solidaria de Boca Juniors y UNICEF, que se llevó a cabo el 29 de mayo en La Rural.
- ▶ **Federación de Sociedades Españolas Argentinas.** Contribuimos con la compra de una mesa institucional en la Cena Anual a Beneficio, celebrada el 18 de septiembre en la sede del Club Español.
- ▶ **Fundación Banco de Alimentos.** Acompañamos con la compra de una mesa “bronce” en la XV Cena Anual a Beneficio, que se celebró el 25 de agosto en La Rural.
- ▶ **Fundación CONIN - Cooperadora para la Nutrición Infantil.** Contribuimos con un aporte para la 5° Cena Anual Solidaria, que se llevó a cabo el 24 de septiembre en Espacio Pilar.
- ▶ **Fundación RECIDUCA.** Participamos con un aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa de la VII Cena Anual de Recaudación de Fondos, celebrada el 21 de mayo en el Tattersal del Hipódromo de San Isidro. Lo recaudado permitió cumplir con el objetivo de la Fundación de seguir incrementando cada año la cantidad de jóvenes que participan en sus diversos programas.
- ▶ **Fundación River Plate - Aldeas Infantiles SOS.** Contribuimos con un aporte que aplicó al programa “Sin Fronteras” que realiza esa Fundación. El programa tiene el objetivo de colaborar con una ONG del interior del país. En este caso, la totalidad de la donación recibida de parte de la Fundación Banco Francés fue donada por la Fundación River Plate en favor de la fundación “Aldeas Infantiles SOS”, de la Provincia de Córdoba, que se ocupa de la protección de menores sin hogar.
- ▶ **Fundación Santa Rafaela María.** Contribuimos con un aporte en el programa de la XX Noche a Beneficio de los hogares de la Fundación, que se llevó a cabo el pasado 20 de agosto en el Salón Tattersall del Hipódromo de San Isidro.
- ▶ **Fundación Temaikèn.** Contribuimos con un aporte institucional en la 3° Cena Solidaria, que se llevó a cabo el 29 de septiembre en La Rural.
- ▶ **Hospital Alemán.** Participamos como sponsor del Concierto a Beneficio que se realizó el pasado 11 de agosto en el auditorio del Museo MALBA.
- ▶ **Institución ASAC - Al servicio de la Discapacidad Visual.** Acompañamos mediante un aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa de la 2° “Comida Anual de Recaudación de Fondos”, que tuvo lugar el 26 de agosto en el Hotel Sheraton, Buenos Aires.
- ▶ **Semana de la Gastronomía Española.** Participamos como empresa auspiciante de la segunda edición de la Semana Gastronómica Española, que tuvo lugar del 20 al 26 abril.
- ▶ **Fundación Banco Francés.** La Fundación recibe una donación mensual de BBVA Francés.



**Fundación  
Banco de Alimentos**  
Recibir para dar



**Fundación  
Temaikèn**



## En el ámbito empresarial



- ▶ **IDEA.** Participamos como sponsor en el 50° Coloquio Anual de IDEA, que se llevó a cabo en la ciudad de Mar del Plata, del 14 al 16 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 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  
del Río de la Plata

- ▶ **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 2015”.



- ▶ **Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI).** Realizamos un aporte institucional para contribuir con las tareas académicas que el CARI llevó a cabo durante 2015.



- ▶ **Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA).** Contribuimos con un aporte institucional para las diferentes actividades que lleva a cabo la Cámara.



- ▶ **Fundación FIEL (Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas).** Realizamos un aporte institucional para las diferentes actividades que realiza la Fundación y para la Conferencia Anual 51° Aniversario de FIEL 2015, que se llevó a cabo el 30 de septiembre. También ofrecimos un almuerzo de bienvenida en el Restaurante La Bourgone del Hotel Alvear, en el cual participaron autoridades del BBVA Francés, autoridades de FIEL y economistas expositores de dicha Conferencia.



Fundación Libertad

- ▶ **Fundación Libertad.** Realizamos un aporte para contribuir en las actividades llevadas a cabo durante 2015, 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 38° Aniversario de la Fundación, que se llevó a cabo el 11 de septiembre en la ciudad de Córdoba.

- ▶ **Estudio Balter & Asociados.** Auspiciamos el Ciclo de Conferencias “Contexto 2015”.



## Fundación Banco Francés

---

La Fundación Banco Francés es una institución sin fines de lucro que inició sus actividades en 1988 y es sustentada por el BBVA Francés. Tiene como sede la histórica “Casona Alsina” declarada Monumento Histórico Nacional, ubicada frente a las barrancas de Belgrano en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Esa misma sede funciona como museo donde se exhibe una muestra permanente del artista plástico Libero Badí.

Su objetivo general es contribuir con el mejoramiento del bienestar de la comunidad en su conjunto, mediante la promoción del arte como expresión cultural, el desarrollo de acciones de fomento de la actividad empresarial y de la responsabilidad corporativa.

Por otra parte, la Fundación Banco Francés brinda su espacio físico para eventos institucionales del BBVA Francés relacionados al ámbito empresarial, agropecuario, educativo, la promoción de la responsabilidad social y la cultura.

Durante 2015 se cedió el espacio del Auditorio de la Fundación Banco Francés al Centro de Estudios y Acción para el desarrollo de la Comunidad Sorda, y se cedió para la realización de 25 actividades internas entre comités y eventos institucionales del Banco. También, 80 alumnos del Jardín de Infantes Nacional N° 10 concurren al museo para una visita guiada didáctica.

Asimismo, se donaron 46 equipos entre escritorios, estanterías, sillas, armarios, cajoneras, mesas, archiveros, paneles divisorios tapizados y paquetes de cajas para armar, a dos instituciones de la provincia de Mendoza.

### La Noche de los Museos

Se participó en la duodécima edición de “La noche de los Museos”, con el Museo Libero Badí, organizada por la Dirección General de Museos del Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que 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 Libero Badí 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 música contemporánea a cargo de la banda Aínda Dúo, con un amplio y variado repertorio.

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

---

### Metas educativas 2021

En 2010 el Grupo BBVA firmó una alianza con la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), por medio de la cual adhirió al proyecto “Metas educativas 2021: La educación que queremos para la generación de los bicentenarios”, que busca 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 por parte 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 a la formación de 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

Como foco de la actividad de la Fundación BBVA, firmemente comprometido con la mejora de todas las sociedades, fomenta la investigación científica de excelencia a través de ayudas a proyectos de investigación. También colabora con la difusión a la sociedad, como la realización de encuentros, workshops, conferencias, publicaciones y exposiciones, y premios a la investigación.

A través de los Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento, se reconoce e incentiva 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 adelante 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 premiación, en cada una de sus categorías, es de 400.000 euros, un diploma y un símbolo artístico, pudiendo considerarse, por la premiación, los segundos más importantes del mundo, tras los Nobel.

Los ganadores en la séptima edición 2014 fueron (los ganadores 2015 se anuncian en febrero de 2016):

**Ciencias Básicas:** El premiado fue el químico estadounidense Stephen Buchwald, por crear catalizadores utilizados para la síntesis de nuevas moléculas de interés en el tratamiento de enfermedades como cáncer, sida, artritis reumatoide o diabetes.

