

A tall, modern glass skyscraper with the BBVA logo at the top. The building is surrounded by other skyscrapers and greenery. The sky is clear and blue.

BBVA

BBVA Francés

IARC 2016

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

Índice

- 3 Carta del Presidente
- 5 Acerca de BBVA
- 12 Diálogo con grupos de interés y materialidad
- 16 Sistemas de gobierno
- 23 Estrategia
- 27 Grupos de interés
 - 27 Clientes
 - 40 Equipo
 - 62 Sociedad
 - 74 Medioambiente
 - 79 Proveedores
- 82 Avances 2016 y desafíos 2017
- 88 Criterios y estándares del IARC
- 99 Informe de revisión independiente



Carta del Presidente

Presentamos el décimo Informe Anual de Responsabilidad Corporativa correspondiente a las actividades en la gestión del BBVA Francés tanto económica como social y ambiental llevadas a cabo durante el 2016.

Con esta nueva publicación, seguimos potenciando los esfuerzos en línea con nuestro nuevo propósito: "Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era."

Durante el 2016, hemos trabajado en nuestra Visión y Propósito, haciendo que nuestro modelo de negocio esté orientado al cliente, ofreciéndole un servicio diferencial con un objetivo muy ambicioso: ser líderes en satisfacción del cliente en todas las geografías en las que operamos.

En relación al desarrollo económico y financiero del negocio, en 2016 se registró una ganancia de \$3.643,7 millones. En términos de actividad, la cartera de préstamos al sector privado totalizó \$78.889,9 millones, creciendo un 39,5% en comparación con el saldo de diciembre de 2015. En términos de pasivos, los depósitos totales del Banco alcanzaron los \$114.621,8 millones, creciendo 49,1% en los últimos doce meses. Es importante mencionar que como resultado de la puesta en vigencia del régimen de sinceramiento fiscal, los depósitos denominados en moneda extranjera registraron una importante suba en el último trimestre del año.

Nuevamente mantuvimos adecuados niveles de liquidez y solvencia. Al 31 de diciembre, los activos líquidos (Disponibilidades más Instrumentos del Banco Central) representaban un 48,5% de los depósitos del Banco.

Siguiendo los criterios de nuestra Política de Responsabilidad Social Corporativa, asumimos el compromiso de desarrollar en todo momento nuestra actividad de forma responsable, maximizar la creación de valor sostenible y compartido con nuestros grupos de interés, además de identificar, prevenir y mitigar los posibles impactos negativos.

Cumplimos diez años de continuidad con nuestro principal Programa de Educación Financiera BBVA Francés, mediante el cual este año se beneficiaron 1.466 alumnos a través de alianzas con 23 ONG en vinculación con 208 colegios, de la Ciudad de Buenos Aires y del interior del país. Asimismo, contamos con programas de apoyo a PyMEs y con el premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés, que ya va por su vigesimoséptima edición.

En 2016, hemos lanzado la primera edición del Programa "Mi Primera Empresa" en alianza con la Fundación Proydesa, con el objetivo de brindar conocimientos sobre educación financiera a jóvenes de los dos últimos años escolares a través del diseño de un Plan de Negocio para un emprendimiento.

Incorporamos a nuestra red de sucursales minoristas NPS 2.0, una herramienta digital que nos permite realizar encuestas por mail a todos los clientes que realizan transacciones en nuestras oficinas, ya sea en la línea de cajas, en la plataforma comercial o en el lobby con dispositivos automáticos.

Por cuarto año consecutivo seguimos siendo líderes en el mercado por la recomendación de nuestros clientes, logrando pasar del 2° al 1° puesto en el segmento Altas Rentas en el estudio Sindicado de Calidad.

En relación a nuestro equipo y el clima laboral, nuevamente nos encontramos entre las diez mejores empresas para trabajar de la Argentina en el ranking Great Place to Work 2016 (empresas de más de 1.000 empleados). Este reconocimiento de nuestros empleados, que nos llevó del puesto 9 al puesto 7 respecto del año anterior, nos motiva a seguir trabajando sabiendo que estamos en el camino correcto.



En BBVA Francés estamos realmente comprometidos con el desarrollo sostenible de la entidad y de la sociedad en su conjunto. Hace diez años que realizamos este proceso de reportar, para rendir cuentas a nuestros públicos clave sobre el desempeño en los temas estratégicos del negocio.

Continuamos trabajando en diversos proyectos para la comunidad, con la educación como foco estratégico de nuestros programas sociales y con 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 medio ambiental, seguimos trabajando con el objetivo de utilizar de la manera más eficiente posible los recursos naturales, gestionando responsablemente el consumo de agua y energía, las emisiones atmosféricas y los residuos que generamos, a partir de nuestra actividad.

Por último, y como cada año, quiero especialmente agradecer la colaboración del equipo de trabajo conformado por miembros de todas las áreas del banco que, en estos 10 años, fueron los gestores de la elaboración de este informe y que han impulsado con su trabajo cotidiano la mejora y la expresión de los compromisos de BBVA Francés.

Sin más, los invito a recorrer sus páginas y a participar con sus opiniones y sugerencias para mejorar nuestro trabajo.

Jorge Bledel
Presidente

Acerca de BBVA

Grupo BBVA

BBVA es un grupo financiero global fundado en 1857 con una visión centrada en el cliente. Tiene una posición sólida en España; es la primera entidad financiera de México; cuenta con franquicias líderes en América del Sur y la región del Sunbelt en Estados Unidos; y es el primer accionista del banco turco Garanti.

Su negocio diversificado está enfocado a mercados de alto crecimiento y concibe la tecnología como una ventaja competitiva clave. La responsabilidad corporativa es inherente a su modelo de negocio, impulsa la inclusión y la educación financieras y apoya la investigación y la cultura. BBVA opera con la máxima integridad, visión a largo plazo y mejores prácticas y está presente en los principales índices de sostenibilidad.

BBVA en el mundo

Ofrece servicios financieros en

▶ 35
países

▶ 70
millones

Clientes

Empleados en todo el mundo

▶ 134.792
empleados

8.660

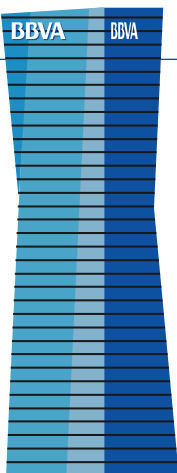
▶ Oficinas

935.284

▶ Accionistas

31.120




▶ Cajeros automáticos



BBVA en Argentina

Líderes en el país desde hace más de 100 años, nuestras oficinas centrales se encuentran en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y contamos con más de 250 sucursales en todas las provincias de la República Argentina.

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, manteniendo nuestro compromiso con la integración de la Responsabilidad Corporativa y su contribución a los diferentes grupos de interés.

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

DATOS BÁSICOS DE BBVA BANCO FRANCÉS S.A.	2016	2015	2014
Resultados ⁽¹⁾			
Resultado neto	3.643,6	3.784,5	3.204,5
Total acciones ordinarias en circulación para el ejercicio	536,8	536,9	536,9
Total ADS para el ejercicio	179,0	179,0	179,0
Balance ⁽¹⁾			
Total activos	149.073,3	109.365,9	73.284,3
Préstamos netos	75.980,2	54.994,6	40.411,2
Sector público	98,8	66,8	54,5
Sector privado	75.881,4	54.927,8	40.356,7
Total de depósitos	114.652,1	76.792,4	51.435,7
Patrimonio neto	16.460,0	13.716,4	10.331,9
Actividad			
Número de accionistas	12.064	8.698	7.034
Número de clientes ⁽²⁾	2.244.920	2.090.818	1.918.094
Número de sucursales ⁽³⁾	251	251	251
Número de principales proveedores ⁽⁴⁾	1.025	961	1.077
Otros datos			
Depósitos (cuota)	5,7%	5,5%	5,0%
Préstamos	6,4%	6,0%	6,0%
Depósitos del sector privado	7,3%	7,0%	7,0%
Préstamos al sector privado	6,7%	6,5%	6,5%
Resultado por acción \$	6,8	7,0	6,0
Resultado por ADS US\$	20,3	21,1	17,9
Dividendo en efectivo por acción \$	1,70	1,68	0,74
Dividendo en efectivo por ADS \$	5,09	5,03	2,23

DATOS BÁSICOS DE BBVA BANCO FRANCÉS S.A.	2016	2015	2014
Retorno sobre activo promedio	2,8%	4,1%	4,9%
Retorno sobre patrimonio neto promedio	24,2%	31,5%	36,7%
Solvencia	12,4%	14,3%	16,4%
Liquidez	52,9%	55,0%	46,9%
Inmovilizado	26,6%	20,8%	21,4%
Endeudamiento	8,06x	6,97x	6,09x
Capital humano			
Cantidad de empleados ⁽⁵⁾	6.253	5.784	5.437
Porcentaje de empleo femenino	46%	47%	46%
Mujeres en cargos gerenciales	12	11	8
Porcentaje dentro de Convenio Colectivo de Trabajo	100%	100%	100%
Aportes a la sociedad ⁽¹⁾			
Inversión en la sociedad realizada por BBVA Francés	19,2	17,0	12,9
Inversión en la sociedad realizada por Fundación Banco Francés	3,2	2,5	2,1

(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 GENERADO Y DISTRIBUIDO (en millones de pesos)	2016	2015	2014
Valor económico generado (VEG)	26.113,7	19.751,0	16.194,5
Ingresos Financieros	22.167,1	16.206,4	5.581,7
Otros Ingresos Operativos Netos ⁽¹⁾	4.596,5	3.843,8	3.435,8
Otras ganancias y pérdidas netas	-649,8	-302,2	-182,5
TOTAL (por productos y servicios y otros ingresos)	26.113,7	19.751,0	16.194,5
Valor económico distribuido (VED)	23.381,1	16.866,5	13.390,0
Accionistas: Dividendos en efectivo ⁽²⁾	911,0	900,0	400,0
Proveedores y otros gastos de operación	3.081,1	2.358,0	2.040,6
Empleados: gastos de personal	5.490,1	3.728,1	3.188,2
Clientes - Egresos financieros	8.948,1	6.295,5	4.848,2
Sociedad (impuestos)	4.950,8	3.584,8	2.913,0
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)	2.732,7	2.884,5	2.804,5
Reservas ⁽³⁾	2.732,7	2.884,5	2.805,0

(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 descripto por la misma para la distribución de resultados. (3) Las reservas corresponden a las constituidas efectivamente en el ejercicio 2016, sujeto a aprobación de la Asamblea de accionista.

Las acciones de BBVA Francés 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).

Desde el área de Relaciones con Inversores mantenemos 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, con el objetivo de profundizar en la comunicación con la comunidad inversora y de fomentar la transparencia en la información, el Banco trabaja con los principios de transparencia, veracidad, inmediatez y homogeneidad en la difusión de la información, de modo que todos los accionistas reciban información financiera y no financiera de una manera clara y accesible.

Para ello utiliza una amplia variedad de canales de comunicación, los cuales permiten acceder a la información de la manera que les resulte más fácil y conveniente: comunicados de prensa trimestrales, conference-calls y webcasts, reuniones y conferencias, página web corporativa y la asamblea de accionistas.

A partir del tercer trimestre de 2016, se ha incluido en los comunicados de prensa una mayor apertura de la información, con el objetivo de facilitar el análisis de los resultados trimestrales tanto para analistas como para accionistas e inversores. Por otro lado, luego de la presentación de dichos resultados se realiza un conference-call, como un medio más para mantener informada a la comunidad inversora sobre la marcha del Banco, desde el tercer trimestre también se puede acceder a través de webcast.

Asimismo Relaciones con Inversores, a través de la página web corporativa, pone a disposición de los accionistas y demás grupos de interés, toda la información institucional y económico-financiera sobre la actividad y los resultados del Banco, así como también toda información que considera de interés. Esta información se encuentra en español e inglés. En 2016, se continuaron con la realización de reuniones con analistas, accionistas e inversores para comentar la evolución de la performance del Banco y los aspectos de interés que surjan, atendiendo de forma personalizada comentarios y preguntas.

Al 31 de diciembre de 2016, el capital accionario de BBVA Francés estaba compuesto por 536.877.850 acciones ordinarias, de las cuales, 75,95% pertenecía al Grupo BBVA. Los principales tenedores del resto del capital son la Administración Nacional de la Seguridad Social, Fondos de Inversión nacionales y extranjeros, e inversores minoritarios.

Como todos los años, el 30 de marzo de 2017 se llevará a cabo la Asamblea General Ordinaria, donde se entregará a los accionistas presentes una versión resumida de la Memoria Anual e IARC, contando con una versión extendida digital y una resumida en papel.

Adicionalmente mantenemos relación con las calificadoras de riesgo del Banco, Fix SCR affiliate de Fitch Ratings y Standard and Poor's, además se organizan las revisiones anuales entre dichas calificadoras y representantes de nuestro Banco.

Para mayor información sobre la estructura accionaria, propiedad y forma jurídica de la organización ver la Memoria y Balance 2016 de BBVA Banco Francés S.A.

	2016	2015	2014
Accionistas	12.063 (*)	8.698	7.036
Acciones	536.877.850	536.877.850	536.877.850
PROPIEDAD ACCIONES % SOBRE CAPITAL			
Particulares			
Menor a 4.500 acciones	1,19%	0,92%	0,88%
Mayor a 4.500 acciones	3,24%	2,98%	3,29%
Inversores Institucionales			
Nacionales	10,11%	9,64%	9,70%
Extranjeros	0,27%	0,27%	0,36%
BBVA	75,95%	75,95%	75,93%
BONY (ADRs)	9,74%	10,24%	9,84%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%

(*) Sin considerar agrupados el total es 12.056

Nuestra Política de Responsabilidad Social Corporativa

En BBVA Francés entendemos a la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante RSC), como la responsabilidad que le corresponde a la empresa por el impacto de su actividad en la sociedad. Para cumplir con esta responsabilidad, integramos temas sociales, medioambientales, éticos, sobre derechos humanos y asuntos de los consumidores en nuestras tareas diarias de negocio y en las relaciones con nuestros grupos de interés.

A través de esta política de RSC, BBVA Francés contribuye principalmente a los siguientes objetivos:

- Desarrollar en todo momento la actividad principal de forma responsable, situando a las personas en el centro de su propósito.

- Maximizar la creación de valor sostenible y compartido para sus accionistas y para los demás grupos de interés y el conjunto de la sociedad en la que opera.
- Identificar, prevenir y mitigar los posibles impactos negativos derivados de su actividad.
- Mejorar la reputación de BBVA Francés.

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.

Compromisos y prácticas responsables

A fin de cumplir con estos principios, BBVA Francés pone en práctica los siguientes compromisos concretos:

a) Clientes

- Situar a los clientes como centro de nuestra actividad, con el objeto de establecer relaciones duraderas, fundadas en la mutua confianza y aportación de valor.
- Impulsar una comunicación transparente, clara y responsable y la educación financiera para facilitar la toma de decisiones financieras informadas.
- Favorecer el desarrollo de productos y servicios de alto impacto social, adaptados al contexto en el que viven nuestros clientes.
- Promover la inclusión financiera y la universalización del acceso responsable a los servicios financieros.

b) Empleados

- Respetar la diversidad y promover la igualdad de oportunidades, así como la no discriminación por razones de género, edad, discapacidad o cualquier otra circunstancia.
- Promover las prácticas de conciliación de la vida laboral y familiar.
- Implantar prácticas para garantizar la seguridad de la plantilla y velar por la salud de todos los empleados.
- Impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre los empleados, facilitando las condiciones para que se puedan realizar actividades de voluntariado.

c) Accionistas e inversores

- Transparencia, veracidad, inmediatez y homogeneidad en la difusión de la información.
- Facilitar el conocimiento de aquellas cuestiones que puedan resultar necesarias para permitir el adecuado ejercicio de los derechos de los accionistas.
- Publicar la información de manera continuada, periódica, oportuna y disponible en el tiempo.
- Igualdad de trato de todos los accionistas e inversores que se hallen en la misma posición.
- Utilizar una variedad de instrumentos y canales de comunicación que permitan a los accionistas acceder al Banco de una manera fácil y conveniente.

d) Sociedad y medio ambiente

- 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, la educación financiera, el emprendimiento y el conocimiento.
- Impulsar iniciativas propias o colectivas para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.
- Participar en iniciativas y colaborar con reguladores y otras organizaciones para la promoción y difusión de prácticas responsables.
- Definir y aplicar una Política Medioambiental que incluya, entre otros, la gestión de los riesgos en este ámbito, la integración progresiva de variables ambientales en el desarrollo de productos y el impulso de la ecoeficiencia junto con la gestión de impactos directos.

e) Proveedores

- Definir y aplicar una Política de Compras Responsables que incluya, entre otros, el proporcionar información completa y transparente en los procesos de aprovisionamiento, el respeto a los derechos humanos y laborales en la cadena de suministro y el estímulo de la demanda de productos y servicios socialmente responsables.

f) Responsabilidad fiscal

- Desarrollar su actividad cumpliendo de forma adecuada sus obligaciones tributarias y evitar cualquier práctica que suponga la ilícita omisión de pago de tributos público. Para ello se dispone de una estrategia fiscal acorde con los principios de integridad, transparencia y prudencia.

g) Prevención de conductas ilegales

- Fomentar el cumplimiento de las obligaciones legales y evitar conductas que sean contrarias a las normas y políticas internas o que puedan perjudicar al patrimonio, la imagen o la reputación de BBVA Francés.

h) Respeto de los Derechos Humanos

- Aplicar el compromiso en materia de Derechos Humanos en el que se incluye el respeto de los derechos humanos conforme a Carta Internacional de los Derechos Humanos, al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y a los principios de actuación y las recomendaciones para el desarrollo de la actividad de negocios publicados por las Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico y la Organización Internacional del Trabajo.

i) Otros compromisos internacionales suscritos

- BBVA Francés está comprometido con los principales estándares internacionales en materia de RSC, como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, los Principios de Ecuador, así como otras iniciativas.

Hitos y Reconocimientos en 2016

- Obtuvimos el tercer puesto dentro de las 50 empresas más deseadas para trabajar por el **Ranking Universum**. Esta encuesta se realiza en forma independiente a estudiantes universitarios y tiene como objetivo premiar a los empleadores más atractivos en América Latina.
- En una nueva edición de los **Premios Randstad Award 2016**, BBVA Francés obtuvo por segundo año consecutivo una mención especial como la empresa más atractiva para trabajar en el sector "Banca y Finanzas".
- Asimismo fuimos reconocidos dentro del Top Ten de las mejores empresas para trabajar en la Argentina en el ranking **Great Place to Work** (empresas de más de mil empleados). De esta manera en 2016 escalamos del puesto 9 al 7.



Randstad
Award
2016



Presencia en redes sociales en 2016

Para nosotros es importante estar cerca de nuestros grupos de interés, y por eso 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.

facebook

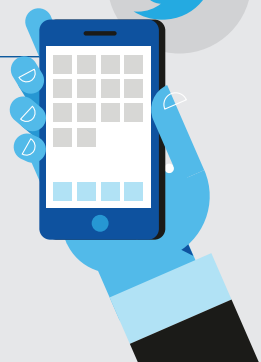
1.251.862
fans



139.000
seguidores

YouTube

1.682
reproducciones
de nuestros videos



Compromisos en iniciativas, índices y cámaras

Formamos parte de las siguientes iniciativas y organizaciones:

Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Desde 2004 estamos comprometidos con los diez principios del Pacto Mundial. Por eso el IARC 2016 será presentado como la Comunicación sobre Progreso (COP), para rendir cuentas en materia de derechos humanos, prácticas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción.

Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias (CPB).

Alianza estratégica con esta organización que guía al sector en prácticas responsables.

Principios de Ecuador.

Compromiso con la evaluación y gestión de los impactos sociales y medioambientales de los proyectos que financiamos.

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

- 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 de la Industria

- 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.

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).

Diálogo con grupos de interés y materialidad

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Diálogo con los grupos de interés

Desde BBVA Francés impulsamos la rendición de cuentas y la transparencia de la información. Es por ello que desde el año 2007 presentamos el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, a través del cual reportamos a nuestros grupos de interés y donde mostramos los principales impactos generados por nuestro negocio en la sociedad.

De acuerdo con nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa, tenemos como meta crear valor para nuestros grupos de interés: personas, instituciones y organizaciones a las cuales impactamos con nuestra actividad en forma directa o indirecta, y que a su vez, sus comportamientos influyen en la toma de decisiones para el desarrollo de nuestro negocio.

Realizamos un relevamiento de nuestros grupos de interés donde identificamos y los clasificamos según las distintas dimensiones propuestas por la guía AA1000SES de Accountability en responsabilidad, influencia, cercanía, dependencia y representación, siendo los siguientes los principales grupos de interés:



Accionistas

Mantenemos un compromiso de crear valor de forma sostenible en el tiempo. Con ellos nos comunicamos en nuestra Asamblea General de Accionistas y en las reuniones que se realizan con accionistas e inversores.



BBVA

Clientes

Procuramos buscar las mejores soluciones que hagan de BBVA Francés su primera opción. Para mantener un diálogo fluido con nuestros clientes utilizamos diferentes herramientas, 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), entre otras herramientas.

Sociedad

Contribuimos de forma activa al desarrollo sostenible de las comunidades en las que estamos presentes. Los canales de comunicación que utilizamos son los estudios de reputación RepTrak a clientes y opinión pública, estudio de marca y publicidad de Millward Brown a clientes y opinión pública y tendencias sociales.

Principales grupos de interés

Empleados

Pensamos que la mejor forma de relacionarnos con nuestros empleados es mediante un estilo de gestión que genere entusiasmo y facilite la formación, la motivación y el desarrollo tanto personal como profesional. Para lograrlo realizamos encuestas de clima interno y encuestas de reputación interna, además organizamos desayunos con directores.

Reguladores

Desde BBVA Francés nos comprometemos a actuar con integridad y cumplir rigurosamente la legalidad. Para mantener un diálogo fluido lo hacemos a través del área de Servicios Jurídicos, Riesgos, Relaciones institucionales, Cumplimiento Normativo y la Dirección Financiera.



Proveedores

Nuestro compromiso con nuestros proveedores es que encuentren en BBVA Francés un aliado para el beneficio mutuo. Periódicamente realizamos encuestas de satisfacción y reuniones de escucha activa para mejorar en los procesos que nos involucran.

Generar una relación de confianza a largo plazo con cada uno de nuestros grupos de interés, es nuestra prioridad. Nos preocupamos por contar con herramientas, información y canales adecuados de atención. Nuestros programas han sido pensados para dar respuesta, con prácticas que generen valor económico, social y ambiental y demuestre el valor reputacional del Banco.

Análisis de materialidad

Dentro de nuestra gestión en Responsabilidad Social Corporativa (RSC), en 2016 continuamos realizando el Análisis de Materialidad a través de la metodología que hemos elaborado siguiendo las recomendaciones de GRI G4. Este proceso nos ayuda a identificar, priorizar, revisar los temas relevantes para nuestros grupos de interés y para el Banco, que forman parte de nuestra gestión de Responsabilidad Corporativa.

Descripción del proceso de materialidad

Para definir y priorizar los asuntos materiales, hemos utilizado en 2016 la metodología recomendada por GRI G4 generando como resultado final nuestra matriz de materialidad donde pueden identificarse cada uno de los temas relevantes para el Banco y para nuestros grupos de interés.



Proceso para la definición de asuntos materiales

1. Identificación de asuntos materiales.

El listado final de los asuntos materiales se obtuvo de las siguientes fuentes:

- Diálogos con nuestros grupos de interés mediante diversos canales de comunicación e informes.
- Análisis de las principales iniciativas de sustentabilidad (Pacto Global de las Naciones Unidas, Principios de Ecuador, entre otras).
- Regulaciones del sector, analizadas por la Dirección de Cumplimiento Normativo.
- Análisis de competidores, asuntos relevantes, conflictos.
- Análisis de medios y redes sociales, tendencias, noticias negativas, preocupaciones sociales, entre otras.

2. Priorización de asuntos materiales.

Teniendo en cuenta la relevancia de los aspectos para los grupos de interés y para el negocio de BBVA Francés se priorizaron los asuntos materiales.

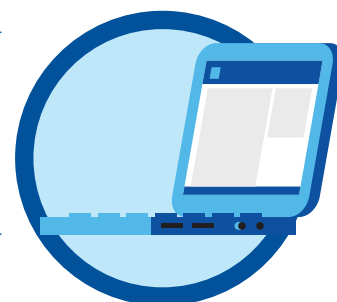
- **Relevancia para los grupos de interés:** se tuvo en cuenta la importancia de los asuntos para estos grupos, así como la existencia de requerimientos legales, pactos o compromisos suscritos por BBVA Francés. De tal modo que un asunto es más relevante:
 - i) Cuanto mayor número de grupos de interés afectados y mayor sea la importancia de estos grupos de interés para BBVA Francés.
 - ii) Cuanto mayor sea el impacto de los asuntos para los grupos de interés afectados.
 - iii) Cuando existen requerimientos legales o compromisos por parte de BBVA Francés.
- **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.

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.

4. Validación de asuntos materiales.

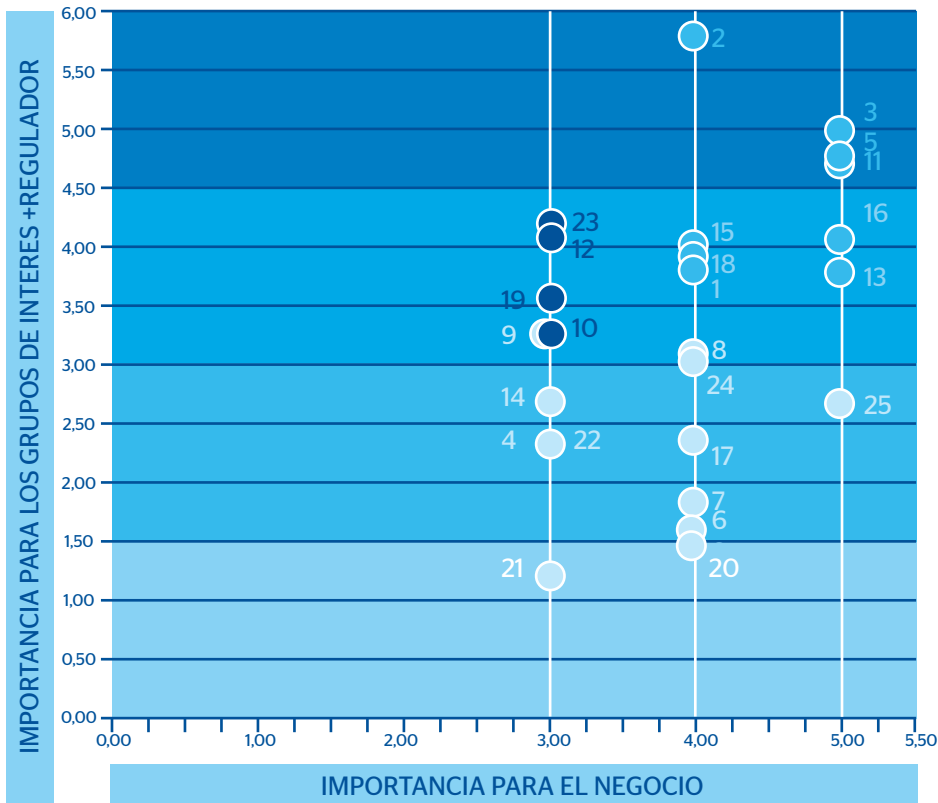
Una vez concluido el análisis, se realizó la validación de los aspectos y asuntos materiales, identificando el enfoque de gestión y los indicadores correspondientes en cuanto al alcance, la cobertura los tiempos del relevamiento de la información. Para este paso, se trabajó sobre los principios de Exhaustividad y Participación de los grupos de interés.



Temas materiales

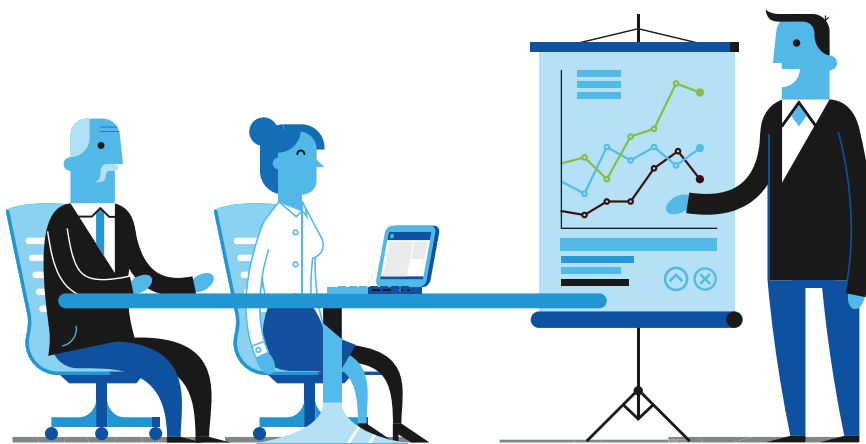
Como conclusión de dicho análisis de materialidad, se obtuvieron los siguientes asuntos y aspectos relevantes, y la matriz correspondiente.

Matriz de materialidad de BBVA Francés



Asuntos materiales

1. Productos con buena relación calidad/precio
2. Prácticas de comunicación y comercialización
3. Calidad de atención/servicio al cliente
4. Respuesta a la demanda de crédito de la sociedad
5. Seguridad, privacidad y protección del cliente
6. Atención a clientes en situación de dificultad
7. Calidad del empleo
8. Respeto a los derechos de los empleados
9. Formación y desarrollo del talento
10. Política de remuneración de altos directivos y consejo de administración
11. Financiación social y medioambientalmente responsable
12. Prevención de blanqueo de capitales/ financiación de actividades terroristas
13. Cumplimiento de la normativa fiscal
14. Comportamiento ético
15. Compras/outourcing responsable
16. Buen Gobierno Corporativo
17. Solvencia y gestión financiera
18. Respeto a los Derechos Humanos
19. Contribución al desarrollo de las sociedades locales
20. Inclusión financiera
21. Acción social
22. Diversidad y conciliación
23. Ecoeficiencia y medioambiente
24. Digitalización
25. Educación financiera



Impacto en los grupos de interés

En la siguiente tabla se presenta la relación de cada tema material identificado, la cobertura que tiene en este Reporte de Sustentabilidad y el impacto con nuestros grupos de interés.

Tema material de BBVA Francés	Contenido en este Reporte	Impacto en los grupos de interés
1. Productos con buena relación calidad/precio	Gestión responsable del cliente	Impacto interno y externo
2. Prácticas de comunicación y comercialización	Comunicación TCR Relación con clientes, canales y servicios Transparencia en la comunicación	Impacto interno y externo
3. Calidad de atención/servicio al cliente	Gestión responsable del cliente	Impacto interno y externo
4. Respuesta a la demanda de crédito de la sociedad	Gestión responsable del cliente	Impacto externo
5. Seguridad, privacidad y protección del cliente	Seguridad, protección a clientes	Impacto interno y externo
6. Atención a clientes en situación de dificultad	Productos de alto impacto social Modelo de gestión de reclamos	Impacto interno y externo
7. Calidad del empleo	Equipo BBVA Francés	Impacto Interno
8. Respeto a los derechos de los empleados	Equipo BBVA Francés	Impacto Interno
9. Formación y desarrollo del talento	Selección, desarrollo y formación	Impacto Interno
10. Política de remuneración de altos directivos y consejo de administración	Gobierno Corporativo	Impacto Interno
11. Financiación social y medioambientalmente responsable	Estrategia Plan de Negocios Responsable	Impacto interno y externo
12. Prevención de blanqueo de capitales/ financiación de actividades terroristas	Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas	Impacto interno y externo
13. Cumplimiento de la normativa fiscal	Sistema de cumplimiento	Impacto interno
14. Comportamiento ético	Visión y Propósito Código de Conducta	Impacto interno y externo
15. Compras/outsourcing responsable	Proveedores	Impacto interno
16. Buen Gobierno Corporativo	Sistemas de Gobierno	Impacto interno
17. Solvencia y gestión financiera	Datos Básicos de BBVA Banco Francés S.A	Impacto interno y externo
18. Respeto a los Derechos Humanos	Visión y Propósito / Productos de alto impacto social Diversidad e igualdad de oportunidades Sociedad	Impacto interno y externo
19. Contribución al desarrollo de las sociedades locales	Sociedad	Impacto externo
20. Inclusión financiera	Visión y Propósito / Productos de alto impacto social Educación financiera	Impacto interno y externo
21. Acción social	Voluntariado Sociedad	Impacto interno y externo
22. Diversidad y conciliación	Diversidad e igualdad de oportunidades	Impacto interno y externo
23. Ecoeficiencia y medioambiente	Medioambiente	Impacto interno y externo
24. Digitalización	Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas	Impacto interno y externo
25. Educación financiera	Educación financiera	Impacto interno y externo

Sistemas de Gobierno

Gobierno Corporativo

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

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

También aprueba el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, y presenta informes anuales en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, la Bolsa de Valores de Nueva York, Estados Unidos (NYSE) y en Madrid, España, en el Mercado de Valores Latinoamericanos (Latibex), y desarrollan los controles previstos por la Ley Sarbannes Oxley (SOX).

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 y las mejores prácticas mercantiles, y fomenta la implantación y desarrollo de unos 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 de BBVA Francés y todos sus miembros titulares no tienen funciones ejecutivas.

Miembros del Directorio

Presidente:

Jorge Carlos Bledel (Argentino)

Vicepresidente 1º:

Alfredo Castillo Triguero (Español)

Vicepresidente 2º:

Marcelo Gustavo Canestri (Argentino)

Directores Titulares:

Oscar Miguel Castro (Argentino)

Juan Manuel Ballesteros Castellano (Español)

Gabriel Eugenio Milstein (Argentino)

Director Suplente:

Javier Pérez Cardete (Español)

Primera Línea Ejecutiva (al 31/12/2016)

Director Ejecutivo Martín Ezequiel Zarich		
Desarrollo de Negocio y Banca Digital Jorge Bledel	Comercial Gustavo Alonso	Auditoría Alberto Muñoz Zurita
Sistemas y Operaciones Gustavo Siciliano	Corporate & Investment Banking Carlos Elizalde	Relaciones Institucionales Gonzalo Verdomar Weiss
Financiera y Planeamiento Ignacio Sanz y Arcelus	Talento y Cultura Gustavo Fernández	Servicios Jurídicos Adrián Bressani
Riesgos Gerardo Fiandrino	Cumplimiento Normativo Walter Vallini	Servicios de Estudios Económicos Gloria Sorensen

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 20 de diciembre de 2016 se revisó y se aprobó el nuevo Código de Gobierno Corporativo de BBVA Francés, contemplando todas aquellas modificaciones normativas acaecidas durante el ejercicio 2016.

Como consecuencia de ello, se aprobaron las siguientes modificaciones:

(i) la incorporación o formalización de los Comités de Integridad, Conducta en los Mercados, Customer Compliance, Protección de Datos Personales y Control Regulatorio y del Comité de Activos y Pasivos; (ii) la modificación en la composición del Comité de Cumplimiento Normativo; (iii) y la actualización de la denominación de las distintas áreas del Banco de acuerdo al organigrama jerárquico.

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).

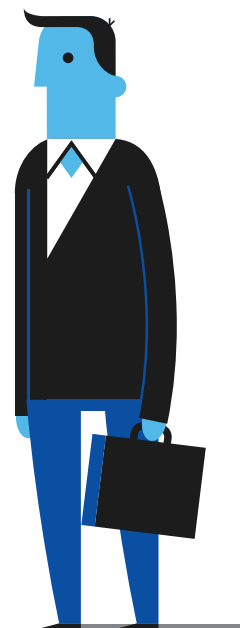
La elección de los miembros del Directorio se realiza en cumplimiento a la Ley General de Sociedades Comerciales, la Ley de Entidades Financieras, sus modificatorias y concordantes, las Normas del BCRA, la Comisión Nacional de Valores (CNV) y Securities and Exchange Commission (SEC). Además se debe cumplir 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, los directores deberán 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.

El Comité de Nombramientos y Remuneraciones de BBVA Francés tiene como cometido asistir al Directorio en cuestiones relativas a las políticas de remuneración y beneficios. Asimismo 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 General de Sociedades Comerciales) y Normas de la CNV. El Comité de Auditoría debe opinar sobre la razonabilidad de las propuestas respecto 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, donde se desarrolla la gestión del Directorio durante el correspondiente ejercicio social, 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.



DIRECTORIO (%)		2016
RANGOS DE EDAD		
Más de 50 años		100%
POR GÉNERO		
Masculino		100%
POR NACIONALIDAD		
Argentino		57,15%
Español		42,85%

SISTEMA DE COMITÉS

El Directorio cuenta con el apoyo de los siguientes comités:

- Comité de Auditoría Ley 26.831 (C.NV/S.E.C.).
- Comité de Nombramientos y Remuneraciones.
- Comité de Auditoría Interna (BCRA).
- Comité de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.
- Comité de Tecnología Informática.
- Comité de Disclosure.
- Comités de Riesgos (Risk Management Committee).
- Comité Técnico de Operaciones Local.
- Comité de Corporate Assurance.
- Comité de Cumplimiento Normativo.
- Comité de Activos y Pasivos.
- Comité de Integridad, Conducta en los Mercados, Customer Compliance, Protección de Datos Personales y Control Regulatorio.

Estándares para el desempeño del cargo de director

El Código de Gobierno Societario establece los estándares para el desempeño del cargo de Director, quienes estarán sujetos al deber de fidelidad, debiendo cumplir los deberes impuestos por las leyes y el Estatuto con fidelidad al interés social, entendido como interés de la sociedad, incluyendo los siguientes aspectos: "Deber de Confidencialidad", "Conflicto de Intereses".

Asimismo, los Directores deberán observar un comportamiento ético en su conducta acorde con las exigencias normativas aplicables a quienes desempeñen cometidos de administración en sociedades comerciales, en particular en entidades financieras, de buena fe, y conforme a los principios que constituyen los valores de BBVA Francés.

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

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 **Dirección de Cumplimiento Normativo** 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 del Banco, así como de los criterios y pautas de actuación contenidos en el Código de Conducta. También 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 2016, no hemos recibido multas, reclamos o sanciones por incumplir la normativa y la legislación en general, ni relativas al suministro y al uso de productos y servicios.

Tampoco 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.

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

El compromiso del Banco en relación con este tema se ve reflejado en la importancia que posee el área en la estructura organizativa, 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.

En 2016 hubo una novedad significativa relativa al régimen de sinceramiento fiscal, cuya primer etapa relacionada a depósitos en efectivo ya finalizó, siendo el monto total depositado en nuestra entidad de U\$S 888 MM. Esto significa un desafío para el área en cuanto al análisis de estas operaciones puntuales como a la operatoria que se generará a partir de estos fondos.

El Modelo de Gestión del Riesgo de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación de Actividades Terroristas se adaptó a las novedades normativas que entraron en vigencia en 2016, siendo este un año de numerosas novedades normativas basadas en el cambio de gestión en los reguladores.

Se destacan como principales: la flexibilización de controles de operaciones de COMEX, la diligencia simplificada en cuanto a determinados productos, la posibilidad de incorporar clientes de manera 100% virtual y la obligación para las entidades financieras de abstenerse de solicitar las DDJJ de impuestos nacionales.

A su vez, el Modelo está sujeto a procesos de mejora continua, destacándose este año: la incorporación de nuevos escenarios de monitoreo, revisión de interfaces e inclusión de mejoras y automatizaciones en nuestro sistema de gestión de alertas.

Durante 2016, continuamos profundizando el Modelo a partir de las siguientes actividades:

- Adaptación de políticas y procedimientos a cambios normativos: Se actualizaron el manual de políticas y procedimientos de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo, conforme a las novedades normativas.
- Sistemas de monitorización: Se incorporaron nuevos escenarios de monitoreo y revisión de interfaces.
- Colaboración con organizaciones internacionales y gubernamentales: Se dio respuesta a todos los requerimientos de información y participación en la reuniones/citaciones recibidas de los órganos reguladores y organizaciones internacionales.



Auditoría Interna y Corporate Assurance

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 un Modelo General de Gestión 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 corporativas, 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; restringiendo la delegación y aprobando dichas operaciones en las máximas instancias de Comités.

Riesgo Reputacional

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, accionistas, reguladores, empleados, proveedores, la sociedad en general, entre otros) tienen del Banco.

El impacto negativo en resultados del Riesgo Reputacional puede materializarse por dos vías: el impacto en la pérdida del cliente y del negocio o el impacto en el valor de la cotización de las acciones en el mercado.

En esta línea, BBVA Francés tiene definida una política de gestión del riesgo reputacional que está plasmada en su Manual de Riesgo Reputacional. En el mismo se proporciona una metodología para la elaboración de un mapa priorizado de Riesgos Reputacionales con planes de acción siempre que sean necesarios y se define la frecuencia de realización del ejercicio y el modelo para su gestión.

La priorización se realiza atendiendo dos variables: el impacto en las percepciones de los grupos de interés y la fortaleza de BBVA Francés frente al riesgo.

La Entidad cuenta con una estructura organizativa, que define las funciones y responsabilidades de cada área a cargo. El Comité Operativo de Riesgo Reputacional realiza el trabajo de análisis, diagnóstico, monitoreo, líneas de acción, evolución del que se sirve la alta gerencia para gestionar la aplicación de la política establecida. El mismo está compuesto por el Director de Riesgos, Director de Cumplimiento Normativo y el Director de Relaciones Institucionales.



Gestión, control y prevención del fraude

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

Diferentes planes de acción tendientes a automatizar los procesos de control interno se llevaron a cabo durante el año, incorporando la utilización de herramientas especializadas para los monitoreos de alertas tempranas, garantizando un tratamiento y gestión rápida y eficaz de eventuales incidentes.

Este ha sido un nuevo año de fortalecimiento de las acciones de concientización en temas de Seguridad y de Prevención de Fraude tanto para personal interno de BBVA Francés, como para sus clientes. El Plan Integral de Concientización 2016 abordó iniciativas específicas de comunicación de estos temas segmentados por los diferentes grupos destinatarios.

Asimismo se continúa en permanente expansión el uso 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. Acompañando la permanente actualización tecnológica y oferta de canales de interacción con los clientes, se siguen desarrollando componentes de seguridad para mantener el mayor grado de protección.

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 desde 2004 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 regulados 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 controlar que el cumplimiento, idoneidad y efectividad de los sistemas y procedimientos de control interno, incluyendo los sistemas de información electrónicos de las distintas unidades del BBVA Francés, se realicen de acuerdo a las normas internas y externas vigentes, proponiendo también medidas de mejoras que tiendan a mitigar los riesgos.



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.

Durante el 2016 se presentaron cambios organizativos en la dirección de Auditoría Interna con el fin de ganar flexibilidad y brindar un mejor servicio. Se reorganizó en función del tipo de riesgo en tres nuevas subgerencias: i) IT, Operational & Outsourcing; ii) Riesgo Legal y Cumplimiento, y iii) Riesgos Financieros, Capital y Liquidez.

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 2015 y el 31 de diciembre de 2015.

En el año se elaboraron 43 informes de carácter regulatorio, 102 informes de auditoría de Red de Oficinas, incluyendo revisiones in-situ y a distancia, 21 informes de Auditoría de Procesos y 10 informes Antifraude.

El Comité de Auditoría continuó reuniéndose 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.

Código de Conducta

Todos cuantos integran BBVA Francés debemos comportarnos 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. Asimismo, incluye procedimientos implantando para la resolución de conflictos de intereses en todos los ámbitos del Banco.

Durante 2016, se capacitaron a 4.475 empleados, igual al 85%, bajo la modalidad e-learning en cursos de aproximadamente de una hora de duración. Además, se realizó una difusión masiva a toda la plantilla del Banco a través de comunicaciones internas.

El Comité de Gestión de la Integridad Corporativa tiene encomendada la función de velar por la efectiva aplicación de este Código.

Los canales de denuncia de violación al Código a nivel local son:

Vía e-mail: a la Unidad de Cumplimiento Normativo con Usuario Código de Conducta

Telefónica: (011)4346-4466 o al interno 14466

Los canales de denuncia de violación al Código a nivel corporativo son:

Vía e-mail: Dirección Corporativa de Cumplimiento canaldenuncia@grupobbva.com

Telefónica: 91-597-722 Ibercom 77222.

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 2016 no se presentaron casos que ameritaran la convocatoria del Comité. Por otro lado, se encuentra vigente el Código de Conducta en el ámbito de los mercados de valores donde se definen principios y criterios generales de actuación comúnmente aceptados a nivel internacional y dirigido a preservar la integridad en los mercados. Recoge las pautas de actuación mínimas para los integrantes del Banco en relación con el tratamiento de la información privilegiada, protección de datos de carácter personal, la prevención de la manipulación de cotizaciones, la gestión de potenciales conflictos de intereses que pudieran surgir y la operativa por cuenta propia de los empleados en los mercados.



Durante 2016, se capacitaron a 4.475 empleados, igual al 85%, bajo la modalidad e-learning en cursos de aproximadamente de una hora de duración.