**Biomedicina:** Los galardonados fueron Tony Hunter, Charles Sawyers y Joseph Schlessinger -todos ellos desarrollan su trabajo en EE UU- por recorrer un camino desde la investigación básica a la clínica, que ha permitido realizar tratamientos personalizados contra el cáncer.

**Ecología y Biología de la Conservación:** El premio fue para el ecólogo estadounidense David Tilman, por fundamentar el valor de la biodiversidad, cuantificando su contribución a hacer que los ecosistemas sean “más productivos, más resistentes ante invasiones de especies exóticas y más estables ante fenómenos perturbadores”.

**Tecnologías de la Información y la Comunicación:** El galardón en esta categoría fue concedido al ingeniero estadounidense Leonard Kleinrock, por hacer posible Internet al diseñar la forma más eficiente de compartir datos y transmitir información.

**Economía, Finanzas y Gestión de Empresas:** Los ganadores fueron Richard Blundell (Reino Unido) y David Card (Canadá), por desarrollar metodologías empíricas y aplicarlas para conocer el comportamiento microeconómico de personas, hogares y empresas

ante cuestiones como el empleo, la inmigración, los rendimientos de la educación, la salud o el aseguramiento.

**Música Contemporánea:** El galardón fue para György Kurtág, cuya obra se caracteriza por “una intensidad expresiva única”. “La dimensión innovadora de su música está vinculada a su alma, a la autenticidad de su lenguaje, a su manera de traspasar las fronteras entre espontaneidad y reflexión, entre formalización y expresión”.

**Cambio Climático:** El premio fue para el glaciólogo estadounidense Richard Alley, por su investigación pionera sobre el estudio de los cambios abruptos del clima a través de la huella que deja en el hielo.

**Cooperación al Desarrollo:** El premio fue concedido a la ONG Helen Keller International (HKI), por sus programas agrícolas para desarrollar cultivos familiares o comunales, orientados a una nutrición saludable y que han resultado eficaces en la lucha contra la malnutrición en la veintena de países de África y Asia, donde lleva a cabo estos modelos.

## Los Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad

Son expresión del compromiso de responsabilidad social del Grupo BBVA con la protección del medio ambiente. Su objetivo es reconocer públicamente la labor de las organizaciones conservacionistas, las instituciones y los organismos que desarrollan políticas o funciones de conservación medioambiental, así como la de profesionales de la comunicación que contribuyen con su trabajo a proteger el patrimonio natural.

Entre las tres modalidades de premios que se contemplan, una abarca a Latinoamérica:

- Actuaciones en Conservación de la Biodiversidad en España.
- Actuaciones en Conservación de la Biodiversidad en Latinoamérica.
- Difusión del Conocimiento y Sensibilización en Conservación de la Biodiversidad en España.

## 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 el Grupo 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 10.000 jóvenes de todo el mundo han tenido la oportunidad de viajar y de descubrir las dimensiones humanas, geográficas, sociales e históricas de otras culturas.

La Ruta BBVA 2015 tuvo como destino del viaje España y Colombia. Los participantes recibieron, por primera vez, una formación completa en emprendimiento con el Programa de Emprendimiento Social de la Ruta BBVA, en el que (durante 6 sesiones) se impartieron talleres y actividades de desarrollo de habilidades emprendedoras. También, por primer año, la edad de los participantes ha sido de 18 y 19 años (anteriormente era de 16-17 años). El programa cumplió 30 ediciones, por la que han pasado más de 10.000 estudiantes.

En la edición 2015 participaron 171 estudiantes de 21 países (España, Portugal e Iberoamérica). Fueron 7 expedicionarios los representantes por Argentina. La expedición fue recibida en Madrid por el rey de España, Felipe VI, y en Bogotá por el presidente Juan Manuel Santos. Los jóvenes recorrieron durante un mes España y Colombia. Al finalizar la expedición, se eligió el mejor proyecto de emprendimiento presentado por los participantes y BBVA entregó un capital semilla de 2.000 euros para ponerlo en marcha.



Durante 2015, hemos invertido un total de 19,5 millones de pesos en proyectos para la comunidad, incluyendo BBVA Francés y su Fundación.

#### Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad por el BBVA Francés en 2015

ÁREA DE ACTUACIÓN	Número de proyectos	Contribución en tiempo de empleados	Aporte monetario en pesos
Becas de Integración	4	7.680	11.793.419
Otros Educación	2	20	226.200
Educación financiera y para los negocios	1	1.080	1.415.000
Productos de Alto Impacto Social	1	2.640	1.201.491
Cultura	1	320	2.200
Apoyo a entidades sociales	12	144	744.250
Comunicación de la RC	3	3.600	1.172.163
Otros	5	60	268.250
Costes de reporting	1	1.120	191.525
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>16.664</b>	<b>17.014.498</b>

#### Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad por la Fundación Banco Francés en 2015

ÁREA DE ACTUACIÓN	Número de proyectos	Contribución en tiempo de empleados	Aporte monetario en pesos
Otros Educación	3	36	54.000
Cultura	1	3.840	556.249
Apoyo a entidades sociales	14	168	150.300
Comunicación de la RC	1	-	16.284
Otros	1	1.920	1.758.017
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>5.964</b>	<b>2.534.850</b>

## Medioambiente

GRI G4-DMA GRI G4-15

Asunto relevante N° 23

Somos conscientes de que nuestras actividades diarias generan un impacto directo en el ambiente mediante el consumo de recursos naturales, así como un impacto indirecto a través de las actividades de financiación, gestión de activos y nuestra cadena de valor. Por ello, nos comprometemos en la lucha contra el cambio climático y desarrollamos iniciativas vinculadas con temas ambientales.

### Política Medioambiental

GRI G4-EN31

En BBVA Francés adoptamos la Política Medioambiental del Grupo BBVA, nuestro accionista principal, asumiendo el compromiso que tenemos con la gestión ambiental de nuestro negocio y la contribución a la lucha contra el cambio climático. La política cubre los siguientes objetivos:

- Cumplir la normativa medioambiental local vigente.
- Mejorar continuamente la identificación y la gestión de los riesgos medioambientales de las operaciones financieras y de inversión.
- 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 los empleados en materia ambiental.
- Apoyar el voluntariado y la investigación medioambiental.
- Apoyar las principales iniciativas de lucha y prevención del cambio climático.

Cabe mencionar que, en agosto de 2015, el sistema de gestión ambiental bajo la certificación ISO 14.001 pasó el proceso de auditorías de mantenimiento sin inconvenientes. Todo el esfuerzo estuvo en mantener el sistema de gestión ambiental tal como estaba. Para 2016, se prevé la contratación de una consultora ambiental con los recursos necesarios que permitan mejorar y expandir dicho sistema al resto de las sucursales en forma progresiva.

También, en 2015 asistimos a la Jornada Anual de Sustentabilidad organizada por Sudentator y al 6º Encuentro sobre Estrategias Ambientales “20 años de actividad trabajando por la preservación del ambiente y la mejora de la calidad de vida”, el evento anual más significativo de la Cámara Empresaria de Medio Ambiente.

### Plan Global de Ecoeficiencia

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

Para 2016, se estima la aprobación del nuevo Plan Global de Ecoeficiencia 2016-2018, con objetivos de reducción de consumos e impactos para reducir la huella ambiental del Banco. Se estarían analizando reducciones del 3% en consumos de electricidad, agua, papel y CO<sub>2</sub>, y de fijar un 33% de empleados en cada país bajo edificios certificados.

**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 2015 (en pesos)**

Inversiones directas en medio ambiente	\$46.580
Inversiones indirectas que surgen de hacer cumplir los requisitos legales	\$235.412
Compra de sistema de contenedores para la clasificación de residuos en sucursales	\$781.825
Contratación de consultora para gerenciar el sistema de gestión ambiental	\$1.128.618
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.192.435</b>

**Certificaciones ambientales**

En la actualidad, contamos con 6 edificios centrales y 60 sucursales que han certificado el sistema de gestión ambiental bajo la norma ISO 14.001. De este modo, tras haberse realizado un relevamiento integral de los edificios por parte de la consultora Buenos Aires Planning, los datos de la dotación de empleados de BBVA Francés, que trabajan en edificios y en sucursales certificados bajo dicha norma, es la siguiente:

833	Empleados terciarizados de Áreas Centrales
175	Mantenimiento en general de Áreas Centrales
120	2 Recursos por cada sucursal certificada (limpieza y seguridad)
420	Empleados de las 60 sucursales certificadas
2.365	Personal propio de Áreas Centrales, RR.HH. Menos 210 del edif. San Martín

**Gestión del consumo de agua y de energía.  
Nueva Sede Corporativa**

GRI G4-EN4 GRI G4-EN6 GRI G4-EN8 GRI G4-EN16 GRI G4-EN18

Durante 2015, realizamos el cambio de equipos de aire acondicionado centrales en 8 sucursales y focalizamos la inversión en la construcción de la nueva torre corporativa, ubicada en la Avenida L. N. Alem 815, Ciudad autónoma de Buenos Aires.

En la actualidad, la Nueva Sede Corporativa se encuentra en proceso de la certificación LEED for Core and Shell, categoría Gold, lo cual exige obtener un mínimo de 60 puntos sobre 110 posible, que se reparten en las siguientes categorías: localización sostenible, ahorro de agua, eficiencia energética, selección de materiales y recursos, calidad ambiental interior e innovación y diseño.

Concretamente, el edificio cuenta con distintos elementos que permiten un ahorro energético relevante respecto de un edificio convencional. El sistema de aire acondicionado implementado (VRV Heat Recovery) es un sistema de alto rendimiento que zonifica y reduce notablemente el consumo.

En materia de iluminación, el edificio cuenta con tecnología LED que el Banco controlará a través de un sistema inteligente, que comandará tanto luminarias como cortinas, según las necesidades de las plantas y la ganancia de luz natural.

Además, el edificio cuenta con artefactos sanitarios de bajo consumo de agua. El agua de lluvia captada a través del sistema pluvial también es reutilizada para el funcionamiento de las torres de enfriamiento.

La implantación del edificio cumple ciertos requerimientos estratégicos como es su ubicación relativa a medios de transporte público y buena conectividad. Esto induce a la utilización de transporte público y medios de transporte alternativos. En los subsuelos, se dispondrán de bicicleteros para los empleados y de vestuarios con duchas. Dichos vestuarios utilizarán agua caliente proveniente de un sistema mixto de caldera y paneles solares ubicados en la azotea.

Adicionalmente, el edificio cuenta con importantes superficies verdes a través de la plaza que rodea al inmueble, como de patios internos ubicados en los pisos superiores.

INDICADORES MEDIOAMBIENTALES					
	2015	2014	2013	Coefficiente emisión CO <sub>2</sub>	Emisiones CO <sub>2</sub> 2015
Consumo de agua (en m <sup>3</sup> )	87.294	101.921	73.868 (1)		
Consumo de energía Eléctrica (en kwh)	29.708.244	33.141.863	31.084.728 (2)	0,184 kg CO <sub>2</sub> / Kwh	5.466.317 kg CO <sub>2</sub>

- 1) De agua no se reportan sucursales que no cuentan con sistema de medición.
- 2) Para agua, gas y energía, se toman los datos de octubre, noviembre y diciembre 2014 ya que por estar cambiándose la consultora que recaba y carga la información no contamos con los datos finales. En las primeras semanas del 2016, se formalizara el nuevo contrato con la nueva consultora.

## Gestión de las emisiones atmosféricas

GRI G4-EN3 GRI G4-EN15 GRI G4-EN17 GRI G4-EN18 GRI G4-EN19

En lo que se refiere a emisiones directas, realizamos una reducción importante del consumo de gas natural a través de los años, reemplazando equipos de calefacción de gas natural por los de bomba de calor eléctrica.

Por otra parte, el consumo de combustible que se realiza en los grupos electrógenos es, únicamente, para los casos de emergencia.

Durante los últimos años, también se ha reducido el consumo de combustible que se realiza con los automóviles de alquiler, ya que se han implementado mayores controles, y se requiere ser autorizado por la línea gerencial para poder utilizar dicho servicio, por lo que podemos decir que las emisiones atmosféricas se encuentran controladas y reducidas a su mínima expresión.

En lo referente a emisiones indirectas, por el uso de energía eléctrica, podemos decir que, si bien es cierto que este año no se realizaron inversiones por la construcción de la nueva torre, el consumo está controlado, ya que siguen funcionando los sistemas de automatización de los edificios centrales y las luminarias siguen siendo de bajo consumo y, en algunos casos, LED.

Como todos los años, se realizó la evaluación anual de chimeneas según lo requerido por la Agencia de Protección Ambiental del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Asimismo, continúan manteniéndose en uso los espacios para guardar bicicletas en Venezuela 540 y Reconquista 281.

INDICADORES MEDIOAMBIENTALES					
	2015	2014 (4)	2013	Coficiente emisión CO <sub>2</sub>	Emisiones CO <sub>2</sub> 2015
Consumo gas natural (en m <sup>3</sup> ) (1)	37.637,0	117.881,0 (5)	48.096 (2)	2,0301 kg CO <sub>2</sub> /m <sup>3</sup>	76.407 kg CO <sub>2</sub>
Consumo diésel (en litros) (3)	9.200,0	17.570,0 (6)	2.340	2,7265 kg CO <sub>2</sub> /l	25.084 kg CO <sub>2</sub>
Kilómetros recorridos flota vehículos directivos (7)	448.532,0	456.000,0	116.057	1,5 kg CO <sub>2</sub> por pasajero km	672.798 kg CO <sub>2</sub>
Kilómetros recorridos flota vehículos servicios (7)	63.299,7	72.746,2	68.226,78	1,5 kg CO <sub>2</sub> por pasajero Km	94.949 kg CO <sub>2</sub>
Kilómetros recorridos vehículos propiedad empleados (7)	1.054.576,0	933.503,0	1.220.359	1.5 kg CO <sub>2</sub> por pasajero Km	1.581.864 kg CO <sub>2</sub>
Kilómetros recorridos avión en tramos hasta 452 km (7)	252.839,2	218.141,9	180.819	0,29159 kg CO <sub>2</sub> por pasajero Km	73.725 Kg CO <sub>2</sub>
Kilómetros recorridos avión en tramos hasta 1.600 km (7)	3.024.560,4	2.760.968,9	2.677.338	0,1654 kg CO <sub>2</sub> por pasajero Km	500.262 Kg CO <sub>2</sub>
Kilómetros recorridos avión en tramos sup. a 1.600 km (7)	6.125.460,2	4.743.997,8	4.495.151,5	0,20913 kg CO <sub>2</sub> por pasajero Km	1.281.017 Kg CO <sub>2</sub>
Videoconferencias (cantidad) (8)	368,0	467	321		
Telepresencias (cantidad) (8)	36,0	38	61		

(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.