Estrategia

Nuestra estrategia se basa en tres pilares fundamentales: principios, personas e innovación, gestionando con el cliente como centro y con la meta principal de crear valor para nuestros accionistas, considerando el entorno social y el impacto sobre el medio ambiente.

Visión/Propósito

El nuevo escenario competitivo exige que el cliente esté en el centro de todo lo que hacemos:

- Ofrecer las mejores soluciones bancarias, acorde a sus necesidades.
- Ayudándole a tomar las mejores decisiones financieras.
- Impactando de forma positiva en las vidas de las personas y en las actividades de las empresas.

Con ese objetivo, BBVA Francés ha definido un nuevo Propósito que nos servirá de guía en nuestra estrategia y en la toma de decisiones, un propósito que está alineado con nuestra visión de futuro.

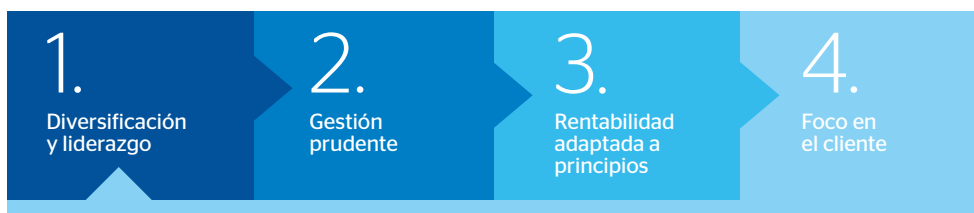
Nuestro propósito

“Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era”



Nuestro modelo de negocio está orientado al cliente, ofreciéndole un servicio diferencial con un objetivo muy ambicioso: ser líderes en satisfacción del cliente en todas las geografías en las que operamos.

BBVA Francés cuenta con un modelo de hacer banca que se apoya en cuatro elementos que nos hace diferentes: diversificación y liderazgo, gestión prudente, rentabilidad ajustada a principios y foco en el cliente.



BBVA Francés tiene como uno de sus objetivos, desarrollar una manera diferente de hacer banca, a través de un modelo de negocio denominado “Banca Responsable”, basado en la rentabilidad ajustada a los principios de integridad, prudencia y transparencia.

BANCA RESPONSABLE		
Integridad	Prudencia	Transparencia
Como manifestación de la ética en nuestras actuaciones y en todas nuestras relaciones con los grupos de interés.	Como principio de precaución en la asunción del riesgo.	Como máxima para ofrecer un acceso a la información clara y veraz dentro de los límites de la legalidad.

Gestionamos nuestro negocio asumiendo la responsabilidad de sus impactos en la vida de las personas y en la sociedad.

Este propósito refleja el papel facilitador del banco para ofrecer a sus clientes las mejores soluciones bancarias, ayudarles a tomar las mejores decisiones financieras e impactar positivamente en su vida. Se incorporó el universo "todos" porque se quiere un propósito inclusivo, que las oportunidades sean accesibles a las personas, a las familias, a los emprendedores, a los propietarios de empresas y a las corporaciones públicas y privadas, así como a nuestros empleados.

Este Propósito es nuestra razón de ser, que sirve para inspirar y motivar a toda la organización, y debe guiar nuestra estrategia y toma de decisiones.

Prioridades Estratégicas

Para ello, se han definido seis prioridades estratégicas, alineadas con el Propósito, que dirigen esta transformación.



1. Proporcionar la mejor experiencia posible a nuestros clientes: Buscamos desarrollar una mejor experiencia con nuestros clientes de principio a fin. Transformar la propuesta de valor para ayudar al cliente a entender su situación financiera, a planificarla y a tomar las decisiones más adecuadas. Esta relación conlleva un viaje de interacciones o customer journey, que comprende varios conceptos: soluciones fáciles y adaptadas y decisiones planificadas y herramientas de monitorización.

2. Impulsar las ventas digitales: Es fundamental aprovechar los nuevos canales que tenemos a nuestra disposición, ya que gran parte de nuestros clientes están demandando nuevos esquemas de relación con el Banco, especialmente a través de dispositivos móviles y de plataformas especializadas. Para ello es necesario crear modelos consistentes, respaldados por la analítica, partiendo de unas métricas sencillas y entendibles.

3. Nuevos modelos de negocio: La forma de hacer banca está cambiando hacia nuevas experiencias y es necesario crear nuevos modelos de negocio. Para adaptarse al nuevo entorno es fundamental entender y participar en esta evolución, lo que nos permitirá elegir el modelo que se ajuste mejor a cada oportunidad dada, ya sea creando y desarrollando internamente nuevos modelos, construyendo nuevas alianzas o participando en start-ups que permitan aprender de nuevos modelos disruptivos.

4. Optimizar la asignación de capital: Esto nos permite maximizar la rentabilidad sobre el capital disponible de forma sostenida en el tiempo. Es fundamental que la optimización acompañe las decisiones de crecimiento del Banco, que se dé prioridad a las inversiones y decisiones de negocio que proporcionen un mayor retorno sobre el capital regulatorio y que esto se refleje en la gestión del día a día, en los procesos presupuestarios, de planificación, etc.

5. Liderazgo en eficiencia: Para conseguir el mejor nivel de eficiencia nos apoyamos en la tecnología para que ésta nos ayude a simplificar procesos para estar presente en los diferentes canales de la forma más eficiente y a transformar el modelo de distribución hacia estructura más eficiente, que permita generar una ventaja competitiva frente a los competidores. Esto significa proporcionar soluciones de más calidad, con procesos sin interrupciones que permitan conseguir una mayor eficiencia, pero dando la mejor experiencia de usuario a los clientes.

6. El mejor equipo: Buscamos generar la mejor "experiencia de empleado". Esto supone ofrecerle una propuesta de valor atractiva que permita identificar, atraer y retener al mejor talento, contribuyendo al desarrollo de las carreras profesionales de cada uno de ellos. Es importante adaptar la cultura a un entorno que requiere nuevas formas de trabajo, promoviendo valores como el emprendimiento, la curiosidad, la colaboración entre equipos, la empatía, etc.

Plan de Negocio Responsable

En 2016 continuamos con el desarrollo de nuestro Plan de Negocio Responsable, en el que se establecen tres prioridades estratégicas: Comunicación transparente, clara y responsable; Educación y Productos de alto impacto social. En el Comité de Negocio Responsable, compuesto por ejecutivos de primera línea, se trabajan las acciones de RSC llevadas adelante por el Banco, incorporando de esta manera estos temas en la dinámica de trabajo de los directores.

Negocio Responsable



Comunicación Transparente, Clara y Responsable (Comunicación "TCR")

Para los usuarios de servicios financieros, un banco responsable es ante todo un banco que les habla de forma clara y transparente. Comunicar en un lenguaje transparente, claro y responsable son fundamentales para ayudar a que las personas entiendan siempre los productos que contratan y tomen una decisión financiera informada, lo que es clave para generar confianza.

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

Para lograrlo, el banco ha desarrollado numerosas iniciativas para hacer "más TCR" la relación banco-clientes antes, durante y después de la contratación. Revisó los puntos de contacto con el cliente para que la comunicación sea siempre TCR, empezando por 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.

Asimismo la Comunicación TCR se amplía al ámbito digital, identificando y priorizando buenas prácticas TCR en entornos digitales.

Educación

La educación es la prioridad estratégica de los programas sociales del Banco, en la que se distinguen las siguientes líneas de actuación:

I. Educación financiera y para los negocios, que promueve la formación en:

- 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 juegan un rol importante en el desarrollo del tejido económico-empresarial del país en el que operan.

II. Educación para la integración social y formación en valores de niños y jóvenes.

Productos de alto impacto social

Con la actividad diaria ya generamos un gran impacto social. Por esto tenemos la oportunidad de diseñar y desarrollar productos y servicios financieros de alto impacto social, esto es, productos en los que se integran atributos sociales diferenciales. Con estos productos impulsamos el crecimiento, la inclusión financiera y damos respuesta a las personas teniendo en mente las necesidades de los clientes y su contexto.

El acceso a los servicios financieros es uno de los factores más importantes que contribuyen a que las personas tengan un futuro mejor, para ellos y sus familias.

Una de las prioridades del Plan de Negocio Responsable, es el crecimiento inclusivo, con tres objetivos sociales:

- Impulsamos el acceso a las finanzas, banca para todos y la introducción de canales y productos de bajo costo para personas con bajos ingresos y sin acceso a servicios financieros.
- Comercializamos productos y soluciones para las PyMEs de alto potencial como vía para fomentar el crecimiento y el empleo en las regiones en las que operamos.
- Buscamos soluciones específicas para públicos con necesidades especiales.



Grupos de Interés

CLIENTES

Calidad de servicio al cliente

Desde hace unos años, la mejora continua de la experiencia del cliente y la diferenciación de la competencia por la calidad de servicio que les brindamos, es uno de nuestros principales focos. Por cuarto año consecutivo seguimos siendo líderes en el mercado por la recomendación de nuestros clientes. Además logramos pasar del 2º al 1º puesto en el segmento Altas Rentas en el estudio Sindicado de Calidad.

Durante el año 2016 desarrollamos el Plan + Calidad sustentado en métricas de IReNe Interno e IReNe de Sucursales con el objetivo de mejorar la atención y el servicio a los clientes.



Realizamos 16 visitas en el año a los Territorios, las cuales fueron fundamentales para lograr cercanía con los gerentes de sucursales, brindándoles contenidos importantes para su gestión diaria y para conocer de sus problemáticas.

Además realizamos desayunos con gerentes de sucursales para debatir temas relevantes y problemáticas de la tarea diaria, con el fin de brindarles herramientas para facilitar su gestión.

Continuamos manteniendo nuestro Plan de Calidad, basado en seis ejes.



Durante el 2016 medimos 22 servicios que la red de sucursales identificó como clave por su impacto en la tarea diaria de cara al cliente.

Los servicios medidos durante el año son:

- Negocio Comex
- DAR
- Medios de Pago
- SAC
- SAE
- SSJJ
- Francés Net Cash
- Impuestos
- Leasing Post Venta
- Mantenimiento y limpieza de Sucursales
- Servicio Técnico de Medios automáticos
- Segmento Individuos (Premium/Premium World y Classic)
- Coordinación Empresas/Precios
- Desarrollo de Medios de Pago (Tarjetas)
- Gestión Comercial de Medios de Pagos y Cuentas
- HelpDesk
- Normas
- Admisión de Riesgo Minorista
- Admisión de Riesgos Mayorista
- PLD
- Cobertura de vacantes (RRHH)
- Promotor de Seguros

A partir de los resultados obtenidos, identificamos los gaps de mejora sobre los cuales cada una de las áreas desarrollo planes específicos con seguimiento trimestral por parte del área de Calidad y objetivos de mejora.

Como parte de la evolución natural del cuadro de mando, este año incorporamos nuevas métricas, involucrando a las Gerencias participantes en los resultados y en el seguimiento de los distintos desvíos.

Recomendación de Clientes ⁽¹⁾	2016	2015	2014
NPS (Net Promoter Score o índice de recomendación neta)	27%	38%	40%
% Promotores (9 y 10)	42%	50%	51%
% Neutros (7 y 8)	43%	38%	38%
% Detractores (0 a 6)	15%	12%	11%

(1) Fuente: Encuesta de Satisfacción de Clientes – Estudio Sindicado de Bancos 2016, Consultora Knack Argentina S.A.

Encuesta de Satisfacción - Indicadores clásicos ⁽¹⁾	2016	2015	2014
Nivel de Satisfacción general del Banco (sobre 10 puntos)	8,3	8,5	8,5

(1) Encuesta de Satisfacción de Clientes, del Estudio Sindicado de Bancos 2016, realizado por la Consultora Knack Argentina S.A.

Mejora de la experiencia del cliente

En el 2016 incorporamos a nuestra red de sucursales minoristas NPS 2.0, una herramienta digital que nos permite realizar encuestas por correo electrónico a todos los clientes que realizan transacciones en nuestras oficinas minoristas, ya sea en la línea de cajas, en la plataforma comercial o en el lobby de dispositivos automáticos. Esta metodología nos permite un mayor volumen de encuestas en forma mensual y además poder cerrar el ciclo con aquellos clientes detractores que nos dan su consentimiento para ser contactados.

Como novedades del modelo de First Contact Resolution (FCR) se eliminaron los topes para el subtipo Pago Erróneo y se actualizó el monto para Promociones.

Tiempos de espera (en minutos) ⁽¹⁾	2016	2015	2014
Tiempo real de espera - Cartera General	26,36	31,16	27,20
Tiempo real de espera - Clientes VIP	7,17	8,07	7,38

(1) Fuente de información: Encoladores sucursales.

Gobierno de la Calidad

Este año continuamos trabajando en la agenda del Comité Estratégico y del Comité Operativo de Calidad con periodicidad mensual, estableciendo así el calendario Governance, donde especificamos la periodicidad de los Comités y la dinámica de trabajo de cada uno de los foros.

A través de los distintos foros, se llevan adelante los temas de agenda más relevantes con impacto en el cliente, trabajando en distintos planes de acción y poniendo foco en los desvíos y mejoras.

Cultura de la Calidad


Como en años anteriores, en el 2016 llevamos a cabo 29 talleres de calidad, de los cuales participaron 496 personas en forma presencial tanto de Áreas Centrales como de la Red de Sucursales. Este año visitamos las ciudades de Rosario, Mendoza, Mar del Plata, Córdoba y San Miguel de Tucumán, acercando al interior estas experiencias vivenciales tan valoradas.

Además, como parte de la evolución en la formación de temas relacionados con la calidad de atención y servicio al cliente, lanzamos el nuevo curso on-line "Calidad de Servicio". Un total de 699 empleados completaron su formación a distancia.


Como en otras oportunidades, participamos del 100% de las jornadas de formación de los Ejecutivos Premium y Premium Word presentando métricas de evolución y contenidos relacionados con el segmento.

Gestión de Calidad también estuvo presente en las jornadas de inducción a cajeros, nuevos ingresos, programa de jóvenes profesionales, pasantes y Plan de Formación de Gerentes. En 2016 rediseñamos los contenidos de Calidad con el objetivo de que los ingresantes conozcan los estándares de calidad de Atención y Servicio que brindamos a nuestros clientes, para que tengan la mejor experiencia.

Como parte del Plan + Calidad, durante el 2016 desarrollamos Campañas de Calidad diseñadas a partir del análisis y de los gaps de mejora identificados en las mediciones de IReNe Interno e IReNe de Sucursales. Las campañas se dividieron según el público en tres: Campañas dirigidas a todo el Banco, a las Áreas Centrales y a las Áreas Centrales Clave, de acuerdo al resultado del análisis de los indicadores que manejamos.


Las campañas lanzadas durante el 2016

- ▶ **Tiempos de Respuesta**
(campaña transversal para todo el Banco)
- ▶ **Atención Telefónica**
(campaña para Servicios Centrales)
- ▶ **Resolución de Reclamos y Consultas**
(campaña para servicios clave)
- ▶ **Celebra los logros**
(campaña transversal para todo el Banco)



Difusión y Comunicación

En 2016 continuamos trabajando los ejes del Plan de Calidad, de manera estructurada, poniendo en valor las líneas de trabajo desarrolladas dentro de cada eje. Este año, además, evolucionamos en el diseño del sitio de Calidad, adaptamos su estructura de contenidos, navegabilidad y actualizamos en forma periódica la información que se brinda a través de la herramienta.

Estas mejoras realizadas en el sitio web nos han permitido recibir 17.065 visitas durante el 2016.

Gestión de la No Calidad

A partir de la detección de eventos de calidad que puedan tener impacto directo en los clientes, hemos implementado realizar un informe detallado de los acontecimientos de la semana. El mismo es preparado por el área de Calidad del Banco.

Este informe es presentado por el Director de Desarrollo del Negocio y Banca Digital al Comité de Dirección para su información, análisis y toma de decisiones en caso de ser necesario.

Modelo de gestión de reclamos

Las funciones de Responsable de Atención al Usuario de Servicios Financieros continúan en el área de Atención a Clientes, perteneciente a la Gerencia de Calidad. Bajo su responsabilidad queda 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.

Enfocados en realizar una grata experiencia para nuestros clientes, el Modelo de Gestión de Reclamos incorporó un nuevo canal de atención denominado "Célula de Atención On-line" dentro del área Servicio Atención al cliente. Su principal función es atender todas las consultas de clientes y usuarios que ingresan por formulario electrónico por la web pública y privada.

Además continuamos manteniendo contacto a través de la casilla de correo prevención-calidad.group@bbva.com. Las áreas responsables deben informar a la Gerencia de Calidad y Experiencia de Cliente todas las novedades relacionadas con nuevas publicidades, productos o modificaciones que se realicen a productos y servicios existentes, de acuerdo con las disposiciones establecidas en la Sección 2 de la Comunicación A5460 a todos los puntos de atención. En caso de existir observaciones relacionadas con los puntos anteriores Calidad debe informarlas.

Durante 2016 continuamos optimizando el funcionamiento del Centro de Soluciones de Línea Francés, haciendo foco en :

- Nuevas facultades para la vinculación de productos a paquetes
- Aumento de facultades de montos para las diferentes escalas de aprobación

Asimismo el 37% de los reclamos fue resuelto bajo el circuito First Contact Resolution, mientras que el 22% se resolvió de forma on-line dentro de las primeras 24hs.

El 37% de los reclamos fue resuelto bajo el circuito First Contact Resolution, mientras que el 22% se resolvió de forma online dentro de las primeras 24hs.

Indicadores de gestión de reclamos ⁽¹⁾	2016	2015	2014
Cantidad de Reclamaciones registradas (total año)	178.332	156.982	184.475
Tiempos Medios de Resolución de reclamaciones (días) ⁽²⁾	6,5	4,8	4,6

(1) Fuente de información: Informe de Calidad de Post Venta del mes de diciembre 2016.

(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

Con el objetivo 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.

Durante el 2016 el foco en el cliente siguió siendo la directiva principal que define la estrategia, y dentro de la misma la experiencia de cada uno con el BBVA Francés, incluyendo todos nuestros canales de atención y comercialización.

En este marco de la gestión integral de los negocios, hacia fin de este año se distribuyeron las sucursales en una nueva estructura de territorios mejor balanceada con un Gerente Territorial único como referente por zona. A su vez se establecieron responsabilidades transversales en figuras específicas para temáticas como Empresas, Minorista y Servicing.

La sinergia entre los negocios de CIB, Empresas y Minoristas sigue formando parte de los objetivos conjuntos.

Empresas

En el primer trimestre de 2016, se culminó con el proceso de Segmentación de Clientes, que en primer lugar tuvo como objetivo distribuir la atención por especialización: Agro, Instituciones y Empresas; y en segundo lugar por volumen del negocio de las mismas.

Esto focalizó la especialización vertical y horizontal de los oficiales, garantizando así la atención a todos los clientes toda vez que se contempló el nivel de atención requerido por cada tipo de cliente y los diferentes tipos de oficiales.

El impulso otorgado al Centro de Atención Telefónico de Empresas, CATE, resultó un complemento para la gestión brindando asesoramiento especializado. El mismo responde consultas, pedidos y reclamos diversos relacionados con la operatoria integral de los clientes. Ejemplos de ellos son comercios adheridos, cheques, comprobantes, detalle de movimientos, préstamos, comprobantes de operaciones o resúmenes de cuentas y tarjetas.

El servicio del Centro de Atención Telefónico de Empresas (CATE) facilita

▶ La dedicación de los Oficiales a temas comerciales.

▶ Mejor atención a clientes en Consultas, Pedidos y Reclamos.

▶ Generación de estadísticas para mejorar la calidad de atención, y ampliación del servicio a quienes no lo utilizan.



Los Oficiales en Sucursales también pueden analizar y realizar un seguimiento de la evolución de los contactos realizados por sus clientes a través del CATE, permitiendo una gestión integral.

Un aspecto a destacar es el ahorro de papel aportado por el circuito de envío a través de CATE, que ante una solicitud de reimpresión de resúmenes o comprobantes, se adjuntan vía mail.

Es un servicio muy valorado por los Oficiales obteniendo 7 puntos de valoración promedio en una escala del 1 al 10 en una encuesta interna realizada en tal sentido.

Este servicio también promueve el uso del resto de los canales automáticos que siguen evolucionando sus funcionalidades para que los clientes puedan resolver sus problemáticas sin necesidad de trasladarse a una sucursal.

Durante el año 2016, se mejoró el set de información por carteras y clientes, y se incorporaron semáforos y alertas que permiten simplificar la gestión de los clientes como:

- Débito directo para prevenir sobre mermas en el volumen operado y aportar a saldos vista dinero inmovilizado.
- Fatca/CRS para alertar a la RED sobre aquellos casos que requieran regularizar documentación y evitar multas de Entes Reguladores.
- Semáforo de Facturación para evitar caídas por información desfasada, en el otorgamiento de límites para acceder a productos crediticios.
- Vencimiento de Calificación permitiendo la gestión anticipada de las mismas.

PyMEs

Para 2016, se planificó 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. De acuerdo a lo previsto luego de los cambios en la estructura de atención de este segmento de clientes, damos a conocer los principales cambios:

- 1) Estructurales:** Durante 2016, 28 ejecutivos que estaban radicados en 19 sucursales minoristas pasaron a la estructura de la Sucursal Empresas y 8 Ejecutivos Pivot radicados en Córdoba, Rosario, Mar del Plata y Mendoza cambiaron su dependencia desde la antigua figura de Gerente Comercial a Gerente de la Sucursal Empresas de la respectiva plaza.
- 2) Gestión del Segmento:** Corresponde a Personas Jurídicas con facturación de hasta \$25MM y las personas físicas que demanden una asistencia crediticia específica. Las personas jurídicas y físicas que superan ese límite, y las instituciones distintas a centros de salud y establecimientos educativos, que segmentan también por facturación, son gestionadas en el ámbito de empresas.

Premium

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



Durante 2016 se incorporaron 8 ejecutivos Premium World y 3 Ejecutivos Premium. Asimismo se inauguraron 6 Espacios Premium en el año: Galerías Pacífico (C.A.B.A), Cabildo, Vicente López, Rosario, Paseo del Siglo (Rosario) y Olivos.

Encoladores

Hemos incorporado encoladores en 16 nuevas sucursales, alcanzando un total de 73 sucursales con el dispositivo.

Además hemos avanzado en las siguientes funcionalidades:

- 1) Identificación total de clientes:** Tanto nuestros clientes y no clientes que concurran a la sucursal son identificados y priorizados en su atención según el área de negocio a la cual pertenecen.
- 2) Nueva transacción de segmentación de clientes CIB/ Pymes y empresas:** Incorporamos la funcionalidad que permite, a las áreas de negocios, informar al encolador segmentación de sus mejores clientes para que sean priorizados en la atención de cajas.