(7) Para los datos de kilómetros en general, se tomó el mes de diciembre del 2014. Los datos de avión, corresponden al periodo 2015 completo

(8) Para los datos de videos y telepresencia, se tomó el mes de diciembre del 2014.



## Gestión de los residuos y materiales

GRI G4-EN1 GRI G4-EN2

### Residuos de Papel

No se produjeron cambios en el modo en que gestionamos los residuos. Sin embargo, hemos realizado la compra de 606 contenedores, los cuales serán distribuidos en las sucursales de la Provincia de Buenos Aires (aquellas que están ubicadas en la Ciudad de Buenos Aires ya cuentan con sistemas de contenedores). Así, damos cumplimiento a la normativa en todas las sucursales. Continuamos realizando diariamente la separación de residuos en nuestras oficinas, así como la separación con contenedores especiales ubicados en lugares estratégicos. También, y como todos los años, realizamos capacitaciones del personal de limpieza y mantenimiento de clasificación de residuos para las empresas de limpieza.

Por otro lado, continuamos 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.

Durante 2015, continuamos con el reciclaje de vasos y botellas de plástico en los edificios centrales, entregándolos a un recuperador urbano asignado por el Gobierno de la Ciudad.

Desde 2014, el papel para reciclar es entregado y destinado íntegramente a los recuperadores urbanos del Gobierno de la Ciudad, sin ser pesado previamente a su entrega.

### Residuos de Baterías

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

En 2015, fueron retiradas por la empresa UPS 926 kilogramos de baterías 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). En el año, se han reemplazado 400 baterías de UPS de edificios centrales y 4 baterías en los grupos electrógenos de los edificios de Venezuela 538 y Reconquista 40.

### Otros residuos

En cuanto al reciclado y la reutilización de materiales y equipos electrónicos en desuso, contamos con un servicio que se abona por kilogramo cuando se utiliza. Durante el año se abonó por el tratamiento de 7.948 kg de residuos electrónicos

### Uso de materiales

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 (Cl<sub>2</sub>) en el proceso de blanqueo.

Materiales utilizados y valorizados	2015	2014	2013
<b>Por diversidad laboral</b>			
Papel A4 (en kg) (1)	380.252,6	372.089,2	334.149,0
Papel Oficio (en kg) (1)	6.263,4	9.066,2	13.885,3
Papel utilizado en folletería, formularios, sobres, carpetas, etc. (en kg)	450.121,6	457.067,6	583.808,6
Toners (2)	3.375,2	2.944,4	2.651,2
<p>(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).</p> <p>(2) Equivale al peso de tonners consumidos. Se dejó de comprar tonner reciclado por cuestiones de calidad.</p>			

## Formación y capacitación en temas medioambientales

En 2015 desarrollamos todas nuestras capacitaciones en materia ambiental a través de nuestra Intranet. La temática de las capacitaciones fue la separación de residuos y la ecoeficiencia (ahorro de agua, papel y energía eléctrica).

Además, nuevamente 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; 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 las luminarias que no son esenciales para el funcionamiento del Banco, en los 6 edificios centrales.

## Impacto ambiental de productos y servicios

### Resumen online

Buscamos contribuir al desarrollo sustentable del entorno ambiental incentivando, entre nuestros clientes, la posibilidad de optar por recibir el resumen online en vez de en papel, con la facilidad de disponer de este al momento que desee, ya que en Francés net se mantienen los últimos 12 resúmenes.

Al cierre de 2015 registramos las siguientes suscripciones al servicio:

- 260.115 Clientes adheridos a E-resumen de Paquetes (28% de los clientes con Paquete)
- 465.186 Clientes adheridos a E-resumen de VISA (44% de los clientes con VISA)
- 214.234 Clientes adheridos a E-resumen de MasterCard (47% de los clientes con Master)





# Avances 2015 y desafíos 2016

	Líneas de trabajo	Objetivos 2015	Grado de avance	Cumplimiento en 2015	Desafíos 2016
Plan de Acción Social	Diseño y ejecución del Plan de Acción Social	Cumplir con los programas diseñados para 2015.	Cumplido	Desarrollamos el Programa de Educación Financiera becas de Integración BBVA Francés, en su 9na Edición. Por cinco años consecutivos patrocinamos al Instituto Superior de Arte del Teatro Colón, la gira se llevó a cabo en General Roca, Vicente López y Salta. Realizamos la 26va edición del Premio al Emprendedor Agropecuario. En el marco del Programa Artistas por la Educación se auspició la Quinta edición del "Festival San Isidro Jazz y Más", Se inauguró el Programa Diplomáticos por la Educación en la provincia de Salta.	Cumplir con los Programas diseñados para el 2016 en el marco del 10° Aniversario del Programa de Educación Financiera becas de Integración BBVA Francés.
Desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa	Matriz local	Continuar optimizando y profundizando la aplicación de la herramienta de medición externa e interna (RepTrak).	Cumplido	A lo largo del año se han presentado 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.	Cumplido	Se realizaron reuniones periódicas con los grupos de trabajo y reuniones de trabajo través de los Comité de Negocio Responsable.	Continuar con las reuniones periódicas con los grupos de trabajo.
	Informe anual de Responsabilidad Social Corporativa	Realizar el proceso de elaboración y publicación del IARC 2015 y continuar mejorando en el proceso. Aplicación de G4.	Cumplido	Migración y aplicación de la Guía G4 del GRI. Se designaron los referentes de las diferentes áreas que aportan información a para la confección del IARC 2015.	Realizar el proceso de elaboración y publicación del IARC 2016 y continuar mejorando en el proceso de aplicación de la Guía G4.

	Líneas de trabajo	Objetivos 2015	Grado de avance	Cumplimiento en 2015	Desafíos 2016
	Formación de RSC para empleados	Continuar y profundizar la RSC a través de reuniones especiales, jornadas de trabajo, comunicaciones interna, viajes realizados a las diferentes provincias y a las sucursales.	Cumplido	Se continuó trabajando y difundiendo el Programa de Educación Financiera Becas de Integración y todas las acciones de RSC 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 RSC que realizamos.	Continuar y profundizar la RSC a través de reuniones especiales, jornadas de trabajo, comunicaciones interna, viajes realizados a las diferentes provincias y a las sucursales.
Compromiso con principios de RSC	Pacto Global Argentina	Cumplir con el plan de trabajo relacionado al Pacto Global.	Cumplido	Se atendió al programa de trabajo del Pacto Global. Participación en la 5ta. Asamblea de la Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas.	Cumplir con el plan de trabajo relacionado al Pacto Global y la Comunicación de Progreso (COP)
	Foro Ecueménico Social	Continuar patrocinando a diversas entidades en las variadas actividades que lleven adelante.	Cumplido	Se continuó patrocinando y acompañando en las cátedras brindadas por el Foro Ecueménico	Se continuará acompañando en las variadas actividades que lleven adelante.
	FARN -Fundación Ambiente y Recursos Naturales	FARN -Fundación Ambiente y Recursos Naturales	Cumplido	Acompañamiento y adhesión a los estudios e investigaciones que realiza la entidad.	Se continuará acompañando en las variadas actividades que lleven adelante.
Voluntariado Corporativo	Voluntariado Corporativo	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.	Cumplido	En 2015 el 4,54% de la plantilla participó de acciones de Voluntarios BBVA (274 colaboradores). Las mismas fueron: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Talleres de educación financiera en escuelas primarias y secundarias.</li> <li>- Concurso de Proyectos Solidarios.</li> <li>- Destapá tu solidaridad.</li> </ul> Pendiente: Programa de educación en banca digital para adultos. Esto fue acompañado de acciones de comunicación que promocionaron las acciones, entre ellas la inclusión de un bloque dentro del Programa de Inducción.	Continuar trabajando con los programas mencionados, incrementando la cantidad de voluntarios y de beneficiarios de nuestras acciones.

	Líneas de trabajo	Objetivos 2015	Grado de avance	Cumplimiento en 2015	Desafíos 2016
Fortalecimiento de reputación en la gestión comercial	Calidad de atención	Profundizar 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.	Cumplido	<p>En 2015 continuamos avanzando con el plan de derivación, desde la sucursal a Francés net, de operaciones como contratación de préstamos preaprobados, alta de plazos fijos y alta de tarjetas adicionales.</p> <p>En primer semestre, se realizó una campaña para incrementar las derivaciones con premios de km LANPASS y en el segundo semestre, se implementó un formulario web en el sitio público del Banco para la evaluación en línea y contratación de tarjetas. También se realizó una campaña de referidos que permitió, a empleados y clientes, referenciar a familiares y amigos desde el home banking.</p>	<p>El 2016 es un año que estará muy marcado por la gestión a clientes, implementando una nueva segmentación de las carteras de clientes con el objeto de garantizar la mejor experiencia de atención de todos los clientes. A su vez la integración del segmento PYME es otro de los desafíos para el año.</p> <p>Por otro lado así como la experiencia de los clientes se seguirá haciendo foco en la productividad, haciendo que la mejora en los procesos y el apoyo de la digitalización sean las palancas para poder seguir logrando importantes incrementos en este concepto. La adquisición de clientes y la transaccionalidad son objetivos que siguen guiando los esfuerzos.</p>
	Reducción de riesgos en la gestión comercial	Instrumentación del Mapa de Riesgo Reputacional como herramienta de trabajo.	Cumplido	Reuniones de trabajo mediante el Comité Operativo de Riesgos Reputacionales.	Implementación de una nueva herramienta como metodología de trabajo.
	Mejora en el ambiente de trabajo	Mantener los logros alcanzados en materia de clima laboral y continuar trabajando para mejorar aún más en las próximas mediciones.	Cumplido	<p>BBVA Francés mantuvo su puntuación respecto de la medición 2014, ingresó al ranking de las 10 mejores empresas de GPTW 2015 en su categoría, en el puesto n°9, escalando una posición respecto del año pasado.</p> <p>Respecto de las acciones realizadas, se destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguimiento de planes de acción de las áreas.</li> <li>- Plan de acción transversal, focalizando en tres ejes: Desarrollo, Reconocimiento y Calidad de Vida.</li> <li>- Campaña de sensibilización, donde se destaca: nueva propuesta de valor "Vos&amp;BBVA" y toma de la encuesta.</li> <li>- Rediseño del Culture Audit.</li> <li>- Las claves fueron: focalizar en los temas centrales para la EVP (Employee Value Proposition), considerar el clima y la cultura una prioridad estratégica, comprometer a los líderes como agentes del cambio y potenciar la comunicación interna.</li> </ul>	Mantener los logros alcanzados en materia de clima laboral y continuar trabajando para mejorar aún más en las próximas mediciones.

	Líneas de trabajo	Objetivos 2015	Grado de avance	Cumplimiento en 2015	Desafíos 2016
	Beneficios para clientes de Banca Empresas.	Continuar reforzando la estrategia de sinergia entre Banca Minorista y Banca Empresas.	Cumplido	<p>Profundizamos la sinergia entre Bancas, y hoy se comparte la estructura entre ambas bancas. Se avanzó en vías de que todas las sucursales tengan alguna de las variantes de atención de empresas, incorporando los modelos de incentivación de sucursales minoristas al desempeño del negocio empresas.</p> <p>En 2015 se han efectuado distintas campañas de incorporación de nuevos clientes en los distintos segmentos, teniendo como objetivo las Sinergias entre Bancas y Sectores Centralizados: Campaña Argentina +10, Campaña Accionistas, Campaña Ejecutivo Refiere.</p>	<p>A través de los diversos planes destinados a mejorar la experiencia del cliente, se pretende seguir mejorando la misma en varios ámbitos.</p> <p>En atención en las Cajas y medios automáticos relacionados con depósito/extracción de efectivo, con inversiones e implementaciones específicas para mejorar los servicios y tiempos de atención.</p> <p>En banca digital, con la implementación de una nueva web totalmente renovada que permitirá más servicios y contrataciones, y una experiencia totalmente renovada. Además continuar el impulso de beneficios y de la plataforma de Francés GO, y seguir implementando mejoras en la plataforma Móvil.</p> <p>La mejora en los procesos de contratación, por ejemplo en gestión de formularios, y de legajo digital es otro desafío con impacto importante en la Calidad de Atención a clientes. La atención personalizada cuando es requerida según necesidades y segmento, tiene sus planes de mejora, ya sea en espacios Premium, o en nuevas formas de atención, asimismo las mejoras en protocolos y herramientas contribuyen fuertemente a hacer realidad en todos los canales las mejoras en recomendaciones de nuestros clientes.</p>
Acceso al sistema de sectores menos favorecidos	Bancarización de sectores menos favorecidos	Continuar con el Programa Becas de Integración BBVA Francés en 2015, y su difusión masiva. Generar nuevas becas por donaciones.	Cumplido	<p>Se llevó adelante el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés - 9na Edición, que beneficia en forma directa a 1.452 alumnos, en 13 provincias y C.A.B.A., en 33 centros educativos, en 28 localidades del país, a través de alianzas con 22 ONG en vinculación con 235 colegios.</p> <p>Como resultado de las donaciones de personas físicas o jurídicas, 125 alumnos se vieron beneficiados con la beca.</p>	<p>Continuar con el Programa Becas de Integración BBVA Francés en el 2016, y su difusión masiva en el marco del 10° Aniversario del Programa de Educación Financiera becas de Integración BBVA Francés. Generar nuevas becas por donaciones. Implementar el programa "Mi Primera Empresa" (Educación Financiera becados y no becados). Asimismo Jornadas en las provincias por el Décimo aniversario del Programa.</p>

	Líneas de trabajo	Objetivos 2015	Grado de avance	Cumplimiento en 2015	Desafíos 2016
Desarrollo de la equidad de género	Promover la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres	Continuar trabajando con Programas para promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y varones.	Cumplido	<p>Se mantienen y acompañan los programas ya implementados. Se realizan acciones de sensibilización en este tema y un seguimiento personal de los empleados alcanzados.</p> <p>Las iniciativas realizadas para el cumplimiento del objetivo son: Cobertura de las licencias por maternidad tanto en Áreas Centrales como en la red, Programa NFT- Teletrabajo, Implementación de una Encuesta de Satisfacción para Mujeres y supervisores que han atravesado el proceso de teletrabajo por maternidad, 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 9 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 10 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, La Red Genera continúa siendo un espacio corporativo de debate sobre temas de Diversidad de Género del que participan todos los empleados del Grupo.</p>	Continuar trabajando con Programas para promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y varones.