3) Nueva transacción que permite a los gerentes priorizar clientes on-line: Le otorga al gerente la herramienta para priorizar en línea a clientes independientemente del área de negocio al cual pertenecen.

4) Plan de expansión: Nos permite medir los tiempos reales de espera de nuestros clientes en sucursales, como fuente de información para abordar puntos críticos y plantear mejoras que incrementen la productividad de atención.

Herramienta “Escenarios Comerciales” (EE.CC)

En Escenarios Comerciales avanzamos este año en las siguientes novedades que vinculan tanto multicanalidad como productividad:

- **Permitir a los gestores que administran carteras de clientes poder identificar a los mismos a partir de filtros. Por ejemplo a Clientes que no son digitales.**
- **Identificación/Alerta de Francés GO y E-resumen por cliente permitiendo asesorar a quienes no se encuentran adheridos al servicio comentando los beneficios del mismo.**
- **Hemos realizado mejoras en la gestión de la información de Plazos Fijos .**
- **Avanzamos en el sistema de alertas para identificar clientes cuya documentación no se encuentre completa en el Banco.**
- **Efectuamos mejoras en la gestión y vinculación de los clientes a la digitalización para garantizarles su acceso a Francés Net y Francés Net Móvil.**
- **Continuamos realizando la actualización en la información de visualizaciones de préstamos y tarjetas.**

Herramienta sistémica operativa

Este sistema fue pensado para obtener los arqueos diarios y mensuales operativos en forma online, los cuales (a la fecha) se realizan vía libro de actas. Esta nueva herramienta agiliza y optimiza los tiempos operativos que se efectúan manualmente.

Comenzó a instalarse a mediados de 2015 en algunas de las sucursales como prueba piloto para poder efectuar los ajustes correspondientes y, en 2016 se continuó el proyecto, finalizando diciembre con 6 de sus 10 variables automatizadas. Se dará fin a la implementación de la herramienta en el primer trimestre de 2017.

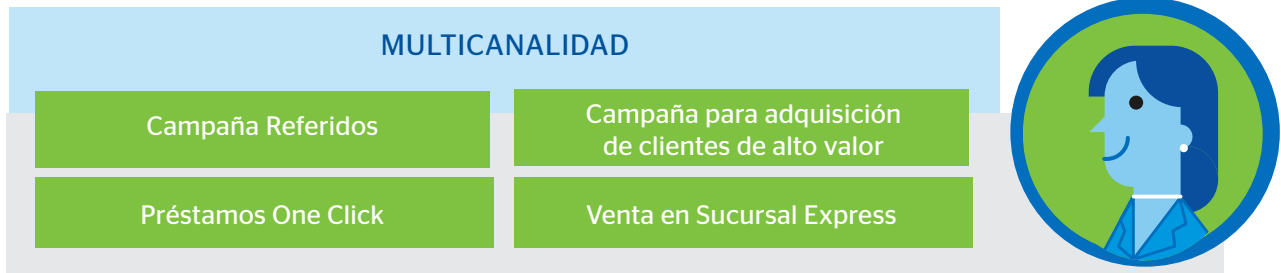
Desde su implementación, se generan semáforos diarios, los cuales indican las tareas pendientes por efectuar con su correspondiente fecha de vencimiento; estas tareas son monitoreadas online por el Gerente de la sucursal y por las DARES, quienes son los responsables de efectuar los controles que la herramienta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

Esta herramienta brindará nuevos beneficios a partir de su uso, tales como:

- **Impulso y generación de valor del servicing.**
- **Mejorar la experiencia del cliente a través de un mejor servicio.**
- **Metodología unificada de gestión operativa.**
- **Desarrollar herramientas de gestión que permitan agilizar procesos operativos para tomar decisiones adecuadas.**
- **Evolucionar un modelo de incentiviación previsible, transparente y confiable.**

Multicanalidad

Estos son algunos de los aspectos vinculados a la multicanalidad en que hemos trabajado durante 2016:



Campaña Referidos: Este proceso permite a un grupo de clientes, referenciar potenciales clientes mediante un proceso digital que incluye la calificación en línea de tarjetas de crédito y paquetes, en nuestra plataforma mobile y Francés Net.

Campaña para adquisición de clientes de alto valor: Comienza el contacto mediante un llamado y termina la venta en la RED.

Préstamos One Click: Consiste en ofrecer, asesorar y derivar desde la Red, a clientes calificado en préstamo personal, para que lo liquide virtualmente de manera ágil, fácil y con acreditación inmediata, sin necesidad de acercarse a una sucursal.

Venta en Sucursal Express: Uno de nuestros colaboradores se acerca a los clientes y usuarios de los medios automáticos con una tablet y realiza una oferta comercial en el momento. Para este procedimiento se desarrolló un aplicativo diseñado acorde al dispositivo y dinámica de la venta. Con unos pocos datos del cliente, se puede tener una oferta comercial online que puede concretarse en ese momento en un puesto de esa misma sucursal.

Productividad

Contamos con un Comité de Productividad del que participan mensualmente directores y gerentes, con el objetivo de realizar un seguimiento al dicho indicador y la evolución de los planes de mejora.

Durante 2016 se analizaron los siguientes puntos:

- maduración de nuestros recursos comerciales
- avances del modelo de empresas, hasta su implementación
- evolución de planes como + P, incremento de tarjetas de Alto Valor en nuestra FUVEX, por ej. análisis de las campañas de Referidos o Mercado Abierto

Avances del modelo de seguimiento de la productividad comercial:

a) Modelo Minorista

Durante 2016 incorporamos al índice la venta de tarjetas adicionales. De esta manera se alinea la parte más significativa de la actividad comercial de nuestros vendedores con el modelo de productividad, recogiendo ventas de: Paquetes, Tarjetas Titulares y Adicionales, Préstamos Personales y Seguros.

Este año hemos formalizado, en un indicador simple, la medición de la actividad de nuestros comerciales. El mismo valora con mayor peso la colocación de productos con mejores beneficios para el cliente (por ejemplo, mejores límites en tarjetas) y también más rentables.

Actualmente los productos incluidos en el modelo se alinean fuertemente (arriba del 75%) con el modelo de incentiviación.

b) Modelo Empresas

En 2016 desarrollamos el nuevo modelo de Productividad de Empresas. El mismo abarca los principales aspectos de la actividad de nuestros oficiales de empresas, tomando por una lado la venta, medida en un índice de actividad (conformado por casi el 100% de los productos del segmento) y por la gestión de carteras, medida por un índice de evolución de cartera.

Para 2017 esperamos tener en forma automática dichos índices, para poder medir la productividad por oficial, sucursal, región y generar planes de acción.

Plan "+P": El plan incluye un seguimiento de las tareas de los oficiales, con el fin de ayudarlos a mejorar su gestión, complementándose con cursos de capacitación. El objetivo final del plan es, mediante distintas herramientas, ayudar al oficial a mejorar su productividad.

Modelo de Incentivación

Se afianzó la comunicación con los Canales de venta para garantizar un mejor entendimiento del modelo y de las novedades que impactan en los mismos.

Los principales cambios del modelo durante este año fueron los siguientes:

- **Mayor paso de los conceptos trimestrales asociados a la gestión.**
- **Escala de consecución que premia el sobrecumplimiento.**
- **Se comenzaron a medir nuevos conceptos como ser el de Índice de Relación y el de Adquisición VIP, con el objetivo de generar una visión de desarrollo de cartera de clientes.**
- **Aperturas en la medición de seguros de automotor y el resto de los seguros.**
- **En el último trimestre se diseñó un esquema innovador, en la cual la campaña de adquisición de clientes (ORO) potencia y valoriza la gestión multicanal, a través del cómputo de medición para todos los canales que intervengan en la gestión de la venta.**

Durante el 2016 reformulamos el esquema de incentivación, a través de una competencia trimestral + un premio anual como nuevos impulsos en objetivos más estratégicos. Todos estos cambios tuvieron como objetivo enfocarnos en la gestión directa de nuestros comerciales en el corto plazo.

Canales de atención

Banca Electrónica

Continuamos consolidando como la herramienta fundamental de la Banca Minorista.



Atención en sucursales

Seguimos contando con llamadores de caja y Francés Express operativos en la totalidad de las sucursales.



Cajeros automáticos, dispositivos y nuevas tecnologías

Durante 2016 realizamos 134 recambios de QDB (Quick Deposit Box) por TAS/ATS (Automatic Selfservice Transaction - Terminales de autoservicio), lo que implica pasar de depósito en sobre a depósitos on-line con reconocimiento de billetes. En cuanto a funcionalidades se implementó el pago de tarjeta Visa en ATM con reconocimiento de billetes.



Banca por Internet

En nuestro proceso de transformación digital, primero llegó el rediseño de la web pública con una imagen más atractiva y fácil de navegar. Posteriormente, se renovó el homebanking, la web transaccional, con un nuevo diseño, más moderno y simple para optimizar la usabilidad del sitio y así ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes. La última incorporación a Francés Net fueron las transferencias programadas.



Terminales de autoservicio (ATS)

Estas terminales permiten la realización de depósitos en efectivo, depósito de cheques y pagos de tarjetas de crédito sin la utilización de sobres, con acreditación en el momento. Esto permite aliviar las tareas de procesamiento posteriores, liberación, logrando una mayor capacidad operativa y brindando una mayor disponibilidad del lobby.



Accesibilidad en las sucursales

Durante el 2016 remodelamos 5 sucursales individuales y 2 sucursales empresa y se realizó la apertura de una sucursal en la planta de la empresa ACINDAR.

Además realizamos siete sectores diferenciados Premium. Con estas intervenciones restan intervenir 74 sucursales para completar la remodelación total de la banca, para lo cual se está desarrollando un plan de acción.

Banca Digital

Realizamos implementaciones que permiten desarrollar y monitorear la estrategia de marketing digital. Implementamos una encuesta on-line de calidad, que nos permite tener un monitoreo constante de los procesos críticos.

Ampliamos la cantidad de ofertas disponibles mediante la incorporación de ofertas de segundos, terceros préstamos y Préstamos Renovadores. Mejoramos la oferta en el canal, haciéndola más atractiva en precio a la oferta presencial, con el objetivo de potenciar la venta. También la posibilidad de precancelar préstamos vigentes. Implementamos el proceso de contratación de préstamos personales en mobile.

Además este año hemos optimizado el proceso de evaluación cuando ofrecemos tarjetas de crédito a no clientes y contratación digital, con foco en la experiencia de las personas.

- Mejoramos la oferta integrando al alta de la tarjeta una caja de ahorro bonificada de por vida, lo que hace más eficiente la relación del cliente con el banco.
- Mejoramos y optimizamos el proceso de fulfillment.
- Ampliación del vínculo con partners permitiendo la solicitud de tarjetas de crédito en un proceso digital de los principales cobrandings: Boca, River, Talleres y LATAM Pass.

En nuestro canal mobile incorporamos nuevas funcionalidades que permiten contar en el móvil con prácticamente casi todas las existentes en Francés Net.

- Pago de Tarjeta.
- Pagos de servicios.
- Recarga de Celular.
- Compra Venta Moneda extranjera.
- Consulta y envío de CBU.



Porcentaje de operaciones que se realizan por canales automáticos, por tipo de transacción	2016	2015	2014
Depósito de efectivo	74,90%	75,39%	76,17%
Depósito de cheque	85,27%	84,63%	82,63%
Retiro de efectivo	92,62%	92,64%	94,92%

Volumen de transacciones realizadas por canal	2016	2015	2014
Cajeros Automáticos	73.775.371	72.230.241	71.902.039
Francés Autoservicio	15.135.884	14.227.676	13.964.553
Francés Móvil	91.734.904	48.361.941	21.221.969
Francés Inversiones	940.440	536.658	857.025
Francés Net	358.731.711	281.837.374	247.669.828
Línea Francés	8.494.208	7.229.542	7.174.780
Francés net cash	7.667.084	10.076.285	9.752.586

Consultas realizadas a través de canales tecnológicos	2016		2015		2014	
	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones
Fnet Individuos	326.000.819	32.730.892	254.350.161	27.487.213	221.963.177	196.976.097
ATM's	25.056.961	48.718.410	25.692.345	46.537.896	26.190.939	25.247.854
Francés Autoservicio	1.945.464	13.190.420	2.089.106	12.138.570	2.431.094	2.925.630
Línea Francés	7.973.894	520.314	6.609.190	620.352	6.596.327	7.973.882
Francés Móvil	89.647.230	2.087.674	47.128.404	1.233.537	20.522.255	4.626.470
Francés Inversiones	811.363	129.077	444.285	92.373	740.340	812.068
Francés net cash	7.097.174	569.910	9.378.243	698.042	9.134.981	8.801.517

Beneficios para clientes

Continuamos con la acumulación de Kilómetros con Tarjetas de Crédito. En el 2016 debido a la fusión en entre LAN y TAM se cambió el nombre del programa de fidelización a LATAM Pass. Cada vez son más las distintas acciones promocionales que realizamos a lo largo del año para nuestros clientes adheridos. Por ejemplo: importantes descuentos en el canje de pasajes con KMS, promociones exclusivas para el canje de productos en el Catálogo LATAM Pass, Venta de KMS con descuentos de hasta 50% off, entre otras.

Asimismo generamos la campaña "LATAM Pass Comercios" para captar la acreditación de los cupones de tarjetas de crédito incrementando la reciprocidad comercial.

BBVA Francés y el Club Atlético Talleres de Córdoba, aliados estratégicos, presentaron en marzo del 2016 la Tarjeta Talleres, nueva tarjeta de crédito Visa asociada a un amplio programa de beneficios para clientes, socios e hinchas del club. El propósito de esta nueva alianza del BBVA Francés es tener presencia en Córdoba de la mano de uno de los clubes más populares de la provincia e impulsar el desarrollo del mundo transaccional. Todos los socios e hinchas de Talleres pueden solicitar su tarjeta en nuestras sucursales, en la sede de socios del club o autogestionarla en forma digital desde el sitio web de Tarjeta Talleres.

Desde julio de 2016 se renovó el acuerdo con el Club Atlético Boca Juniors y el Club Atlético River Plate, continuando con los beneficios para hinchas y socios de ambos clubes que soliciten Tarjeta Xeneize y Tarjeta River. Está renovación permitió a los clientes/socios seguir disfrutando de beneficios exclusivos como descuento en cuotas sociales y compra de abonos; y experiencias únicas, como visitar un entrenamiento, ganar plateas, sacarse una foto dentro de la cancha, jugar en los estadios, patear desde mitad de cancha, entre otros beneficios. Desde el mes de agosto en los Centros de Atención a Socios de River y Boca, los hinchas y socios pueden solicitar las tarjetas de su club o autogestionarla desde los sitios de las tarjetas.

Del mismo modo, continuamos con el programa de beneficios de Tarjeta Peugeot, sumando a los beneficios de descuentos en concesionarios y mundo Peugeot, experiencias únicas que solo puedes disfrutar si sacas tu Tarjeta Peugeot, (Ejemplo: Verano en Cariló, Argentina Open, STC2000, Dakar, Roland Garros, entre otros). También incrementamos beneficios y experiencias tanto para clientes como para no clientes generando contenidos para la aplicación de FrancésGo.

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 efectivo mediante depósito en cuenta. Se sortearon premios por un total de \$150.000: 1 premio de \$50.000, 2 premios de \$20.000, 2 premios de \$10.000 y 8 premios de \$5.000.

Seguridad y protección al cliente

Un renovado Cyber Trust Program (evolución del anterior Plan Director de Seguridad Informática) actualiza y expande proyectos de despliegue de tecnologías y mejoras en procesos de seguridad, robusteciendo aún más la implantación de herramientas de administración de seguridad, de protección de datos y de control y prevención de fraude informático. Virus Tolerancia Cero, Monitoreo y Control de



Malware, Virtualización de Herramientas de FO de Fraude, Segregación de Funciones y Explotación de Seguridad, son ejemplos de proyectos implementados en el marco del CTP. Se ha incluido también la actualización y automatización de numerosos procesos internos del área, con el objetivo de optimizar la gestión de estos temas.

Continuamos desarrollando tanto la arquitectura e infraestructura tecnológica en su conjunto como la arquitectura e 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 arquitectura e infraestructura de soporte y de las redes de comunicación, la ampliación de esquemas de virtualización de equipos, el desarrollo de componentes de seguridad estandarizados y homologados, 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.

Una vez más realizamos con total éxito la jornada de conferencias en el marco del Día de la Seguridad en la Información, punto culminante de toda la actividad de formación y concientización realizada a lo largo del año.

Este año incorporamos nuevas actividades de refuerzo al 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 proveedores externos. A las actuales evaluaciones de aspectos de confidencialidad de datos compartidos con proveedores, continuidad de procesos críticos y control sobre el cumplimiento de acuerdos de nivel de servicio, entre otros, se les incorporó la formalización de cuestionarios y dictámenes elaborados por las áreas de especialistas intervinientes en la materia.

Desde las áreas de Seguridad, Riesgos, Fraude, Arquitectura y Tecnología, se continúa participando 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.

Todo lo desarrollado bajo el apartado Seguridad y Protección al Cliente, con especial mención al Cyber Trust Program, y a los despliegues de Infraestructura de Seguridad, corresponde a planes transversales de soporte a toda la operatoria del Banco, sin realizar discriminaciones específicas por productos o servicios puntuales, sino apuntando a garantizar un suficiente esquema de protección de activos informáticos para toda la Entidad, incluyendo en esto la información y datos de todos los Clientes.

Transparencia en la 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, web, 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. Si esto no fuera suficiente, también contamos con distintas vías de contacto para solicitar más información y, así, poder tomar decisiones con plena confianza en nuestros productos y servicios.

En 2016 la campaña más importante de BBVA Francés ha sido "FrancésGo". Justamente esta herramienta y su campaña en medios masivos y digitales se destacan por la transparencia y simplicidad, ya que el cliente a través de la herramienta "FrancésGo" accede desde su celular al detalle de las promociones de BBVA Francés con toda la claridad que le da el mapa con la geolocalización, las sucursales, las condiciones y las vigencias de cada promoción. 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.



Asimismo desarrollamos la campaña para nuestra alianza LATAM Pass y sus "revuelos", donde comunicamos el canje de KM para viajar por la línea aérea LATAM, quedando explícito cuál es la cantidad de KM que está ahorrando el cliente de forma clara y simple.

También y en relación con nuestra responsabilidad con la Comunidad, se han realizado aportes a pautas y avisos para colegios colaborando de este modo con la comunidad educativa.

El CFTNA (Costo Financiero Tasa Nominal Anual) se aplicó en todas las piezas publicitarias de forma clara y grande; ya que se muestra en un tamaño 5 veces más grande que la tipografía en la cual se establece el número de cuotas.

Durante 2016 hemos implementado un nuevo servicio: las Fichas TCR, donde se explican de forma Transparente, Clara y Responsable (sigla TCR), 34 productos comercializados por el banco. Todas ellas se encuentran publicadas en Google Site de TCR-Argentina, pudiendo ingresar también desde el Entorno Colaborativo, Nuestro Banco, TCR (ARG). De allí cualquier empleado puede imprimirlas y entregarlas a nuestros clientes.

Durante 2016, no hemos recibido multas significativas ni sanciones no monetarias por incumplir la normativa relativa a las comunicaciones de marketing, como publicidad y promoción.

Apoyo a PyMES

La inclusión financiera es uno de los aspectos más relevantes en la responsabilidad corporativa de una entidad financiera. Por eso, 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), Ministerio de Economía, Ministerio de Industria, entre otras.

En 2016, realizamos 23 capacitaciones de comercio exterior para PyMEs, con la participación de 1.033 asistentes. Las jornadas incluyeron talleres de actualización normativa, de instrumentos de cobro y pago en comercio exterior y además de reuniones con disertantes que expusieron sobre actualidad económica, política, entre otros temas.

Las capacitaciones fueron realizadas en distintos puntos del país, incluyendo la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Santa Fe, San Juan, Salta y Neuquén. Han sido organizadas en conjunto con diversas entidades: Cámara de Comercio Exterior de San Rafael, Cámara de Comercio de Córdoba, IDEA, entre otras.

Asimismo se realizaron 11 capacitaciones para el segmento AGRO, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en localidades del interior de provincia de Buenos Aires, Santa Fe, Mendoza y San Luis.



Stock de financiamiento a PyMEs	2016	2015	2014
En millones de pesos	12.703	9.896	6.514

Préstamos a Empresas con Líneas de Financiamiento Especial (en miles de pesos)	2016		2015		2014	
	Operaciones realizadas	Total liquidado	Operaciones realizadas	Total liquidado	Operaciones realizadas	Total liquidado
FONDEFIN	6	6,9	-	-	-	-
Calidad San Juan	8	6	4	3.000	10	3.500
Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) PESOS - Proyectos de inversión	84	346,2	2	32.000	1	10.000
SGR	21	33.800	26	38.000	18	31.884
INYM Misiones	6	35.200	3	23.500	-	-

Nota: Los totales liquidados reportados en el presente informe corresponden a operaciones con fecha alta año fiscal 2016.

EQUIPO

Para BBVA Francés las personas marcan la diferencia. El equipo de trabajo es esencial para el desarrollo del negocio, brindando igualdad de oportunidades, sin discriminación y respetando la libertad de asociación, para generar un clima de trabajo favorable para el desarrollo de nuestros empleados. En BBVA Francés queremos que el talento de nuestros colaboradores pueda desarrollarse en todo su potencial.

			2016	2015	2014
	Hombres	Mujeres	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Cantidad de empleados ⁽¹⁾	3.401	2.852	6.253	5.784	5.437
Por categoría					
% Comité de Dirección y Directores corporativos	0,19%	0,02%	0,21%	0,24%	0,26%
% Equipo directivo	0,70%	0,18%	0,88%	1,02%	0,97%
% Mandos medios	6,97%	2,89%	9,87%	11,03%	11,77%
% Especialistas	15,34%	9,96%	25,30%	22,77%	21,41%
% Fuerza ventas	16,79%	15,16%	31,95%	33,13%	33,29%
% Puestos base	14,39%	17,40%	31,79%	31,81%	32,30%
Por edad					
Edad promedio hombres	41		41	42	42
Edad promedio mujeres		37	37	37	37
Menores de 25 años	1,90%	2,02%	3,92%	3,95%	3,77%
De 25 a 45 años	32,94%	34,91%	67,86%	68,27%	69,06%
Más de 45 años	19,54%	8,68%	28,23%	27,78%	27,17%
Por región					
Áreas Centrales	1.771	1.387	2.852	2.807	2.551
Sucursales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires	848	883	1.731	1.668	1.611
Sucursales del interior	782	582	1.364	1.309	1.275
Por tipo de contrato					
Contratos plazo fijo	3	2	5	6	50
Efectivos	3.398	2.850	6.248	5.778	5.387
Por jornada laboral					
Parcial	201	382	583	495	379
Completa	3.200	2.470	5.670	5.289	5.058
Otros indicadores					
Antigüedad promedio	13,9	10,7	12,5	12,7	12,8
Número de altas de empleados	421	239	660	525	307
Rango entre el salario inicial y SMVM			2,63	2,64	2,62

Índice de Rotación	2016	2015	2014
Índice de rotación total	5,73%	3,94%	4,63%
Rotación no deseada total	2,32%	2,01%	1,71%
Por género			
Mujeres	5,79%	1,61%	2,15%
Hombres	5,67%	2,33%	2,48%
Por edad			
Menores de 30 años	2,45%	1,18%	1,25%
Entre 30 y 50 años	2,25%	2,26%	2,50%
Mayores de 50 años	1,02%	0,50%	0,88%
Por región			
Áreas Centrales	3,29%	1,68%	2,92%
Sucursales de la CABA y Pcia. Buenos Aires	1,49%	1,19%	0,90%
Sucursales del interior	0,94%	1,07%	0,81%



Nuevas Contrataciones	2016	2015	2014
	660	525	307
Por edad			
Menores a 30 años	52,73%	60,95%	45,93%
Entre 30 y 50 años	41,67%	37,33%	51,47%
Mayores de 50 años	5,61%	1,71%	2,61%
Por género			
Mujeres	36,21%	1,71%	2,61%
Hombres	63,79%	56,76%	59,28%
Por región			
AACC (Áreas Centrales)	463	342	219
Sucursales de la CABA y Pcia. Buenos Aires	119	91	36
Sucursales del Interior	78	92	52
Nuevas contrataciones que dejaron de trabajar en el año	31	15	21

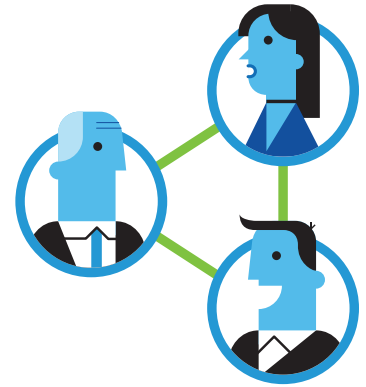
Diversidad e igualdad de oportunidades

Iniciativas desarrolladas en el marco la diversidad de género e igualdad:

- Cobertura de las licencias por maternidad tanto en Áreas Centrales como en la red.
- Programa NFT- Teletrabajo en especial para de maternidad.
- 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).
- Continuamos con la ampliación de la licencia por paternidad a 10 días.
- Inclusión en las ternas de búsquedas internas (Apúntate) de al menos una mujer.
- Inclusión en las ternas de selección externas de al menos una mujer en igualdad de condiciones.



Indicadores de Diversidad	2016	2015	2014
Por diversidad laboral			
% Empleados hombres	54%	53%	54%
% Empleados mujeres	46%	47%	46%
Otros indicadores			
Mujeres en cargos gerenciales	12	11	9
Empleados con capacidades especiales	12	10	9
Casos de discriminación detectados	-	-	-



Empleados por segmento	2016		2015	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Comité de Dirección/ Ejecutivo+Gerente	82,35%	17,65%	87,95%	12,05%
Mandos Medios	70,66%	29,34%	71,63%	28,37%
Especialistas	60,62%	39,38%	57,56%	42,44%
Fuerza de Ventas	52,55%	47,45%	52,82%	47,18%
Puestos Base	45,27%	54,73%	43,64%	56,36%
Empleados por edad				
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menores de 25 años	1,90%	2,02%	46,49%	53,51%
De 25 a 45 años	32,94%	34,91%	47,20%	52,80%
Más de 45 años	19,54%	8,68%	69,82%	30,18%

Selección, desarrollo y formación

El proceso de selección de los nuevos empleados continúa rigiéndose por la igualdad de oportunidades, la no discriminación de los candidatos, la profesionalidad de los intervinientes y la objetividad y confidencialidad en los procesos de selección.

Nuestras ofertas de empleo sólo contienen requisitos acordes con el criterio de idoneidad para cada puesto y prestamos especial atención a la redacción de los avisos de búsqueda de personal con el fin de lograr que sean inclusivos y reforzar la igualdad de oportunidades de los trabajadores en el acceso al empleo.

Selección corporativa

Sumergidos en el proyecto de transformación de BBVA Francés y guiados por nuestro propósito, "Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era", el área de Adquisición del Talento tiene su fundamento dirigido a una de las prioridades estratégicas: "dotarnos del mejor equipo"; lograr la confirmación de un equipo de primer nivel, trabajando como equipo único.

Para ello a lo largo del 2016, BBVA Francés se afianzó aún más como marca empleadora a través del impulso de los siguientes proyectos:

• Programa de pasantías - #Primeros pasos BBVA.

En BBVA Francés, los futuros profesionales importan y tienen su lugar. "Todo lo grande inició con algo simple", bajo esa filosofía, se lanzó un nuevo Programa de Pasantías destinado a incentivar la inserción laboral y a conformar un grupo de futuros profesionales que puedan desarrollarse en la Red de Sucursales. El Programa representa una experiencia formativa con acompañamiento profesional y para ello se llevaron adelante dos ediciones de este programa en las que se incorporaron un total de 18 pasantes, los que cuentan con Tutores (que son sus gerentes de sucursal) y con el apoyo de un Gestor de Talento y Cultura, para acompañarlos en su proceso de aprendizaje. La convocatoria se realizó a través de redes sociales y por difusión interna de las universidades

Vos podés elegir como dar tus primeros pasos

#PrimerosPasosBBVA

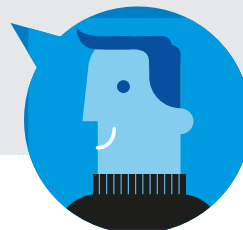


“Este proyecto es un paso adelante en BBVA Francés. Me parece importante que alguien que ingresa al Banco tenga una visión global de las tareas de la sucursal, y también considero muy positivo que la compañía apueste por las personas jóvenes. Generará más profesionales de excelencia para las sucursales”.

Gabriela Pettigrosso, Gerente de la Sucursal Catalinas y tutora de uno de los jóvenes pasantes.

“Me parece un hito. La convocatoria que tuvo demuestra que era algo esperado por los jóvenes. Si ésta es una nueva vía para incorporar personas al Banco, lo festejo”.

Diego Arévalo, quien ingresó como Cajero hace 17 años y hoy es Gerente de la Sucursal Palermo, y tutor de otro de los jóvenes.



participantes del acuerdo: Universidad de Buenos Aires (UBA), Universidad Católica Argentina (UCA) y Universidad Argentina de la Empresa (UADE).

Una vez seleccionados, los jóvenes recibieron capacitación que incluyó dinámicas de integración, charlas con profesionales experimentados de la compañía y nociones de servicio al cliente, entre otros temas.

• Programa de Jóvenes Profesionales - #Impulso BBVA.

Como otra iniciativa que busca crear el mejor equipo, se implementó el nuevo programa de Talento Joven, que incorporó a 10 jóvenes profesionales con habilidades digitales y con alta potencialidad de crecimiento. En agosto, BBVA Francés lanzó esta convocatoria a través de los más importantes portales de empleo, redes sociales y universidades. En un proceso que se destacó por su agilidad, incorporamos nuevos talentos a nuestras Área Centrales con el firme objetivo de desarrollar jóvenes con alto potencial para que a futuro estén en condiciones de asumir posiciones estratégicas y de liderazgo.



Muchas y mutuas son las ventajas de este tipo de iniciativas, entre las cuales se pueden mencionar por ejemplo el aportar a la organización valor en áreas estratégicas con objetivos digitales y de transformación, así como también para los candidatos representa un acelerador de su curva de desarrollo dado el aprendizaje que adquieren en las diferentes áreas de rotación, la participación en programas de formación de primer nivel y el acompañamiento y guía por parte de los mejores profesionales de la compañía.

En referencia al proceso de selección, el mismo estuvo guiado por la consigna de buscar perfiles alineados con las prioridades estratégicas que el Banco impulsa y con miradas innovadoras dirigidas hacia el mundo digital. Los ingresantes atravesaron un riguroso proceso de selección, el cual contempló instancias de evaluación virtual y presencial en donde pudieron desplegar todas sus capacidades. El programa tiene una duración de 18 meses y brinda a los jóvenes formación técnica específica y garantiza rotación por diferentes áreas dentro de una misma Dirección.

Dentro del trabajo realizado con los equipos internos destacamos las charlas informativas sobre el programa, las reuniones de armado de los itinerarios formativos, las capacitaciones para los jefes concurrentes a las instancias de Assessment Center de selección y el taller orientativo para Tutores.

• Programa de Formación para el Primer Empleo.

En 2016 lanzamos, en alianza estratégica con la Subsecretaría de Trabajo, Industria y Comercio, el Banco Galicia, el Banco Santander Río y en colaboración con la Universidad Católica Argentina, el Programa de Formación para Primer Empleo “Cajeros Comerciales”.

Creemos que la educación y la formación son herramientas fundamentales para mejorar la empleabilidad de las personas y la productividad de las empresas, favoreciendo la inclusión social. Uno de los objetivos de dicha alianza fue, no sólo facilitar la empleabilidad de los estudiante universita-



rios y promover la formación, ayudándolos a efectuar mejores presentaciones en el mercado laboral, sino también mejorar la calidad del empleo.

Nuestro equipo de Talento y Cultura participó de manera activa en cada una de las instancias en donde se evaluaron las diferentes candidaturas para conformar el cupo del curso. El ciclo fue totalmente gratuito y se desarrolló en las instalaciones de la Escuela de Negocios de la Sede UCA Puerto Madero, desde el 18 de abril y por espacio de 20 días sumando así un total de 80 horas cátedra. Cien estudiantes de carreras económicas y afines y de diversas universidades, tuvieron la oportunidad de incorporar habilidades y conocimientos que les permitirán aumentar las chances de conseguir su primer empleo.

Nuestro proceso continuo de mejora, este año abarcó además los siguientes temas:

- Avanzamos hacia un modelo integral de selección anticipada para los puestos de la Red. El proceso se lleva a delante a través de la técnica de Assessment Center, donde incorporamos en un mismo pool todos los puestos iniciales que requieren nuestras Sucursales, apuntando fuertemente a un perfil comercial. Las posiciones incluidas en el modelo son las de Oficiales de Banca de Individuos, Greeter, Cajero, Front y Front-Caja. Se trata del ingreso masivo y anticipado, con la finalidad de efectuar cobertura de las posiciones vacantes que surgen por la dinámica del negocio, por ejemplo, el desarrollo de los recursos internos hacia posiciones de mayor expertise en el ámbito de Capital Federal y GBA. Los ingresantes son seleccionados con técnicas que incluyen dinámicas de presentación y actividades grupales e individuales, en donde se busca que los candidatos tengan la oportunidad de demostrar todas sus capacidades. Una vez seleccionados, son formados y entrenados en las habilidades y conocimientos necesarios, quedando disponibles de manera inmediata para sumarse a los equipos de trabajo de las sucursales. Este nuevo programa brinda mayor velocidad y solidez al proceso de selección permitiendo proveer a las sucursales en forma más ágil de colaboradores ya entrenados en la función.
- Dados los excelentes resultados obtenidos con la modalidad de selección basada en Assessment Center, la seguimos implementando para los puestos de Asesores Comerciales, Asesores Telefónicos y Telemarketers. Con participación de las áreas y coordinación por parte de Adquisición del Talento, se proponen actividades en donde se desafían a los participantes con consignas en donde deben analizar, coordinar, resolver y exponer en conjunto. Se realizan ejercicios de presentación, así como también dinámicas grupales que proponen diversas y variadas consignas a los participantes. Esta modalidad agiliza los tiempos de ingreso, haciendo el espacio más productivo con la participación de todos los sectores intervinientes en el proceso, así como también permite instancias de puesta en común entre el área especialista y el sector requirente, lo cual enriquece la toma de decisiones.
- Incorporamos la prueba de inglés en todas las evaluaciones corporativas disponibles en nuestra aplicación Evaluate.
- Este año hicimos de nuestras redes sociales, Facebook, LinkedIn y Twitter, el más importante canal de comunicación y difusión. Superamos los 110.000 fans en Facebook y seguimos siendo el único banco de la Argentina con un canal exclusivo en las redes sociales. Sumamos frecuencia en la publicación de los contenidos que compartimos en nuestra comunidad, trabajamos sobre temas relevantes para el mundo del empleo, manteniendo así actualizados a nuestros seguidores con las nuevas tendencias y las novedades de nuestra compañía. Además les acercamos las búsquedas más destacadas y este año sumamos las campañas de comunicación del Programa de Pasantías y de Jóvenes Profesionales. En ambos casos elaboramos especialmente, mensajes e imágenes dirigidas para cada público, destacando las oportunidades de cada programa y el perfil solicitado. Así también moderamos todas las consultas que se sucedían entre nuestros fans.
- Continuamos avanzando con el plan de incorporación a plantilla BBVA Francés de recursos tercerizados en diversos sectores. Los mismos cumplimentan las instancias del proceso de trámites de ingreso y documentación, al igual que los candidatos externos.
- Seguimos coordinando proyectos en equipo con el área corporativa de Talent Acquisition y las distintas geografías en donde tiene presencia el Banco, a través de video conferencias mensuales y otros espacios específicos que son convocados para darle seguimiento a los temas en común. Se han tratado durante 2016 los siguientes proyectos en agenda:



- Revisión completa del Modelo de Selección y de las herramientas de Adquisición del Talento: a ejecutarse en 2017 y 2018.
- Proceso de On Boarding (México): Jornada global en noviembre con el objetivo de mejorar la experiencia del ingresante, con objetivos de implementación en 2017.
- Estrategias de atracción de Talento.
- Estrategia en Redes Sociales.
- Desarrollo de pruebas específicas en Evaluate: Inglés.

Plan de atracción de talentos

Seguimos una cuidadosa estrategia de publicación de búsquedas tanto en medios propios, como en los portales y las ferias de empleo de mayor prestigio y alcance.

Portal virtual de empleo BBVA y otros portales de empleo: “BBVA en la nube”.

El Portal Virtual de Empleo es la principal vía de comunicación para conocer las ofertas laborales de BBVA Francés. El mismo se encuentra disponible a través de la página web del banco, y contiene toda clase de información de interés para los postulantes.

En este portal abierto a la comunidad, ponemos al alcance de los interesados, nuestra propuesta de valor integral: quiénes somos, a qué nos dedicamos, qué ofrecemos, a quiénes buscamos, así como también, todas las ofertas de empleo que tenemos disponibles para que los candidatos puedan optar por la mejor forma de construir su futuro, a nivel local e internacional.

Se trata de un sitio ágil para la navegación y de fácil acceso desde dispositivos móviles. En complemento con el Portal BBVA Francés, se replican las búsquedas en los más destacados portales de empleo de Argentina, Bumeran y Zona Jobs, potenciando aún más el alcance.

Redes sociales: “BBVA donde vos estás”.

En BBVA Francés creemos que el mundo digital debe ser el nuevo lente con el que interpretar la realidad. Así es como nuestros esfuerzos por decodificar el nuevo lenguaje, se dirigen fundamentalmente a generar conexiones significativas con los líderes del futuro; las nuevas generaciones del presente, para quienes lo digital supone un contexto natural. Desde estas instancias iniciales de reclutamiento y selección, nos proponemos comenzar a nutrir el vínculo con ellos.

Así nace nuestro proceso de “atracción digital”. Estamos presentes en los principales medios, que estas nuevas generaciones tienen para comunicarse. Desde allí, se generan comunidades de intercambio entre los usuarios y el Banco. Desde el 2011 contamos con presencia en las Redes Sociales, destacando especialmente “BBVA Francés-Selección”, una fanpage en Facebook exclusiva de selección, que hoy cuenta con más de 110.000 seguidores. Gracias a este sitio, nos convertimos en el único Banco del sistema financiero argentino, con un canal propio de selección, independiente de la página de negocio. Participamos también en Twitter y LinkedIn, la mayor y más reconocida red social dedicada al mundo del empleo. Desde allí los usuarios pueden seguir las búsquedas más destacadas, informarse sobre los eventos de empleo en los que participa BBVA Francés y estar a la vanguardia, conociendo las principales tendencias sobre el mundo del empleo. Además, desde allí, los profesionales tienen la posibilidad de acceder al Portal Virtual de Empleo BBVA. Con un fuerte compromiso social, el Banco además acompaña en estos espacios a sus fans, asesorándolos en la construcción de su perfil y marca personal (CV), brindando recomendaciones para procesos de entrevistas y poniendo a su alcance artículos de innovación en temas de selección.

Desde el 2011 contamos con presencia en las Redes Sociales, destacando especialmente “BBVA Francés-Selección”, una fanpage en Facebook exclusiva de selección, que hoy cuenta con más de 110.000 seguidores. Participamos también en Twitter y LinkedIn, la mayor y más reconocida red social dedicada al mundo del empleo.



Por último y como es habitual, seguimos reforzando nuestro vínculo con las universidades, asistiendo a las más importantes ferias de empleo presenciales (WorkTec Cs. Económicas y Universidad y Empleo, Universidad de Morón, UCEMA, UDESA, U. de La Plata, U. de Palermo, UCA, Empleo Joven, UADE y U de Lomas) y virtuales (Expobumeran y Expo Zona Jobs).

Evaluaciones de candidatos

Buscamos incorporar el mejor talento, con flexibilidad y que rápidamente logren amalgamarse en el equipo, para alcanzar resultados con agilidad y eficiencia.

Nuestro Proceso de Selección dispone de dos metodologías:

- La evaluación virtual se realiza a través de la herramienta "E-Value", que consiste en una batería de pruebas, basadas en diferentes modalidades de valoración de competencias que proporciona información acerca del grado en el que las personas manifiestan el conjunto de habilidades y características de comportamientos, requeridas para el puesto vacante. Para la aplicación de estas pruebas se establece una situación de partida no real, pero posible, que permite evaluar su comportamiento, habilidades o aptitudes. La evaluación virtual "E-Value", se complementa con instancias de entrevista grupal y/o individual para profundizar en los intereses, objetivos y cualidades de la persona y conocerla más integralmente.
- Para la cobertura de puestos masivos, se implementa la modalidad de Assessment Center, esta dinámica prevé ejercicios de presentación y dinámicas grupales que proponen diversos desafíos a los participantes. Esta técnica es complementada con una entrevista personal para profundizar aspectos individuales y las aspiraciones de los candidatos preseleccionados

También observamos requerimientos externos en la selección, como por ejemplo el Control de Terroristas, según reglamentación del Banco Central de la República Argentina, así como también queremos destacar que 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.

Desarrollo y formación

Modelo de valoración por competencias.

Al igual que años anteriores, se efectuó la medición del proceso de catalogación y proyección de los colaboradores. El mismo permite que los jefes realicen una valoración global de la actuación de cada profesional atendiendo a las funciones actuales y posibilidades de crecimiento futuras.

Las valoraciones son dos calificaciones independientes entre sí:

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

La cultura BBVA defiende la diferenciación y el reconocimiento del mérito y esta herramienta brinda una nueva oportunidad para ello. En 2016 el 95% de la plantilla ha sido evaluada.

Pool de Talento

La selección se realiza en forma bianual permitiendo detectar, mediante una selección técnica, el Colectivo Talento existente entre la dotación. Los 3 segmentos del Pool son:

Segmentos
del Pool

Junior: 252 empleados

Senior: 173 empleados

Directivos: 6 empleados

El objetivo de esta selección es hacer foco en el desarrollo de estas personas realizando acciones especiales de gestión diferenciada relacionadas con formación, promoción, participación en programas de Coaching, Mentoring, Giras, Desayunos con Directores, etc.

Mentoring

Durante este año, 182 colaboradores han participado del proceso. Cuando el empleado finaliza el programa de inducción, se asigna al empleado (mentee), un Mentor que lo acompaña durante tres meses para familiarizarlo con la organización y su cultura y a superar los retos iniciales de la incorporación. Facilitando así una integración rápida y efectiva. Los mentores orientan y guían basados en propias vivencias, proveen soporte, contención e incluso, en ciertos casos, impulsa la carrera del tutelado.

Hoy BBVA Francés cuenta con 206 mentores voluntarios y reciben una capacitación previa, para el ejercicio de su rol.

El programa presenta una duración pre- establecida de un período de 3 meses siempre que sea posible, pero finaliza cuando el Mentor considera que se han alcanzado los objetivos. Una vez concluido el proceso, Mentor y Mentee, realizan una evaluación del programa, a través de una encuesta de satisfacción que se envía por mail. Las opiniones relevadas, son consideradas posteriormente como referencia para introducir mejoras.

Coaching

En el 2016 continuamos con el coaching para empleados del segmento Talento, Personal clave o recién promovidos a puestos de líderes. Los profesionales con mayor potencial de crecimiento tienen a su disposición herramientas internas de coaching, con el fin de desplegar al máximo el talento y las capacidades tanto a nivel profesional como personal.

Los procesos de coaching son liderados por un coach certificado, interno o externo.

A diferencia de años anteriores, los coach que ejercieron el coaching fueron todos empleados certificados con la Escuela Europea de Coaching. En BBVA Francés teníamos 3 coach certificados de la Dirección de RRHH que venían ejerciendo el rol pero en el 2015 se formaron 12 coach más de las Direcciones de RRHH, Comercial, Desarrollo del Negocio, Riesgos y Sistemas. Pasaron por proceso de coaching 15 empleados en el año.

Apúntate

Continúa vigente el sistema de búsquedas internas "Apúntate", un aplicativo que facilita a los empleados BBVA Francés gestionar su carrera profesional, aprovechando las oportunidades de desarrollo que se presentan. Favorece la transparencia y agilidad del proceso y permite priorizar la cobertura de perfiles necesarios recurriendo al personal interno.

Pueden participar en los procesos de selección interna los empleados de BBVA Francés que tengan un contrato fijo y una antigüedad mínima en el Banco de dos años, y haber desempeñado, por el mismo lapso, la función/puesto actual.

Esta herramienta hace más eficiente y transparente la gestión del proceso de coberturas internas, brindando a los empleados el acceso a postularse a determinadas búsquedas y también a conocer el estado de sus postulaciones. Además, permite publicar vacantes actuales y diferidas, esto implica que las actuales son para las coberturas del momento y con las diferidas se generan bolsas de trabajo. Así, a medida que van surgiendo vacantes genuinas de los puestos elegidos, se van cubriendo con los empleados seleccionados de dicha bolsa.