	Líneas de trabajo	Objetivos 2015	Grado de avance	Cumplimiento en 2015	Desafíos 2016
Posicionamiento de BBVA Francés	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 que se realizaran durante el 2015 y de las novedades que surjan.	Cumplido	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 2015.	Continuar con la actualización de la página web, dando una mayor difusión a todas las acciones que se realizaran durante el 2016 y de las novedades que surjan.
Política de financiamiento de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo	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 y Financiación del Terrorismo	Cumplido	Participación en las 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
		Seguir participando en Comités zonales y en los talleres dirigidos a distintos colectivos.	Cumplido	Participación en los Comités zonales dirigidos a Directores Territoriales, Gerentes Comerciales y Gerentes de sucursales. Visitas a sucursales. Realización de cursos específicos dirigidos a RSE/JGA y oficiales comerciales. En todos los casos transmitiendo las políticas de prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo y las principales novedades normativas en la materia.	Participación en Comités zonales, dictado de cursos específicos y visitas a sucursales transmitiendo las políticas de prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo y las principales novedades normativas en la materia.
		Continuar con los planes de redocumentación de nuestros clientes y de acuerdo a las normativas vigentes.	Cumplido	Actualización de legajos según el proceso de Risk Mapping definido por la entidad en función a lo exigido por la Resolución UIF 68/13.	Cumplimiento del cronograma establecido para la actualización de legajos definido en el proceso de Risk Mapping de clientes para la actualización de legajos. Cumplimiento de lo definido en la política "Conozca a su cliente" de la entidad en cuanto a cese de relaciones por faltantes de documentación detectados en el proceso de Risk Mapping.

	Líneas de trabajo	Objetivos 2015	Grado de avance	Cumplimiento en 2015	Desafíos 2016
		Continuar con la 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.	Cumplido	Participación en los Comités zonales dirigidos a Directores Territoriales, Gerentes Comerciales y Gerentes de sucursales. Participación en las charlas de inducción al personal que ingresa al Banco. Matriculación en cursos e-learning. Comunicación en la revista Protagonistas, notas en intranet y vía email a todos los empleados. En todos los casos, los contenidos fueron relativos a temas de Integridad.	Continuar las acciones de formación, concientización y sensibilización relativas a temas de Integridad.
		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.	Cumplido	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.
Política de Defensa	Principios criterios y normas de actuación para solicitudes de financiación relacionadas con el sector de Defensa	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.	Cumplido	Se realizaron las actualizaciones de políticas en línea con la normativa vigente.	Actualizar la 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.
Consideración de factores ambientales y sociales en el análisis de riesgo crediticio	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	No iniciado	Por diversos motivos no se concretó el check list.	Durante el año entrante se reevaluarán los controles a implementarse para la medición de riesgos medioambientales en la Admisión de riesgo crediticio.

	Líneas de trabajo	Objetivos 2015	Grado de avance	Cumplimiento en 2015	Desafíos 2016
Compras y gestión ambiental	Ampliación de los criterios de RC en las compras	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.	En proceso	Se realizaron reuniones con el sector de compras, donde se definió la implementación de políticas de selección de proveedores que cuenten con sistemas de calidad y medio ambiente certificados. También se acordó comenzar a trabajar en lo que se denominan compras verdes, para ello el sector de medio ambiente se comprometió a desarrollar un manual de referencia.	Ampliar el sector de medio ambiente a través de la contratación de una consultora con los recursos humanos necesarios, para implementar todas las acciones necesarias para que el banco pueda cumplir con todas acciones y proyectos relacionados con el medio ambiente.
	Sistema de Gestión Ambiental	Organizar talleres de reciclado y separación de residuos en los edificios centrales, en forma conjunta con los recuperadores urbanos del Gobierno de la Ciudad.	No iniciado	Por diversos motivos no se concretaron los talleres con el personal del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.	Organizar los talleres de reciclado y separación de residuos en los edificios centrales, en forma conjunta con el Gobierno de la Ciudad.
		Efectuar reuniones con la gente de la SAyDS y CABA, para definir el tema de inscripciones.	Cumplido	Se efectuaron las reuniones y consultas necesarias con la gente del Gobierno de la Ciudad y SAyDS para resolver los temas pendientes. La respuesta del Gobierno de la Ciudad fue que los expedientes se encuentran en proceso de digitalización y a la espera de resolución. La SAyDS nos indicó que debemos presentar una nota de Impulso por cada expediente para que se expidan en el menor tiempo posible. Nosotros hemos designado al estudio de Ing. Calbo y asociados, para que se ocupe de cursar las notas necesarias y terminar con los trámites pendientes.	Finalizar los trámites pendientes y continuar con la inclusión del resto de las sucursales.

# Criterios y estándares de la información

GRI G4-DMA GRI G4-28 GRI G4-29 GRI G4-30 GRI G4-31 GRI G4-32 GRI G4-33 GRI G4-48

Este Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC) fue elaborado según los lineamientos que ofrece el Global Reporting Initiative (GRI), en su versión G4, de conformidad con la opción “Esencial”, con el Suplemento Sectorial para la Industria Financiera. Se tuvieron como referencia la Norma Internacional ISO 16000:2010 de Responsabilidad Social, los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y los Objetivos del Milenio.

En el mismo comunicamos el desempeño económico, social y ambiental de BBVA Banco Francés S.A., tanto sus áreas centrales como las sucursales de todo el país, además de los datos de inversión social de la Fundación Banco Francés. El informe cubre el período comprendido entre el 1 de enero de 2015 y el 31 de diciembre de 2015, dando cumplimiento a nuestro compromiso de emitir reportes anualmente, siendo que el reporte anterior fue el IARC 2014.

El IARC 2015 también es nuestra Comunicación de Progreso (COP), exigida por nuestra adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas para comunicar los avances con respecto a los 10 principios que promueve la iniciativa.

El IARC 2015 fue revisado y validado por el Comité de Disclosure y fue verificado externamente por Deloitte Argentina. Con el fin de profundizar y profesionalizar aún más la práctica de rendición de cuentas, las recomendaciones y las oportunidades de mejora identificadas fueron tenidas en cuenta en el proceso de elaboración de esta publicación y consideradas como desafíos para los próximos informes.