Las bolsas de trabajo tienen una vigencia de un año. En ese período, los empleados seleccionados en ellas participan de itinerarios de formación que les permiten estar preparados para cubrir las posiciones una vez que se habilitan las vacantes. Este año se publicaron 31 bolsas para la cobertura de posiciones comerciales en la red de sucursales, y resultaron seleccionados 23 postulantes.

A partir de agosto, se comenzó a emitir por mail un newsletter, en forma quincenal, que anuncia integralmente cuales son las búsquedas publicadas en ese momento. Con un simple click sobre la postal se accede a la herramienta Apúntate para poder consultar detalles sobre las oportunidades vigentes. A partir de la emisión del newsletter se triplicó la cantidad de postulaciones por búsqueda.

En 2016 se publicaron 182 búsquedas inmediatas, a las que se postularon 1.958 empleados y se cubrieron 120 vacantes.

El sistema "Apúntate" es global, es decir que todos los empleados de los diferentes países donde opera BBVA pueden visualizar las oportunidades disponibles. Todos los países están exceptuados de publicar globalmente posiciones base, cuyos ocupantes provienen del mercado laboral externo.

Plan de presentación de candidatos

El mayor capital con el que cuenta BBVA Francés son sus empleados. En este sentido, su propósito es garantizarles una experiencia diferencial, generando así embajadores naturales del Banco. Una forma de ponerlo en práctica es a través de los referidos. Se trata de un dispositivo interno de presentación de candidatos, que permite a los colaboradores, de cualquier rol y jerarquía, recomendar a aquellas personas de su entorno familiar o social, que cuenten con las aptitudes para el puesto vacante de acuerdo a su perfil profesional, universitario y su potencial alineamiento a los valores y cultura corporativa.

El programa pone a disposición un aplicativo, que permite conectar el CV ya ingresado en el Campus de empleo por el postulante, con la referencia del colaborador. A su vez, quien propuso al candidato, tiene la posibilidad de realizar un seguimiento de la evolución del proceso de selección de su referido, con el Área de Selección.

Formación y Capacitación

El modelo formativo denominado "CAMPUS BBVA" está fuertemente apalancado en el uso intensivo de la tecnología. Todos nuestros empleados tienen la posibilidad de acceder a cursos tanto presenciales como virtuales para especializarse y actualizarse.

El canal e-learning es el principal vehículo de formación y contiene un gran catálogo de contenidos con más de 1.966 cursos. Además los colaboradores cuentan con acceso a 283 títulos de Moocs (Massive Open Online Course) y Watch & Learn (180 videos y 196 materiales). Hay 102 itinerarios formativos de los cuales 83% son transversales. Este catálogo de contenidos se encuentra clasificado en las siguientes categorías:

CAMPUS BBVA



Este portal permite fomentar la cultura global con cursos desarrollados corporativamente y algunos específicos desarrollados de manera local. Toda la oferta e-learning refuerza y potencia los conocimientos de las personas. Además, hay una amplia gama de cursos que potencian habilidades y competencias. Cada persona puede acceder más allá del cargo que posee en la organización. De esta manera también promovemos el autodesarrollo.

Herramienta Skills

Se continuo trabajando con el modelo de valoración por competencias, el cual es bianual, ágil, sencillo, flexible y orientado hacia el autodesarrollo, denominado "Skills".

El modelo trabajó la segmentación de la plantilla en 4 colectivos: Funciones Base, Mandos Base y Técnicos, Jefes y Especialistas Sr y Managers. Cada colectivo fue evaluado en habilidades y estilos de liderazgo, este último si correspondía con su función.

Programas de management

En 2016, dentro del marco de la transformación cultural del Banco, se reemplazó el Programa de Liderazgo Positivo por dos ediciones del Programa "Liderazgo, Conflicto y Coraje" en el IAE Business School. Este programa busca la transformación a partir de afrontar los desafíos personales y grupales implicados en el ejercicio del liderazgo.

Su foco está puesto en lograr un crecimiento importante en la comprensión de las propias capacidades y limitaciones a través del conocimiento de los sistemas y la complejidad de su entorno. En este nuevo programa han participado 68 colaboradores alcanzando un total de 2.640 hs de capacitación.

Además de la formación en el IAE, se creó el curso de Gestión de Equipos orientado a Jefes de Gestión Administrativa y Cajeros Principales. Participaron 120 colaboradores completando 1.920 hs de formación. El curso desarrolla temas como Liderazgo, Feedback y Convivencia generacional.

Durante el 2016, 16 de nuestros colaboradores han continuado su capacitación en España en los siguientes programas:

Programa corporativo de dirección	Programa de liderazgo basado en valores	Programa corporativo de liderazgo	Transaction Banking course
-----------------------------------	---	-----------------------------------	----------------------------

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

	Personas	Horas
Talleres de actualización de RRHH (Innovación , Gestión de Proyectos, Cultura, etc)	199	796

En BBVA Francés se promueven distintos espacios de diálogo entre jefe y colaborador, porque el feedback es considerado una excelente herramienta de desarrollo. Formalmente, se incentivan dos instancias de feedback anuales con cada colaborador.

La entrevista de feedback del desempeño es parte del proceso para alinear los esfuerzos individuales y de los equipos con los del negocio, lo que será determinante en la obtención de las metas y el desarrollo de los colaboradores.

Este taller apunta a que los participantes:

- Revisen los fundamentos del feedback y las creencias habituales asociadas al mismo.
- Expandan su capacidad para brindar devoluciones.

	Personas	Horas
Taller de feedback	176	1.400

Segmento Talento

Durante el 2016 continuamos ofreciendo la oferta formativa para este segmento, a través de la Escuela de Negocio de la UCA que cuenta con un alto prestigio reconocido. El Programa de Desarrollo Profesional Management Estratégico para talentos se desarrolló en dos etapas.

Una primera etapa on-line desde la plataforma de la UCA donde pudieron capacitarse en temas relacionados al rol de los mandos medios, administración del tiempo, equipos de trabajos multi-generacionales, comunicación e innovación.



La segunda etapa del programa consistió en clases presenciales en las instalaciones de la Universidad. Allí los 38 empleados que participaron, se capacitaron en temas como contexto macroeconómico, plan estratégico, indicadores bancarios, presentaciones efectivas, evaluación de riesgo de crédito, relación con el cliente interno y externo, el trabajo en equipo y coaching.

Política de Becas y Postgrados

Continuamos con el programa de becas para estudios de posgrado en carreras afines al negocio bancario y a las inquietudes profesionales de los candidatos dentro del Banco. La convocatoria se realiza en octubre del año anterior, y todos los colaboradores que cumplan con los requisitos de estudios se pueden presentar y acceder a un beneficio económico, que equivale al 50% del programa y/o a un préstamo personal con una tasa del 50% respecto de la vigente. Es necesario que el colaborador que lo solicite posea 2 años de antigüedad como empleado, una muy buena ponderación en las evaluaciones de la actuación anual y que el posgrado/ master/MBA elegido sea acorde al negocio. Durante 2016 se otorgaron 13 ayudas económicas y 10 préstamos personales de estas características.



Continuamos y ampliamos la oferta de Universidades con descuentos especiales a los que han accedido 89 empleados.

- En Buenos Aires con ESEADE, ITBA, UADE, SXXI, UCES, San Andrés, UB, UMSA.
- En el interior con la Universidad Nacional de Córdoba y en Santa Fe con la UCA sede Rosario.

Cuando los requerimientos de formación son técnicos y puntuales, se solicita formación externa. A este tipo de formación acceden fundamentalmente empleados de Áreas Centrales como Sistemas y Operaciones, Riesgos, Publicidad, Servicios Jurídicos, Cumplimiento Normativo, Auditoría, Impuestos y Seguros. Desde Formación, como área especialista, se brinda el asesoramiento necesario para la selección del programa y contenidos, así como también la recomendación de la Escuela de Negocios o Institución donde se dictarán las actividades.

Escuela Negocio - Cliente

El puesto de Gerente de Sucursal implica un número importante de nombramientos y promociones anuales. Por esto iniciamos en 2016 una nueva edición del Plan de Desarrollo de gerentes de sucursales, previo proceso de búsqueda interna, al cual se postularon 176 candidatos. Durante el proceso de selección se realizan pruebas abiertas y transparentes, bajo la modalidad de Assessment Center, con participación de los Gerentes Territoriales, Gerentes Comerciales de la Dirección Comercial y el equipo de Gestión de Talento y Cultura, todos ellos trabajan colegiadamente en la selección final. Se seleccionaron y formaron a 36 colaboradores por 3.960 hs, que serán los futuros gerentes de sucursales del Banco, en todo el país.

Luego, entre marzo y mayo de 2016, se desarrolló el Programa para la certificación de futuros Gerentes de sucursales, en el que participaron los 40 colaboradores de la red de distintas provincias del país, que habían sido seleccionados.

En esta nueva edición del programa se incorporó como cierre de la cursada un simulador de negocio, con el que los participantes trabajaron durante dos días para integrar todos los contenidos y situarse en el rol de Gerente.

El objetivo fue desarrollar en los empleados una visión global e integrada de la sucursal, a través de ítems como:

- Lograr habilidades de análisis de escenarios/ testeo de estrategias y capacidad de anticipación.
- Gestionar la complejidad de una sucursal aprendiendo a desarrollar una óptima ecuación entre la rentabilidad, el crecimiento y los riesgos del negocio, la gestión de clientes, de personas, compliance y las relaciones con casa matriz.
- Entender el efecto que tienen los cambios regulatorios del sistema financiero, así como las estrategias globales del Banco y su impacto en la gestión de las sucursales.
- Adquirir capacidad de análisis en términos de estrategia global y de largo plazo del Banco, aprovechando al máximo las oportunidades locales de la plaza.
- Reforzar habilidades en la toma de decisiones, el trabajo en equipo, el manejo del cambio y la generación de opciones creativas.

También hemos realizado el Programa de Gestión Estratégico, Negociación y Transformación Digital para el puesto Ejecutivos Premium, al que asistieron 89 ejecutivos de BBVA Francés. Se desarrolló en la Escuela de Negocios de la UCA durante 2136 horas.

Inglés

Dentro de la oferta formativa, contamos con una escuela de idiomas con talleres presenciales y personalizados por nivel para los empleados que poseen el idioma como competencia crítica para el puesto de trabajo.

	Personas	Horas
Clases de Inglés Presenciales	144	5.739

Cada año se realizan campañas para incentivar la formación a través del portal de Idiomas on-line Language Center. Este año participaron 288 empleados, alcanzando así 2.960 horas de capacitación.

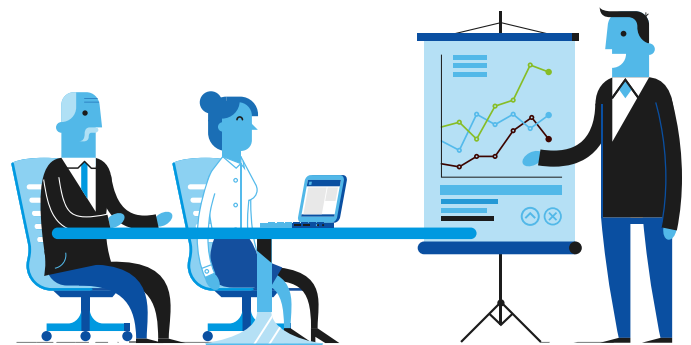
El acceso es universal para todos los empleados que estén interesados en aprender, mejorar, perfeccionar el idioma inglés, de forma simple y planificando el propio ritmo de estudio. El único requisito previo es la realización de una prueba de nivel. Además, se puede acceder al portal desde cualquier lugar y en el momento que la persona lo desee.

También brindamos 1.378,5 horas de inglés técnico para 37 colaboradores de áreas que requieren comprender informes y documentos específicos de su trabajo en éste idioma.

Durante el 2016 hemos invertido **\$26.042.635** en capacitación.



Promedio de horas de formación al año por empleado por categoría	2016	2015
Equipo Directivo	3	1
Especialistas	30	22
Fuerza de ventas	29	25
Mandos medios	43	22
Puestos base	36	26
Gerentes	32	24



Cantidad de horas de formación 2016			
Por género y modalidad	Hombres	Mujeres	Total
Horas de formación			
Presencial	52.276	38.461	90.737
E-learning	58.541	47.754	106.295
Total	110.817	86.215	197.032
Porcentaje de horas de formación			
Presencial	58	42	100
E-learning	55	45	100

Evaluación de actuación

Como todos los años, en BBVA Francés utilizamos una herramienta para recompensar el esfuerzo y el aporte de los colaboradores en la consecución de nuestros objetivos. Para el año 2016 se han enriquecido los criterios para la evaluación individual de la actuación, con el fin de incorporar variables vinculadas con las metas a Nivel Grupo, Área y SubÁrea del evaluado, en línea con las prioridades estratégicas del Grupo BBVA a nivel global.

Este enfoque favorece la transparencia en los procesos de compensación, asegurando un criterio claro y uniforme para valorizar el aporte de cada empleado para conseguir metas tanto las individuales como las de toda nuestra organización.

Al finalizar el ejercicio, cada responsable de sector evaluará a sus colaboradores en función de los resultados globales e individuales obtenidos. Entre los indicadores a tener en cuenta podemos identificar:

- Desempeño global, local y del área del colaborador
- Calidad de atención al cliente
- Objetivos tácticos de gestión
- Contribución al clima organizacional
- Otros objetivos

Evaluación de la Actuación - Resultados 2015*

Escala de evaluación	Hombres	Mujeres	Total
Actuaciones extraordinarias y prácticamente irrepetibles	2,74%	1,98%	4,71%
Sobresale de las expectativas en todos los ámbitos y su aportación es excepcional	10,17%	7,82%	17,99%
Cumple por encima de lo esperado y aporta soluciones	21,79%	19,51%	41,30%
Cumple por encima de los objetivos	12,74%	12,15%	24,88%
Cumple parcialmente	3,04%	2,69%	5,73%
No cumple	0,24%	0,27%	0,51%
Total evaluado	50,7%	44,4%	95,1%
Sin evaluación	2,77%	2,11%	4,88%
Total de la nómina	53,47%	46,51%	100%

*Datos publicados corresponden al 2015, toda vez que los datos 2016 no se encuentran disponibles al cierre de esta publicación debido a que la evaluación se realiza luego de finalizado el año.

Evaluación de la Actuación*

Apertura por categoría profesional	Porcentaje sobre el total de cada categoría
Comité de Dirección / Comité Ejecutivo	0,24%
Gerentes	1,00%
Mandos Medios	10,96%
Especialistas	22,91%
Fuerza de ventas	32,48%
Puestos base	32,42%
Total	100%
Apertura por género	Porcentaje sobre el total de genero
Hombre	53,47%
Mujer	46,51%
Total	100%



*Datos publicados corresponden al 2015, toda vez que los datos 2016 no se encuentran disponibles al cierre de esta publicación debido a que la evaluación se realiza luego de finalizado el año.

Compensación y remuneración

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.

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

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

Con el objetivo de alinear el incentivo variable con los objetivos estratégicos, el Banco adoptó en 2016 un nuevo modelo de compensación variable de acuerdo con los criterios establecidos por el Grupo BBVA, nuestro accionista principal.

Este nuevo modelo, alcanza a los empleados de Áreas Centrales incorporando los siguientes principios fundamentales:

• Transparencia y simplicidad	• Consecución de las prioridades estratégicas	• Reconocer que somos un único banco	• Diálogo continuo sobre el desempeño
-------------------------------	---	--------------------------------------	---------------------------------------

Asimismo, mantenemos un sistema de liquidación y pago de la gratificación variable anual para cierto colectivo de ejecutivos cuyas actividades profesionales tienen impacto material en el perfil de riesgo del Banco.

Los ejecutivos incluidos en dicho colectivo perciben al menos el 50 por 100 de la gratificación variable anual a cada ejercicio en acciones. El pago, en efectivo como en acciones, se proporciona en 60 por 100 de la gratificación durante el primer trimestre del ejercicio y el 40 por 100 restante diferido a 3 años desde la primera fecha de pago de la gratificación variable.

Sistema de beneficios

Nuestros colaboradores y sus familias son muy importantes para nosotros, por eso les brindamos una serie de beneficios basándonos en tres pilares: el equilibrio entre la vida personal y laboral, el apoyo en momentos importantes y el desarrollo de nuestros colaboradores.

En BBVA Francés, les ofrecemos:

• Sorteo de entradas para espectáculos y eventos de fútbol

En 2016 sorteamos entradas para 13 shows. Se inscribieron 21.106 empleados para participar de los sorteos de entradas para estos espectáculos. Hubo 209 ganadores.

También realizamos sorteos de premios (entradas, experiencias, camisetas y otros) para 7 acciones diferentes donde se inscribieron 16.154 empleados y hubo 186 ganadores.

• Torneos deportivos

Se agregaron más plazas para realizar torneos de Bowling (Bariloche y Comodoro Rivadavia), Torneos de Paddle (En el Club de Empleados BBVA Francés) y Running Teams (Tucumán). Durante 2016 se realizaron 22 actividades en total entre torneos y running teams, se inscribieron 1.345 personas completando 1.517 participaciones.

• Beneficio Hotelopia

Continuamos ofreciendo este beneficio de descuento en hoteles con 209 reservas concretadas en 2016.

• Ajuares:

Continuamos con la entrega de ajuares a los padres o madres que disfrutaron esta nueva etapa en sus vidas.



“El beneficio es excelente, la calidad, la presentación, la cantidad y diversidad de regalos, son impresionantes!!! Mi anterior hijo nació hace 8 años y el beneficio ha crecido muchísimo comparándolos. Sin dudas otro beneficio de los tantos que existen que hacen que este sea una gran lugar para trabajar.”

Diego Alejandro Rovatti

• 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 2016 se entregaron 3.999 kits escolares en todo el país.

Este año además, se incorporó la realización de una campaña con los empleados, que consistió en una colecta y distribución de 315 Kits escolares, donados por colaboradores y el banco a escuelas de bajos recursos vinculadas a través del Programa de Educación Financiera BBVA Francés.



“Solo palabras de agradecimiento, las mochilas 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 que el 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 2016 entregamos 3.706 obsequios. En 2016 se incorporó la realización de una campaña con los empleados, que consistió en una colecta donde se recolectaron 270 juguetes que, sumados a 80 juguetes donados por la empresa, beneficiaron a 350 niños y niñas en una escuela de bajos recursos en Salta. La acción se llevó a cabo en el marco del Día del Niño. La distribución de los juguetes recolectados fue llevada a cabo por la Fundación Sí.

• 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 2016 fue de \$2.850.

• Regalo de Cumpleaños

Este año reemplazamos la elección de opciones de obsequios por experiencias (culinarias, recreativas, aventura, relax, entre otras opciones) que el empleado selecciona y disfruta en el momento que desea. Además continúa vigente gozar de la tarde libre del día de su cumpleaños.





“Excelente iniciativa!!! Creo que todos coincidimos en que existía una oportunidad de mejora de valor en el presente de cumpleaños y confío ahora se va a equiparar con otros beneficios a los que accedemos como empleados de BBVA. Muchas gracias al equipo de RRHH. Un gran abrazo.”

Juan Manuel Biondi.

• Obsequio 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

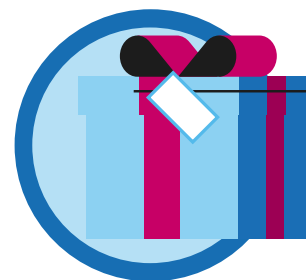
Realizamos un reintegro de los gastos de aquellos empleados que hayan cursado estudios universitarios durante el año anterior. También se ofrece esta ayuda a hijos de empleados de hasta 25 años que se encuentren cursando una carrera universitaria. En 2016, este beneficio alcanzó a 345 colaboradores y a 156 hijos.

• Días de vacaciones

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

• Medicina Prepaga

Tenemos convenios corporativos con cuatro empresas de medicina prepaga, con mejoras diferenciales tanto en los costos de los planes como en la prestación de los servicios.



Clima Laboral

Como todos los años y desde el 2007, realizamos la encuesta de clima laboral Great Place To Work, logrando 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 2016, nos encontramos en 7° posición en el ranking de las mejores empresas para trabajar con más de 1.000 empleados.

Asimismo y de acuerdo a los resultados de la Encuesta de Clima Laboral de 2016, con un 91% de participación, realizamos planes de alcance a todo el Banco, focalizados en tres ejes: imparcialidad, respeto y camaradería.

Además, trabajamos en la ejecución “Talleres de acompañamiento a líderes” en áreas con oportunidades de mejora del clima. Se trató de dispositivos para la mejora del Clima laboral con el propósito de:

- Reflexionar sobre las fortalezas y oportunidades de mejora
- Priorizar focos de acción
- Analizar políticas y prácticas de la organización y de las Mejores Empresas para Trabajar
- Definir un plan de acción

Con los equipos con alto rendimiento en la encuesta de clima del año anterior, se realizó una campaña de valoración con formato de concurso, con el objetivo de compartir al resto de la compañía las mejores prácticas que desarrollaron para lograr un excelente clima laboral entre sus equipos.

Relación sindical

Todos nuestros empleados están incluidos en algún convenio colectivo lo cual evidencia nuestro respeto y valoración de la libertad sindical y 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

Buscamos constantemente estar en contacto con nuestros empleados, de conocer sus necesidades y de mantenerlos informados. Es por eso que desarrollamos diferentes canales de comunicación interna. Entre los canales de diálogo que gestionamos durante 2016 se destacan:

Revista interna “Protagonistas”. Es uno de los medios de comunicación interna desarrollados enfocado en informar, entretener y generar orgullo de pertenencia, para alinear a los colaboradores con la estrategia del banco. A partir del año 2016, y con un fuerte trabajo de planificación durante 2015, se comenzó a implementar la estrategia transmedia de Protagonistas para migrarla totalmente a su nueva versión digital, acompañando la transformación cultural que posiciona a BBVA Francés como una banca digital líder en el mercado. De esta manera, se elaboró una estrategia para que los contenidos se difundan y retroalimenten a través del formato digital con una nueva web, responsiva, Google+, App para móviles, Intranet y mailing.

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. Se mantienen los elementos gráficos como fotogalerías y widgets para jerarquizar la información importante.

Casilla de correo de “Comunicaciones Internas”. 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. Seguimos optimizando 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. En 2016, enviamos 957 mails.

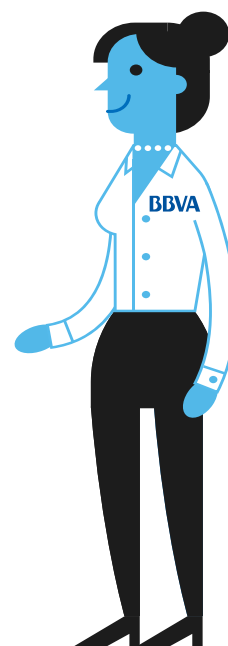
Encuestas online. Desde el área de Comunicación Interna se generan diferentes tipos de encuestas que nos permiten tener feedback sobre eventos, beneficios y diferentes procesos e iniciativas de Talento y Cultura (RR.HH.), siempre con el fin de conocer las opiniones para luego implementar mejoras. Entre 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.

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

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.

“Encuentros BBVA”. Los desayunos son otras de las actividades que se realizan para generar cercanía entre los altos directivos del Banco y los colaboradores. El máximo Ejecutivo a nivel local, uno o varios de los miembros del Comité de Dirección y grupos de ocho empleados tienen la oportunidad de dialogar de manera abierta y transparente sobre los asuntos que resulten de interés para ambas partes. Se realiza un exhaustivo cronograma de Desayunos mensuales. Durante 2016 se realizaron 53 encuentros de los que participaron 579 empleados.



Servicio de Atención al Empleado (SAE)

El SAE se consolidó como el principal canal utilizado por los empleados para realizar todas las consultas en materia de recursos humanos. El total de consultas entrantes por el 2016 fue de 54.484, un 9,5% inferior a lo registrado el año anterior. Durante todo el año se trabajó en la actualización de la base de conocimientos para adecuarla aún más a las necesidades vigentes de nuestros empleados.

Se realizaron contactos proactivos con el segmento "nuevas incorporaciones", mediante entrevistas telefónicas a los empleados que cumplieron seis meses de antigüedad. Estas entrevistas registraron un incremento del 218% con respecto al 2015.

La encuesta mensual de valoración del servicio arrojó un resultado de 3,1 sobre 4 cuantos puntos máximos. El aspecto "trato recibido" fue el mejor valorado dentro del total medido. Asimismo, se realizó la medición IRENE del servicio, sobre un universo de empleados de la red de sucursales. El nivel de recomendación del servicio se ubicó en el 32%, y fue "mantener" la conclusión final a la que arribó la medición.

Línea anónima y confidencial para temas referidos al Código de Conducta: este canal sigue vigente para realizar denuncias de conductas que no respeten nuestro Código de Conducta.

Salud y Seguridad

Para 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, 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 mixto de Salud y Seguridad en la provincia de Santa Fe en conjunto con representantes de la comisión gremial interna. Además cuenta con un Comité de Higiene y Seguridad conformado por el responsable del sector, el jefe de Servicios Generales, el jefe de Mantenimiento, el jefe del Departamento Médico y el Jefe de Seguridad Bancaria.
- Comité de Crisis para afrontar situaciones extraordinarias de riesgo para nuestros empleados. Este se creó a partir de la erupción del Volcán Calbuco.

Salud y Seguridad	2016	2015	2014
Tasa de accidentes	1,14	1,31	1,08
Tasa de enfermedades profesionales	0,08	0,19	0,02
Tasa de absentismo	441,86	512,34	344,56
Tasa de días perdidos	36,41	56,46	33,56
Total accidentes y enfermedades profesionales	111	127	47
Víctimas mortales	0	0	0

Salud y seguridad por género 2016	Mujeres	Hombres
Tasa de accidentes	0,70	0,44
Tasa de enfermedades profesionales	0,07	0,01
Tasa de absentismo	23,41	12,96
Tasa de días perdidos	281,86	160
Total accidentes y enfermedades profesionales	70	41
Víctimas mortales	0	0

Salud y seguridad	Tasa de accidentes	Tasa de enfermedad profesional	Tasa de días perdidos	Tasa de absentismo	Total de accid. y enf. prof.	Víctimas mortales
Áreas Centrales	0,67	0,07	19,57	229,16	67	0
Territorio Buenos Aires	0,02	0,00	0,45	23,89	2	0
Territorio Córdoba	0,01	0,00	0,24	8,06	1	0
Territorio Cuyo	0,01	0,00	0,37	8,24	5	0
Territorio Microcentro Norte	0,02	0,01	0,87	28,19	3	0
Territorio Microcentro Sur	0,07	0,00	3,97	63,36	6	0
Territorio NOA NEA	0,01	0,00	0,31	9,69	1	0
Territorio Noreste	0,05	0,00	3,80	21,21	5	0
Territorio Norte	0,09	0,00	2,73	23,13	8	0
Territorio Patagonia	0,01	0,00	0,53	15,50	1	0
Territorio Rosario Litoral	0,08	0,00	1,64	21,37	7	0
Territorio Sur	0,02	0,00	0,88	17,50	2	0
Territorio Sureste	0,03	0,00	1,06	17,50	3	0

Capacitación y formación en salud y seguridad

Calidad de vida saludable

Durante el 2016, continuamos desarrollando talleres y jornadas con el fin de garantizar la salud y la seguridad de nuestros empleados.

	Jornadas de capacitación	Personal capacitado
Taller de estrés	4	62
Cursos de primeros auxilios	10	87
Talleres de reanimación cardiopulmonar (RCP) y primeros auxilios	6	89
Charlas de Nutrición	3	25

Asimismo la Torre BBVA constará en cada piso con desfibrilador, por lo que se está entrenando al personal en RCP y el uso del desfibrilador. Hasta diciembre 2016 se entrenaron, en 32 ediciones, a 614 asistentes de las direcciones de CIB, Comercial, Desarrollo de Negocio, Financiera y Planeamiento, Relaciones institucionales, Riesgos, Sistemas y operaciones, SSEE y Talento y Cultura.

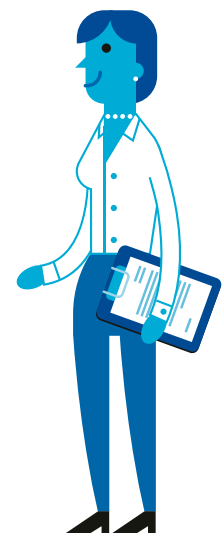
Evacuación y control de incendios

Durante el 2016 la Gerencia de Seguridad, a través de la Subgerencia de Protección Corporativa, realizó dos jornadas de capacitación teórico-práctica de evacuación y control de incendios, para líderes de piso de las que participaron 50 colaboradores.

Capacitación de evacuación y simulacro

Con el fin de permitir a nuestros empleados familiarizarse con los procedimientos de evacuación edilicia, roles, elementos de extinción y otros aspectos de seguridad en el ambiente laboral, realizamos capacitaciones en materia de evacuación y simulacro de acuerdo con el art. 3 de la Ley 1346/04 GCBA.

	Jornadas de capacitación	Personal capacitado
Capacitación del personal obligatoria - Áreas Centrales	22	190
Capacitación del personal obligatoria - Sucursales	165	1327



Capacitación a personal de seguridad

El 100% del personal afectado a las seguridad de nuestros edificios reciben capacitación obligatoria en la que se incluyen temas de respeto por los derechos humanos.

La gerencia de seguridad exige a las empresas proveedoras de este servicio, la capacitación continua respecto del trato y el manejo de la relación con las personas que circulan en nuestras instalaciones.

Simulacros de evacuación.

Complementando el entrenamiento y las capacitaciones dictadas, realizamos simulacros de evacuación en los edificios centrales y sucursales de todo el país. De acuerdo a lo exigido por la Ley 1.346/04, en lo que respecta a los ejercicios de evacuación. Trabajamos enfocados 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	14	178	176
Total Participantes	1958	623	704

Sistemas de control de seguridad

Continuamos desarrollando distintas iniciativas a través de proyectos y sistemas para garantizar la seguridad de quienes forman parte de BBVA Francés.

Durante el 2016 avanzamos con el proyecto "PACOM", sistema de seguridad integrada, para optimizar la protección física y electrónica de inmuebles.

INMUEBLES PROTEGIDOS HASTA 2016	
Sucursales y puntos de venta	200
Banca empresas	21
ATM neutros	98
Edificios corporativos	2

Sistema de seguridad "Faro Corporativo"

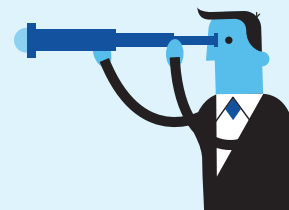
El sistema aporta numerosas funciones y prestaciones, tales como: definir mapas de riesgo, consignar documentos internos y normativos, registros de empresas, eventos de relevancia, histórico de delitos y un inventariado detallado de todos los sistemas de seguridad utilizados en todos los inmuebles del Banco.

Información incorporada durante el ejercicio 2016	Unidades cargadas
Eventos carga datos de Guardias de empresas Seguridad:	132
Eventos carga antisociales, manifestaciones y movilizaciones:	04
Eventos de carga de elementos y dispositivos de seguridad:	0
Eventos carga de puestos y objetivos de seguridad	01
Eventos carga de plantas y zonas:	01
Horas de servicios de empresas seguridad:	115.840.5 *
Eventos carga horas eventuales empresas de Seguridad Privada:	105
Eventos Plan de llamados y Sitio del Comité de Continuidad del Negocio	2
Eventos de baja personal de seguridad privada:	5
Eventos unidades blindadas Tesoro General:	4

*Horas de servicios de empresa seguridad es hasta mes noviembre 2016.

Objetivos para 2017:
incrementar en un 20% los inmuebles con este dispositivo.

Objetivos para 2017: 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 Perú 362, dando resultados altamente positivos.

En ese sentido, el nuevo sistema de control de accesos, ya se encuentra implementado en la nueva sede corporativa "Torre BBVA", y breve serán implementados en los siguientes edificios corporativos Reconquista 199, Reconquista 40 y Venezuela 540, 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.

Objetivos para 2017: 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

Spider 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. Hasta el cierre del ciclo 2015, se ha instalado en CINCO (5) sucursales.

Voluntariado

El objetivo de Voluntarios BBVA es promover y canalizar el espíritu solidario de los que formamos parte de BBVA Francés. El 2016 fue un muy buen año para el programa ya que el nivel de adhesión por parte de los voluntarios creció mucho con respecto al año anterior. Eso demuestra el entusiasmo por compartir los valores de equipo, el compromiso y la solidaridad con la sociedad.

Las acciones pueden ser propuestas por voluntarios, o son proyectos donde nuestros voluntarios tuvieron una participación activa, teniendo la posibilidad de aumentar la integración social e invertir el tiempo y la energía por una buena causa.



	2016	2015
Voluntarios involucrados	405	274
Pesos invertidos	\$1.228.500	\$ 916.000

Seguimos convencidos de que la educación es una de las mejores maneras de lograr la integración social, por eso en 2016 esto siguió siendo el foco del programa. En este sentido, desarrollamos con éxito las siguientes iniciativas:

- **ADELANTE CON TUS SUEÑOS.** Este taller de educación financiera en escuelas primarias 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. En 2016 se desarrolló en la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.



Por su parte, también se llevó a cabo un taller para colegios secundarios, dirigido a jóvenes que cursan entre 3ro y 4to 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. En 2016 realizamos 47 funciones en escuelas primarias y 13 talleres en escuelas secundarias, con la participación de 71 voluntarios.

“Hermosa actividad y muy educativa. Los niños se super entretienen y se divierten mientras aprenden. ¡Felicitaciones! Didáctico y muy útil”.

Daniela Melisa Jorge, Canal Prendario.

“Es muy buena la acción. Los chicos se divierten y comienzan a tener en cuenta al banco como un lugar importante en sus deseos, necesidades y sueños”.

María Laura Corso, Sucursal 14 – San Justo.

• **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 2016, entregamos los premios de los tres ganadores del **Concurso de Proyectos Solidarios 2015:**

- **1er puesto: \$130.000.** “Centro vecinal en Barrio Autopista”. Provincia de Tucumán.
- **2do puesto: \$90.000.** “Un SUM para La Casita de los Ángeles”. Provincia de Buenos Aires.
- **3er puesto: \$60.000.** “Centro Comunitario en la Villa 31 Bis”. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

También lanzamos la quinta edición del concurso contando la presentación de 34 proyectos de Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Entre Ríos, Tucumán, Río Negro, Chaco, Formosa, San Luis y Salta.

Esta edición concluyó el 28 de diciembre con la elección de los tres proyectos ganadores, dos de los cuales fueron presentados por empleados del BBVA Francés:

- **1er puesto: \$190.000.** “Sala de estimulación y consultorio en Fundación Promover” - Gualguaychú, Entre Ríos.
- **2do puesto: \$130.000.** “Un techo para nuestro sueño: ningún niño debe estar en la calle” - Córdoba.
- **3er puesto: \$90.000.** “Consultorios y SUM en Vallecito de la Guadalupe” - San Miguel, GBA.

Asimismo continuamos realizamos las siguientes iniciativas:

- **Página de Intranet:** Los voluntarios pueden consultar la página donde se publican las actualizaciones de las acciones de voluntariado que se llevan adelante.
- **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 2016 reunimos 566 kg, que equivalen aproximadamente a 226.400 tapitas.

También agregamos nuevas acciones en el marco del Voluntariado Corporativo:

- **Acuerdo con Fundación Sí:** Se firmó un convenio anual, renovable, con la Fundación Sí. El convenio comprende la cooperación en acciones de Voluntariado (talleres, donaciones, etc.) Además, se realizó la apertura de una cuenta corriente a nombre de la Fundación Sí para recibir donaciones monetarias en casos de desastres naturales y/o catástrofes. Esa cuenta tiene como único propósito la utilización de esos recursos en las situaciones mencionadas.
- **Campaña “Día del niño”:** Se recolectaron 270 juguetes que, sumados a 80 juguetes donados por la empresa, beneficiaron a 350 niños y niñas en una escuela de bajos recursos en Salta. La acción se llevó a cabo en el marco del Día del Niño. La distribución de los juguetes recolectados fue llevada a cabo por la Fundación Sí.
- **Campaña “Kits Escolares”:** Se realizó la colecta y distribución de 315 Kits Escolares, donados por colaboradores y el banco, a escuelas de bajos recursos vinculadas a través del Programa de Becas de Integración.



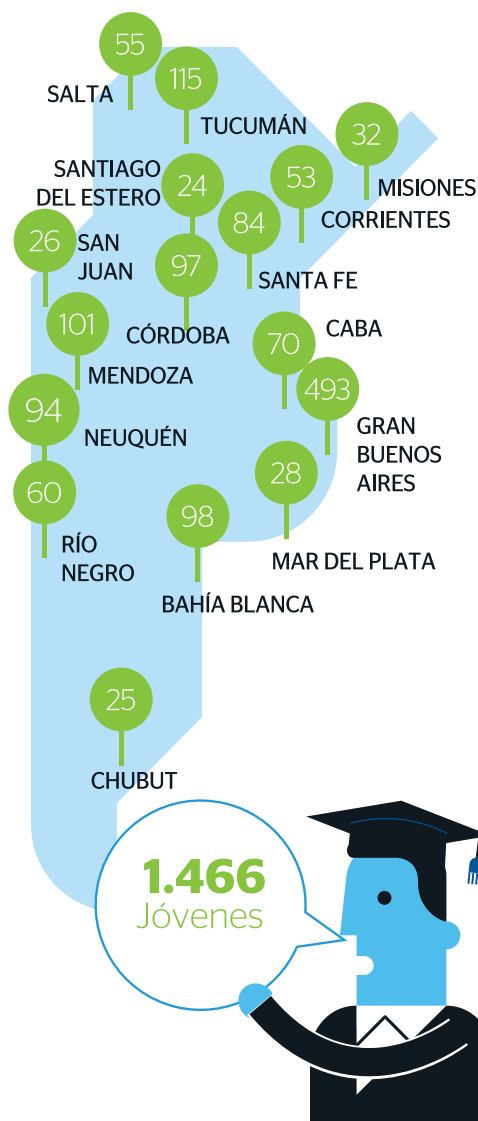
SOCIEDAD

Durante el 2016, continuamos con el desarrollo de los programas de relación con la comunidad, integrando las preocupaciones sociales, medioambientales, de derechos humanos y de clientes, en nuestro negocio diario.

La educación financiera es uno de nuestros ejes estratégicos, destacándose en este marco como iniciativas que contribuyen con la educación financiera de las personas, el Programa de Educación Financiera BBVA Francés y el Programa de Formación para el fortalecimiento de PyMEs.

Programa de Educación Financiera BBVA Francés

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.



Programa de Educación Financiera BBVA Francés

10 Años

En 2016, el Programa trabajó con 23 ONG, 36 centros educativos y 208 colegios, en 13 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, llegando a 28 localidades. Fueron beneficiados 1.466 alumnos y hubo 20 Talleres de Expresión Artística.

Testimonios

"Es una gran ayuda para mí porque mi mamá no está pendiente de lo que hay que comprar para mí. Y la ayuda me impulsó a seguir estudiando. En 1er año me llevaba 5 materias, con el acompañamiento de los tutores de Programa, me di cuenta de la oportunidad y rendí las materias que debía y ahora no me llevo ninguna. Mi mamá y los tutores me ayudaron mucho para aprender a ser responsable con la plata y con el colegio así que estoy muy agradecida al banco."

Jésica - Corrientes

"El programa me enseñó a cómo administrar el dinero. Nos ayuda a estudiar y tener mejor calidad de aprendizaje. Mi hermano participaba antes del programa así que me integré bien. Uno va con dudas al principio ahora es diferente, ya sé lo que se puede comprar. Ahora ayudamos a los nuevos para orientarlos, nos permite comprar los materiales de estudio y así tener una mejor calidad de estudio."

Lucas - Salta

Gestión del Programa de Educación Financiera

La gestión del programa se desarrolla de la siguiente manera:

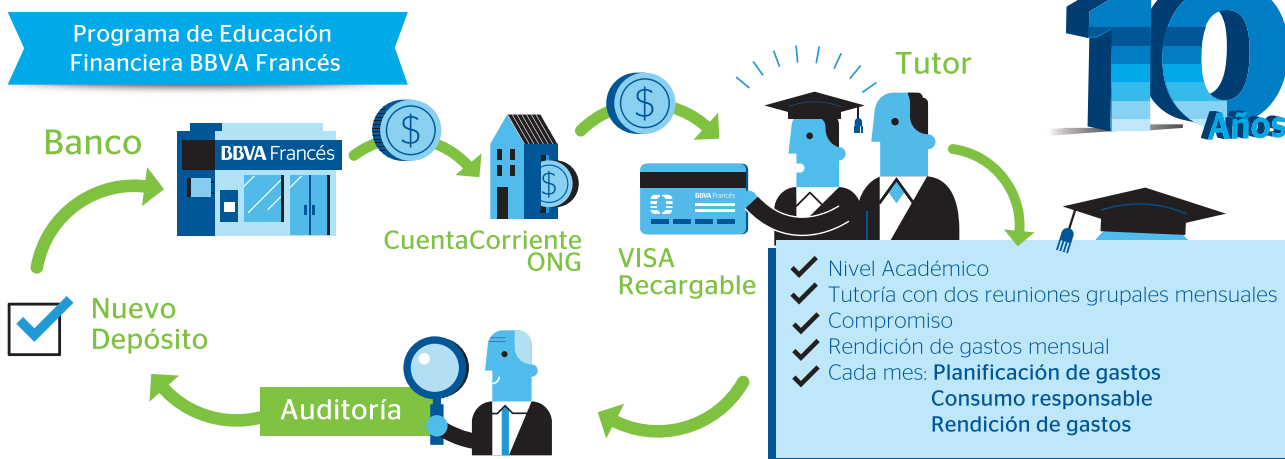
Al comienzo del año, celebramos un acuerdo anual con una ONG que actúa en una comunidad educativa. Esa ONG presenta al alumno como candidato a ser becado.

Con el acuerdo firmado, el Banco toma al tutor legal del alumno becado como cliente extendiéndole una tarjeta VISA Recargable, a través de la cual 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.

Un equipo de profesionales que gestiona desde el Banco el Programa, junto con los tutores de cada ONG, ayudan al becado en este proceso, orientándolo para utilizar el dinero de la beca de acuerdo con un consumo responsable según las condiciones dadas y favoreciendo la planificación de los gastos.

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 con alguna actividad de la ONG en la medida de sus posibilidades y rendir sus gastos con los comprobantes fiscales todos los meses.



En 2016 el Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés cambió su nombre por Programa de Educación Financiera BBVA Francés.

Asimismo se realizó una nueva alianza con la Fundación Grano de Mostaza, quienes se acercaron buscando la bancarización de los jóvenes de ese centro mediante nuestro Programa de Educación Financiera. La ONG aportó el total de la donación para la recarga de las tarjetas de los 22 alumnos.

Además, se celebraron los 10 años del Programa de Educación Financiera BBVA Francés con la realización de dos Kermeses, una en la provincia de Salta, junto a la Asociación Civil Fe y Alegría, en el barrio Solidaridad, y la otra junto a Boca Social en las instalaciones del Club Atlético Boca Juniors en el barrio de La Boca.

En 2016, como resultado de las donaciones de personas físicas o jurídicas, 134 alumnos recibieron la tarjeta recargable, 3 de ellos por medio de la donación de directivos y empleados del BBVA Francés, y 131 beneficiarios por la donación de personas jurídicas.

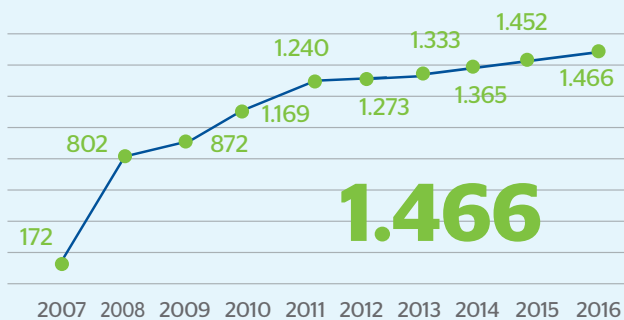
Entre estas últimas se encuentra la Fundación Vicente Lucci (San Miguel de Tucumán) con 5 jóvenes, el Club Atlético Boca Juniors (CABA) con 50 jóvenes, La Municipalidad de San Miguel de Tucumán con 20 alumnos y Cáritas Tucumán (San Miguel de Tucumán) con 24 jóvenes de sus diócesis. Boca Social también benefició a 10 jóvenes de la Fundación Marina Echenique (San Juan). Asimismo, la Fundación Grano de Mostaza otorgó a 22 jóvenes la posibilidad de participar del Programa de Educación Financiera BBVA Francés.