Para comentarios, sugerencias o consultas relativas a este documento o su contenido, el lector puede contactarnos a través de:

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

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

A continuación, presentamos el índice de contenidos GRI G4, donde brindamos la referencia en respuesta a los indicadores de la guía del GRI y a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

Índice de Contenido GRI			
CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES			
Contenidos básicos generales	Página	Descripción	Pacto Global
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>			
G4-1	Carta del Presidente	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	Requerimiento mínimo para COP
G4-2	Carta del Presidente, 16, 31, 36	Describe los principales efectos, riesgos y oportunidades.	Requerimiento mínimo para COP
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
G4-3	9	Nombre de la organización.	
G4-4	9, 54	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	
G4-5	9	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	
G4-6	9	Países en los que opera la organización.	
G4-7	9	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	
G4-8	9, 54	Indique a qué mercados se sirve.	
G4-9	14	Determine la escala y dimensiones de la organización.	
G4-10	14, 62, 64	Composición de los empleados de la organización.	PRINCIPIO 6
G4-11	14	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	PRINCIPIO 3
G4-12	88	Describe la cadena de suministro de la organización.	
G4-13	Carta del Presidente, 9	Cambios significativo que haya tenido lugar durante el periodo, en el tamaño, la estructura, la propiedad, entre otros.	
G4-14	16, 31, 36	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	
G4-15	12, 101	Elabora una lista de las cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	
G4-16	12	Elabora una lista de las asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>			
G4-17	9	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización, y señale si alguna de estas entidades no figuran en la memoria.	
G4-18	21	Describe el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	
G4-19	22	Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	
G4-20	22	Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.	

<b>Índice de Contenido GRI</b>			
<b>CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES</b>			
<b>Contenidos básicos generales</b>	<b>Página</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pacto Global</b>
G4-21	22	Indique la cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.	
G4-22	22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	
G4-23	22	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
G4-24	20	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	
G4-25	20	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	
G4-26	20	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.	
G4-27	20, 21	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización.	
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>			
G4-28	116	Periodo objeto de la memoria.	
G4-29	116	Fecha de la última memoria.	
G4-30	116	Ciclo de presentación de memorias.	
G4-31	116	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	
G4-32	116	Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización, facilite el Índice de GRI de la opción elegida y facilite la referencia al informe de Verificación externa, si procede.	
G4-33	116, 128	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	
<b>GOBIERNO</b>			
G4-34	26	Describa la estructura de gobierno de la organización, los comités del órgano superior de gobierno.	
G4-35	26	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social.	
G4-36	26	Indique si existen cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	
G4-37	26	Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales.	

Índice de Contenido GRI			
CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES			
Contenidos básicos generales	Página	Descripción	Pacto Global
G4-38	26	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités ejecutivos y no ejecutivos; independencia; antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno; actividades significativas, y naturaleza de tales actividades; competencias relacionadas con los efectos económicos, ambientales y sociales.	
G4-39	26	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo.	
G4-40	26	Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento.	
G4-41	26, 33	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses.	
G4-42	18, 26	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	
G4-44	26	Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con los asuntos económicos, ambientales y sociales y describir las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación.	
G4-45	26	Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Además indicar si se efectúan consultas a los grupos de interés en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	
G4-47	26	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.	
G4-48	116	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	
G4-49	26	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	
G4-51	26	Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección. Y relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	

Índice de Contenido GRI			
CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES			
Contenidos básicos generales	Página	Descripción	Pacto Global
G4-53	26	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>			
G4-56	16, 30, 31, 33	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	PRINCIPIO 10
G4-57	16, 30, 31, 33	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	PRINCIPIO 10
G4-58	16, 30, 31, 33	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.	PRINCIPIO 10

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicador	Página	Omisiones	Descripción	Pacto Global
<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b>				
<b>Aspecto material: Desempeño económico</b>				
G4 - DMA	9		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-EC1	14		Valor económico directo generado y distribuido.	
G4-EC3	14		Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	
G4-EC4	14		Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	
<b>Aspecto material: Presencia en el mercado</b>				
G4 - DMA	26		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-EC5	62		Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	PRINCIPIO 6
G4-EC6	26		Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	PRINCIPIO 6
<b>Aspecto material: Consecuencias económicas indirectas</b>				
G4 - DMA	37		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-EC8	45		Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	



CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicador	Página	Omisiones	Descripción	Pacto Global
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>				
<b>Aspecto material: Materiales</b>				
G4 - DMA	101		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-EN1	105		Materiales por peso o volumen.	PRINCIPIO 7 Y 8
G4-EN2	105		Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	PRINCIPIO 8
<b>Aspecto material: Energía</b>				
G4 - DMA	101		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-EN3	103		Consumo energético interno.	PRINCIPIO 7 Y 8
G4-EN4	102		Consumo energético externo.	PRINCIPIO 8
G4-EN6	102		Reducción del consumo energético.	PRINCIPIO 8 Y 9
<b>Aspecto material: Agua</b>				
G4 - DMA	101		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-EN8	102		Captación total de agua según la fuente.	PRINCIPIO 7 Y 8
<b>Aspecto material: Emisiones</b>				
G4 - DMA	101		Descripción del enfoque de gestión	
G4-EN15	103		Emisiones directas de gases de efecto invernadero (fuentes dentro de la organización).	PRINCIPIO 7 Y 8
G4-EN16	102		Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	PRINCIPIO 7 Y 8
G4-EN17	103		Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	PRINCIPIO 7 Y 8
G4-EN18	102, 103		Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	PRINCIPIO 8
G4-EN19	103		Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	PRINCIPIO 8 Y 9
<b>Aspecto material: Efluentes y residuos</b>				
G4 - DMA	101		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-EN23		Actualmente no se encuentra disponible el peso de algunos de los residuos.	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	PRINCIPIO 8
<b>Aspecto material: Productos y servicios</b>				
G4 - DMA	101		Descripción del enfoque de gestión.	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicador	Página	Omisiones	Descripción	Pacto Global
G4-EN27		La información no se encuentra disponible actualmente. Se estima contar con dicha información para el próximo reporte	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	PRINCIPIO 7, 8 Y 9
<b>Aspecto material: General</b>				
G4 - DMA	101		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-EN31	101		Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	PRINCIPIO 7, 8 Y 9
<b>Aspecto material: Evaluación ambiental de los proveedores</b>				
G4 - DMA	88		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-EN32		La información de los nuevos proveedores no se encuentra disponible actualmente. Se estima contar con dicha información para el próximo reporte	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	PRINCIPIO 8
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>				
<b>SUBCATEGORÍA: PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>				
<b>Aspecto material: Empleo</b>				
G4 - DMA	64, 66, 75, 78		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-LA1	62		Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	PRINCIPIO 6
G4-LA2	75		Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	
<b>Aspecto material: Salud y seguridad en el trabajo</b>				
G4 - DMA	81		Descripción del enfoque de gestión.	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicador	Página	Omisiones	Descripción	Pacto Global
G4-LA5	81		Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	
G4-LA6	81		Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	
G4-LA7	81		Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad.	
<b>Aspecto material: Capacitación y educación</b>				
G4 - DMA	66		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-LA9	71		Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	PRINCIPIO 6
G4-LA10	66		Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	
G4-LA11	69		Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	PRINCIPIO 6
<b>Aspecto material: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>				
G4 - DMA	64		Descripción del enfoque de gestión	
G4-LA12	26, 64		Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	PRINCIPIO 6
<b>Aspecto material: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores</b>				
G4 - DMA	88		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-LA14		La información de los nuevos proveedores no se encuentra disponible actualmente. Se estima contar con dicha información para el próximo reporte	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	
<b>SUBCATEGORIA: DERECHOS HUMANOS</b>				
<b>Aspecto material: No discriminación</b>				
G4 - DMA	17, 64		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-HR3	64		Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	PRINCIPIO 6

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicador	Página	Omisiones	Descripción	Pacto Global
<b>Aspecto material: Libertad de asociación y negociación colectiva</b>				
G4 - DMA	17, 88		Descripción del enfoque de gestión	
G4-HR4	29		Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	PRINCIPIO 3
<b>Aspecto material: Trabajo infantil</b>				
G4 - DMA	17, 88		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-HR5	29		Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	PRINCIPIO 5
<b>Aspecto material: Trabajo forzoso</b>				
G4 - DMA	17, 88		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-HR6	29		Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	PRINCIPIO 4
<b>Aspecto material: Medidas de seguridad</b>				
G4 - DMA	17, 81		Descripción del enfoque de gestión	
G4-HR7	81		Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	PRINCIPIO 1
<b>Aspecto material: Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos</b>				
G4 - DMA	88		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-HR10		La información de los nuevos proveedores no se encuentra disponible actualmente. Se estima contar con dicha información para el próximo reporte	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	PRINCIPIO 2
<b>SUBCATEGORIA: SOCIEDAD</b>				
<b>Aspecto material: Comunidades locales</b>				
G4 - DMA	17, 18, 36, 92		Descripción del enfoque de gestión	
G4-SO1	37		Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	PRINCIPIO 1
FS14	37		Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicador	Página	Omisiones	Descripción	Pacto Global
<b>Aspecto material: Lucha contra la corrupción</b>				
G4 - DMA	17, 18, 33		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-SO3	33		Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	PRINCIPIO 10
G4-SO4	33		Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	PRINCIPIO 10
G4-SO5	33		Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	PRINCIPIO 10
<b>Aspecto material: Política pública</b>				
G4 - DMA	18		Descripción del enfoque de gestión	
G4-SO6	18		Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	PRINCIPIO 10
<b>Aspecto material: Cumplimiento regulatorio</b>				
G4 - DMA	29		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-SO8	29		Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	
<b>SUBCATEGORIA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>				
<b>Aspecto material: Salud y seguridad de los clientes</b>				
G4 - DMA	60		Descripción del enfoque de gestión	
G4-PR1	60		Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	
<b>Aspecto material: Etiquetado de los productos y servicios</b>				
G4 - DMA	50, 61		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-PR3	36, 61		Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	
G4-PR4	36		Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	
G4-PR5	50		Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	
FS15	36, 61		Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros.	
FS16	37, 92		Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	
<b>Aspecto material: Comunicaciones de Mercadotecnia</b>				
G4 - DMA	36, 61		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-PR7	61		Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicador	Página	Omisiones	Descripción	Pacto Global
<b>Aspecto material: Privacidad de los clientes</b>				
G4 - DMA	60		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-PR8	60		Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	
<b>Aspecto material: Cumplimiento regulatorio</b>				
G4 - DMA	29		Descripción del enfoque de gestión.	
G4-PR9	29		Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	
<b>Aspecto material: Cartera de productos</b>				
G4 - DMA	16, 30, 31, 36, 101		Descripción del enfoque de gestión.	
FS7	37, 45		Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	
FS8	45		Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	
<b>Aspecto material: Propiedad activa</b>				
G4 - DMA	36, 116		Descripción del enfoque de gestión.	
FS10	85		Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	



# Informe de verificación independiente

GRI G4-33



## 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 2015 (en adelante "IARC") adjunto, correspondiente al período 1° de enero 2015 al 31 de diciembre de 2015, 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 Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative, versión G4 (en adelante "GRI G4").

### 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 cuál es la cobertura y 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. Los criterios adoptados por la Entidad son los definidos en los GRI G4.
- 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 G4;
- 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.

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 1° de enero al 2015 al 31 de diciembre de 2015 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los lineamientos previstos por la Guía GRI G4; 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, 22 de febrero de 2016.

<b>DELOITTE &amp; Co. S.A.</b> (Registro de Sociedades Comerciales C.P.C.E.C.A.B.A. - T° 1 - F° 3)	<b>Martín M. Carmuega</b> Contador Público (UBA) C.P.C.E.C.A.B.A. - T°264 - F°198
---	---

Deloitte & Co. S.A.  
Florida 234, 5° piso  
C1005AAF  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
Argentina

Tel.: (+54-11) 4320-2700  
Fax: (+54-11) 4325-8081/4326-7340  
[www.deloitte.com/ar](http://www.deloitte.com/ar)

## ANEXO 1 - Indicadores sujetos a revisión

Indicador GRI	Descripción
<b>G4-EC1</b>	Valor económico directo generado y distribuido.
<b>G4-EC5</b>	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.
<b>G4-EC8</b>	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.
<b>G4-EN1</b>	Materiales por peso o volumen.
<b>G4-EN3</b>	Consumo energético interno.
<b>G4-EN8</b>	Captación total de agua según la fuente.
<b>G4-EN17</b>	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero. (Alcance 3)
<b>G4-EN23</b>	Peso total de residuos, según tipo y método de tratamiento.
<b>G4-EN31</b>	Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.
<b>G4-LA1</b>	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.
<b>G4-LA6</b>	Tipo y tasas de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.
<b>G4-LA11</b>	Porcentaje de empleados cuyo desempeño y de desarrollo profesional se evalúa con regularidad, desglosado por sexo y por categoría profesional.
<b>G4-LA12</b>	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.
<b>G4-HR3</b>	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.
<b>G4-HR4</b>	Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.
<b>G4-HR5</b>	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.
<b>G4-HR6</b>	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.
<b>G4-HR7</b>	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de DDHH relevantes para las operaciones.
<b>G4-SO1</b>	Porcentaje de centros donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.
<b>G4-FS14</b>	Iniciativas para mejorar el acceso de personas en situación de desventaja a los servicios financieros.
<b>G4-SO4</b>	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción
<b>G4-SO6</b>	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.
<b>G4-SO8</b>	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.

Indicador GRI	Descripción
<b>G4-PR1</b>	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.
<b>G4-PR5</b>	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.
<b>G4-PR7</b>	Número de casos de incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.
<b>G4-PR8</b>	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.
<b>G4-PR9</b>	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.
<b>G4-FS7</b>	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.
<b>G4-FS10</b>	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.

Este Anexo es parte integrante de nuestro Informe de fecha 22 de febrero de 2016.

<b>DELOITTE &amp; Co. S.A.</b> (Registro de Sociedades Comerciales C.P.C.E.C.A.B.A. - T° 1 - F° 3)	<b>Martín M. Carmuega</b> Contador Público (UBA) C.P.C.E.C.A.B.A. - T°264 - F°198
---	---

**Coordinación general:**

Dirección de Relaciones Institucionales BBVA Francés

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

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

**Asesores externos:**

AG Sustentable

[www.agsustentable.com](http://www.agsustentable.com)

**Diseño:**

Lupa

[www.lupadg.com](http://www.lupadg.com)