Programa de Educación Financiera BBVA Francés en 2016

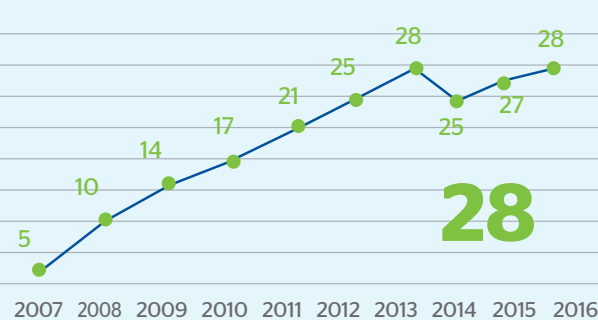
ONG	CENTRO	LOCALIDAD	PCIA.	CANTIDAD DE BECADOS						
				Secundarios	Taller de Formación Profesional	Donación directivos y empleados	Donación particulares	Donación personas jurídicas	Total por Centro	Total por ONG
Asociación Católica de Empleadas	Instituto Monseñor de Andrea	B.º Centro	Córdoba	25					25	25
Asociación Civil Fe y Alegría	Corrientes - Fe y Alegría - I.S. 68	Bº Ongay Corrientes	Corrientes	53					53	108
	Salta - Centro Educativo Fe y Alegría N° 8171	Bº Solidaridad Salta	Salta	55					55	
Asociación Civil La Educadora Compañía de Jesús	Centro Educativo Padre José María Llorens	Bº San Martín, Mendoza Cap.	Mendoza	101					101	101
Cáritas San Isidro	Obra Comunitaria Marcelino Champagnat	Tigre	Buenos Aires	35					35	70
	Centro Familiar San Juan Bautista	Bº Ricardo Rojas, Gral. Pacheco	Buenos Aires	35					35	
Boca Social	Club Atlético Boca Juniors	La Boca	C.A.B.A.	20				50	70	70
Colegio Carmen Arriola de Marín	Colegio Plácido Marín	Boulogne	Buenos Aires	77					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
Cáritas Quilmes	Centro Integral "Casa del Niño de Lourdes"	Berazategui	Buenos Aires	70					70	70
Fundación Mano Amiga	Colegio Mano Amiga	Pilar	Buenos Aires	43					43	43
Fundación Marina Echenique	Fundación Marina Echenique	San Juan	San Juan	15				10	25	25
Fundación Marista	Casa Corazón de María	Merlo	Buenos Aires	40					40	65
	Escuela Marcelino Champagnat	Rosario	Santa Fe	25					25	
Fundación Obra del Padre JuanCorti	Colegio San José Obrero	Comodoro Rivadavia	Chubut	25					25	25
Fundación Pan de Vida	Chacra La Merced	Córdoba	Córdoba	40					40	40
Fundación Vicente Lucci	Fundación Vicente Lucci	San Miguel de Tucumán	Tucumán	20				5	25	25
Institución Salesiana Nuestra Señora del Rosario	Instituto Don Bosco	Rosario	Santa Fe	29		2			31	58
	Instituto Nazaret			26		1			27	
Institución Salesiana San Francisco Javier	Colegio Ceferino Namuncurá, Centro de Formación Integral Don Bosco, Colegio Salesianos de la Patagonia	San Carlos de Bariloche	Río Negro	42	18				60	278
	Colegio San José Obrero	Neuquén	Neuquén	94					94	
	Obra La Piedad	Bahía Blanca	Buenos Aires	98					98	
	Colegio Don Bosco	Mar del Plata	Buenos Aires	26		1			26	
Institución Salesiana San Francisco Solano	Institución Educativa Salesiana San Antonio de Padua	Córdoba	Córdoba	28					28	52
	Parroquia San Juan Bosco	Córdoba	Córdoba	9					9	
	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	Buenos Aires	60					60	60
Parroquia Nuestra Señora del Carmen	Centro Comunitario de Promoción Humana "Enrique Shaw"	Berazategui	Buenos Aires	22					35	35
	Parroquia Nuestra Señora del Carmen	Quilmes Oeste	Buenos Aires	13						
Cáritas Tucumán	Parroquia Monserrat	Tucumán	Tucumán	10				3	13	48
	Parroquia Sagrada Familia	Tucumán	Tucumán					13	13	
	Parroquia Santísimo Sacramento	Tucumán	Tucumán	10				2	12	
	Parroquia Cristo Rey	Tucumán	Tucumán	4				6	10	
Fundación Grano de Mostaza	Parroquia Nuestra Señora del Socorro	CABA	CABA	0				22	22	22
Total				1.314	18	3		131	1.466	1.466

Evolución del Programa de Educación Financiera BBVA Francés

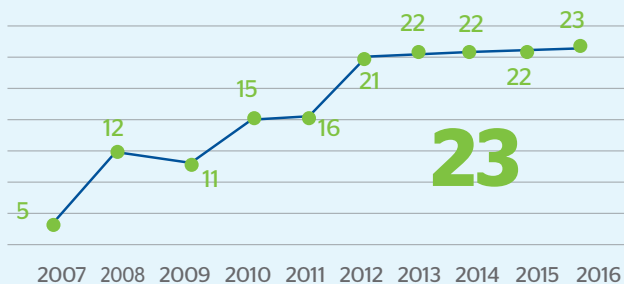
Cantidad de Becas



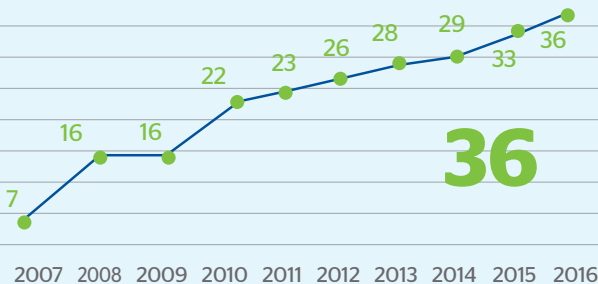
Sucursales involucradas



ONG aliadas



Centros educativos



Colegios



Tutores



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

ONGs 2016	23
Total de becados 2016	1.466
Gastos anuales por producto: tarjeta recargable (incluye los costos por los conceptos de renovación, emisión, recarga tarjetas y extracción en cajeros automáticos)	\$ 70.871
Gastos anuales por producto: cuenta corriente (incluye el costo por mantenimiento de cc)	\$ 202.752
Gastos totales	\$ 273.623

Evaluación y auditoría del Programa

De acuerdo a los informes del Estudio Contable Friz, luego de estos 10 años, se han logrado porcentajes muy elevados y satisfactorios:

“Los niños responden y envían sus rendiciones, y las mismas son adecuadas con altos porcentajes de cumplimiento (98,99%). Aprenden a manejarse con instrumentos bancarios como la tarjeta de débito, manejar el presupuesto, vincularse a la sucursal de referencia, y todo esto contribuye a educar a un futuro ciudadano, que egresado y utilice estas herramientas en su vida adulta”. (Estudio Contable Friz)

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 2016 se realizaron 20 Talleres de Expresión Artística en 20 centros del Programa de Educación Financiera BBVA Francés. Los grupos de trabajo realizaron dos presentaciones en la comunidad; así, los alumnos compartieron con su comunidad el resultado del aprendizaje en cada disciplina.



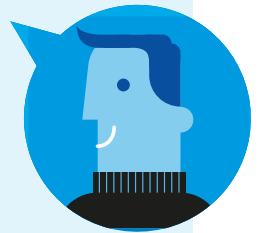
Centro Educativo Fe y Alegría I.S. 68 - Corrientes

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 muestra dos temas que atraviesan lo social y lo cultural: la violencia y la cultura de paz.

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 Madre Teresa. Hace de la música una herramienta de inclusión de familias a quienes la pobreza privó del acceso al arte; un derecho humano básico y motor esencial para sus vidas.

Con el apoyo de BBVA Francés, el programa ofrece el aprendizaje de instrumentos (violín, violonchelo, flauta, percusión, trompeta) e integrar la orquesta infanto-juvenil del Colegio.



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. Funciona en San Francisco Solano - Córdoba - Instituto Salesiano San Antonio de Padua. Por ello este taller recreativo, expresivo, educativo, fomenta 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.

Artistas por la Educación

Continuamos por sexto año consecutivo con el acompañamiento del Instituto Superior de Arte del Teatro Colón, con la gira del Colón al País, que se llevó a cabo en la provincia de La Rioja y en San Carlos de Bariloche, provincia de Río Negro.

En 2016 se realizó la 6ta. Edición del Festival San Isidro Jazz y Más, desde el 12 hasta el 15 de octubre de 2016. El espectáculo patrocinado por BBVA Francés obtuvo muy buena repercusión en los medios de comunicación y contó con la participación de más de 7000 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 la alianza con el Club Atlético 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 2016, Boca Social benefició a 50 adolescentes. Se realizó una Kermesse como celebración de los 10 años del Programa de Educación Financiera junto a Boca Social en las instalaciones del Club Atlético Boca Juniors en el barrio de La Boca, provincia de Buenos Aires, a la que asistieron los jóvenes del Programa junto a sus familias y se hizo extensiva la invitación a empleados del BBVA Francés.



Programa de Formación para el Fortalecimiento de PyMEs

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

En los meses de octubre y noviembre se realizaron 2 ediciones presenciales junto con la escuela de negocios de la Universidad Católica Argentina (UCA), en las ciudades de Rosario y Mendoza, en las cuales participaron 54 Pymes.

Programa Mi Primera Empresa

En 2016, BBVA Francés inauguró la primera edición del Programa "Mi Primera Empresa" en alianza con la Fundación Proydesa, en el marco del décimo aniversario del Programa de Educación Financiera BBVA Francés.

El objetivo de este programa es brindar conocimientos sobre Educación Financiera a jóvenes de los dos últimos años escolares a través del diseño de un Plan de Negocio para un emprendimiento.

El Programa cuenta con dos módulos: un taller online, de un mes de duración, donde los jóvenes aprenden los contenidos necesarios para armar un Plan de Negocios; y un concurso, en el que se premia al mejor Plan de Negocios de cada institución.

En esta primera edición participaron cuatro instituciones aliadas con el Programa de Educación Financiera BBVA Francés: el Instituto Monseñor de Andrea de la provincia de Córdoba, el Colegio Padre Llorens de la provincia de Mendoza, el Colegio Mano Amiga de Pilar, provincia de Buenos Aires y el Instituto Técnico Obra La Piedad de Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires.



Módulos del Programa Mi Primera Empresa

▼ TALLER ONLINE

De un mes de duración, donde los jóvenes aprenden los contenidos necesarios para armar un Plan de Negocios

▼ CONCURSO

Se premia al mejor Plan de Negocios de cada institución.



Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés 2016

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

Esta vigesimoséptima edición contó con 28 trabajos presentados provenientes de las provincias de Buenos Aires, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Mendoza, Misiones, Río Negro, San Luis, Santa Fe, Tucumán y Capital Federal.

El Gran Premio Emprendedor Agropecuario 2016 fue otorgado al señor Cristian Chiavassa por su trabajo "Establecimiento Grupo Chiavassa" de Carlos Pellegrini, provincia de Santa Fe.

Es una empresa familiar y tambo modelo ubicado en un sitio geográficamente privilegiado de la mayor cuenca lechera de Argentina. Sobre suelos ricos de alto valor agronómico, el tambo del Grupo Chiavassa es un caso paradigmático del desarrollo que es posible alcanzar cuando confluyen de manera eficiente la tecnología de punta, la mejor genética animal, una infraestructura adecuada y, sobre todo, un equipo humano capacitado y dispuesto a volcar su esfuerzo detrás de objetivos claros.

En 2010 se produjo un hecho clave en el desarrollo de la empresa: la puesta en funcionamiento del primer sistema rotativo de ordeño interno de la Argentina. Conocido popularmente como "tambo calesita", contó desde un principio con toda la tecnología necesaria para el seguimiento individualizado del rodeo, lo que permitió mejorar la eficiencia de trabajo e incrementar la producción.

También, se entregaron doce distinciones en las distintas categorías del Certamen a trabajos pertenecientes a las provincias de Buenos Aires, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, San Luis, Santa Fe, Misiones, Río Negro y Capital Federal.



Premio al Emprendedor Agropecuario BBVA Francés

El **Gran Premio Emprendedor Agropecuario 2016, 27ma. Edición**, fue otorgado al señor Cristian Chiavassa por su trabajo "Establecimiento Grupo Chiavassa" de Carlos Pellegrini, provincia de Santa Fe.



Los ganadores de la vigesimoséptima edición 2016 fueron:

Categoría "Actividad agropecuaria en la que se manifiesta ingeniosidad empresarial"

1° Premio "Sidra PULKU", autora: María Inés Caparrós de la localidad de Villa Regina, provincia de Río Negro.

2° Puesto "LESS Industries", autores: Lucas Chiesa, Sebastián García Marra, Sebastián Cerone y Andre Vazhnovde, Ciudad de Buenos Aires.

3° Puesto "Programa incentivo siembra maíz NOELMA SA - Caso paradigmático del entrecruzamiento entre la cadena avícola y la del maíz", autores: ingeniero agrónomo Mario Elinbaum y contador público nacional Marcelo Florena de la localidad de Villa Elisa, provincia de Entre Ríos.

Categoría "Actividad agropecuaria con Orientación Tecnológica y Productiva"

1° Premio "Establecimiento Grupo Chiavassa", autor: Cristian Chiavassa de la localidad de Carlos Pellegrini, provincia de Santa Fe.

2° Premio "Evolución Genética", autores: Juan Sackmann e Ignacio Cabo de la localidad de Atucha, provincia de Buenos Aires.

Categoría "Actividad agropecuaria con Orientación Educativa"

1° Premio "Escuela Granja N° 97 Aldea Las Pampas", autor: Oscar Pereyra de la localidad de Comuna Rural Dr. Viglione, Las Pampas, provincia de Chubut.

2° Premio Cooperativa Agroecológica Escolar Escuela N°940 "Educación para las Primaveras", autor: Martín Cornell de la localidad de El Soberbio, provincia de Misiones.

3° Premio Escuela de Educación Secundaria Agraria "General L. Mansilla", autor: Marcelo Pernigotti de la localidad de Bartolomé Bavió, provincia de Buenos Aires.

Categoría "Actividad agropecuaria Orientación Ecológica y Conservacionista"

1° Premio "AGD - Compromiso tecnológico sustentable para el control de malezas", autores: ingeniero agrónomo R. Gadea, ingeniero agrónomo Sebastián Storti e ingeniero agrónomo Esteban Tronfi de la localidad de General Deheza, provincia de Córdoba.

2° Premio "Neofarms", autor: Matías Lavigne de Concordia, provincia de Entre Ríos.

Categoría "Actividad agropecuaria con Orientación Social y Comunitaria"

1° Puesto "De la Huerta a la Mesa", autora: María Cristina Guastavino de la localidad de Goya, provincia de Corrientes.

2° Puesto "Planta Industrial centro regional de aprovechamiento sustentable del bosque nativo", autor: Gabriel Avocado de la localidad de Balde de Escudero, provincia de San Luis.



Patrocinios y alianzas

Durante 2016 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 Argentina e incentivar el espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus objetivos y mejorar su calidad de vida en un marco de responsabilidad y libertad.
- **Colegio Las Lomas Oral.** Contribuimos con un aporte para la XVI Noche Solidaria que se llevó a cabo el jueves 1 de septiembre en el Tattersall de San Isidro.
- **Colegio Madre Teresa.** Contribuimos con un aporte institucional para contribuir en las actividades que llevó a cabo el Colegio durante el ciclo lectivo 2016.
- **CEEJIR (Comisión, Episcopal de Ecumenismo, Relaciones con el Judaísmo, el Islam y las Religiones).** Nuestro aporte institucional contribuyó con las actividades interreligiosas que lleva a cabo la Comisión Episcopal.



En el ámbito de acción social

- **Fundación Banco de Alimentos.** Acompañamiento mediante la compra de una mesa "bronce" en la XVI Cena Anual a Beneficio que se celebró el 23 de agosto, en La Rural.
- **Fundación Conin - Cooperadora para la nutrición infantil.** Contribuimos con un aporte para la 6ta Cena Anual Solidaria que se llevó a cabo el día 15 de septiembre, en Espacio Pilar.
- **Fundación Santa Rafaela María.** Contribuimos con un aporte en el programa de la XXI Noche a beneficio de los hogares de la Fundación, que se llevó a cabo el pasado 11 de agosto, en el Espacio Márquez, San Isidro.
- **Fundación SUMA.** Participamos como sponsor del encuentro "Mujeres Fuera de Serie" que se llevó a cabo el 4 de agosto en el Hotel Sheraton.
- **Fundación Tetaiken.** Contribuimos con un aporte institucional en la 4° Cena Solidaria, que se llevó a cabo el 1 de noviembre, en La Rural.
- **Institución ASAC - Al servicio de la Discapacidad Visual.** Acompañamiento mediante un aviso del Programa de Educación Financiera Becas de Integración BBVA Francés en el programa de la 3° "Comida Anual de Recaudación de Fondos", que tuvo lugar el día 07 de septiembre, en el Hotel Sheraton Buenos Aires.
- **Fundación Banco Francés.** La Fundación recibe una donación mensual de BBVA Francés.



En el ámbito empresario

- **Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom).** Participamos como sponsor del cóctel anual, que se llevó a cabo el día 29 de noviembre, en el Museo de Arte Moderno de la Ciudad de Buenos Aires.
- **IDEA.** Participamos como sponsor en el 51° Coloquio anual de IDEA que se llevó a cabo en la ciudad de Mar del Plata, del 12 al 14 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 (Red de Acción Política) 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 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 2016".
- **Cámara de Comercio de Estados Unidos en Argentina (AmCham).** Participamos como sponsor oficial para contribuir en las actividades que lleva adelante la cámara. La misión de AmCham es promover un entorno de negocios fundado en valores que contribuyan al desarrollo sustentable.
- **Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA).** Contribuimos con un aporte institucional para las diferentes actividades que lleva a cabo la Cámara.
- **Cámara Heleno Argentina.** Contribuimos con un aporte institucional para las diferentes actividades que lleva a cabo la Cámara.
- **Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI).** Realizamos un aporte institucional para contribuir con las tareas académicas que el CARI llevó a cabo durante el 2016.
- **Consejo Profesional de Relaciones Públicas (CIRP).** Participamos como sponsor de la 5ta Conferencia Internacional de Relaciones Públicas que se llevó a cabo el 1 de septiembre en la Universidad de Belgrano.
- **Foro Ecuménico.** Realizamos un aporte institucional para contribuir a las distintas actividades que realiza el Foro.
- **Fundación FIEL (Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas).** Realizamos un aporte institucional para las diferentes actividades que realiza la Fundación y para la Conferencia Anual de FIEL 2016, que se llevó a cabo el 29 de septiembre. También ofrecimos un almuerzo de bienvenida en el restaurante La Bourgogne del Hotel Alvear, en el cual participaron autoridades del BBVA Francés, autoridades de FIEL y los economistas expositores de dicha Conferencia.
- **Fundación Libertad.** Realizamos un aporte para contribuir en las actividades llevadas a cabo durante el año 2016, 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 39° 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 2016".



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 Badii.

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 2016 se cedió el espacio del Auditorio de la Fundación Banco Francés para la realización de 34 actividades internas entre comités y eventos institucionales del Banco. En este mismo auditorio se realizó la presentación del libro "El Gran Río de la Plata" del escritor Horace Rumbold.

Asimismo, se donaron 110 equipos entre escritorios, sillas, mamparas, cajoneras, computadoras, impresoras, estanterías, armarios, mesas, percheros, cestos de basura y lockers, a siete instituciones de las localidades de: Bahía Blanca, Rosario, Escobar, Chivilcoy, Ciudad de Buenos Aires y 9 de julio.



La Noche de los Museos

En celebración de los 100 años del nacimiento del reconocido escultor Libero Badií, la Fundación Banco Francés, que alberga gran parte de sus obras, participó en la décimo tercera edición de "La noche de los Museos", con el Museo Libero Badií, "La casona Alsina" Fundación Banco Francés, Monumento Histórico Nacional, 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 Badií ofreció visitas guiadas a la muestra permanente del artista y a las dependencias de la Casona Alsina. Alrededor de 3.000 personas visitaron el museo. Asimismo, como actividad complementaria, se brindaron dos conciertos de Jazz, a cargo de la banda "En Clave de Soul" con un amplio y variado repertorio.

Programas del Grupo BBVA, con adhesión de 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.

Ganadores y Resultados:

- **Ciencias Básicas (Física, Química, Matemáticas).** Los físicos Stephen Hawking y Viatcheslav Mukhanov de la Universidad de Cambridge y de la Universidad de Ludwig-Maximilians, respectivamente, han sido galardonados por descubrir que las galaxias se formaron a partir de perturbaciones cuánticas en el principio del universo.
- **Biomedicina.** Los neurocientíficos Edward Boyden del MIT, Karl Deisseroth de la Universidad de Stanford y Gero Miesenböck de la Universidad de Oxford, galardonados por desarrollar la optogenética, que usa la luz para conocer el funcionamiento del cerebro y modificarlo.
- **Ecología y Biología de la Conservación.** El ecólogo finlandés recientemente fallecido Ilkka Hanski, de la Universidad de Helsinki, ha obtenido el galardón por abrir un área de la ecología que explica cómo sobreviven las especies en hábitats fragmentados y permite cuantificar el umbral de extinción.
- **Tecnologías de la Información y la Comunicación.** El premio se le ha concedido a Stephen Cook por su importante papel a la hora de determinar qué pueden los ordenadores resolver de forma eficiente y qué no. Su trabajo ha tenido un impacto decisivo en todos aquellos campos en los que los cálculos complejos son de vital importancia.
- **Economía, Finanzas y Gestión de Empresas.** El economista y matemático Robert Wilson de la Universidad de Stanford, ha obtenido el galardón por sus pioneras contribuciones al análisis de las interacciones estratégicas cuando los agentes económicos tienen información limitada y desigual acerca de su entorno.
- **Música Contemporánea.** El maestro griego Georges Aperghis, se ha alzado con el galardón por reinventar el teatro musical utilizando sonidos, gestos, tecnologías y espacios, e incorporando a los intérpretes al proceso creativo de composición.
- **Cambio Climático.** El galardón ha sido concedido al climatólogo indio Veerabhadran Ramanathan por descubrir que hay otros gases y contaminantes, además del CO₂, afectados por la actividad humana con un enorme poder para alterar el clima de la Tierra.
- **Cooperación al Desarrollo.** El economista australiano Martin Ravallion, de la Universidad de Georgetown, ha obtenido el galardón por ser pionero en la medición del umbral de la pobreza extrema con indicadores aplicables internacionalmente que han permitido marcar objetivos concretos en la cooperación al desarrollo.

Los Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad

Los premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad quieren estimular el conocimiento, la acción y la sensibilización en la ecología y la biología de la conservación, y por ello reconocen a personas e instituciones que trasladan el saber científico a la acción informada sobre el terreno, o a la opinión pública, por medio de la difusión y la sensibilización. Su dotación es de 580.000 euros, distribuidos en tres categorías: dos de ellas reconocen acciones de conservación en España y en Latinoamérica.

- **The Conservation Land Trust CLT** ha sido reconocida "por su gran contribución a la conservación de la biodiversidad en Chile y Argentina".



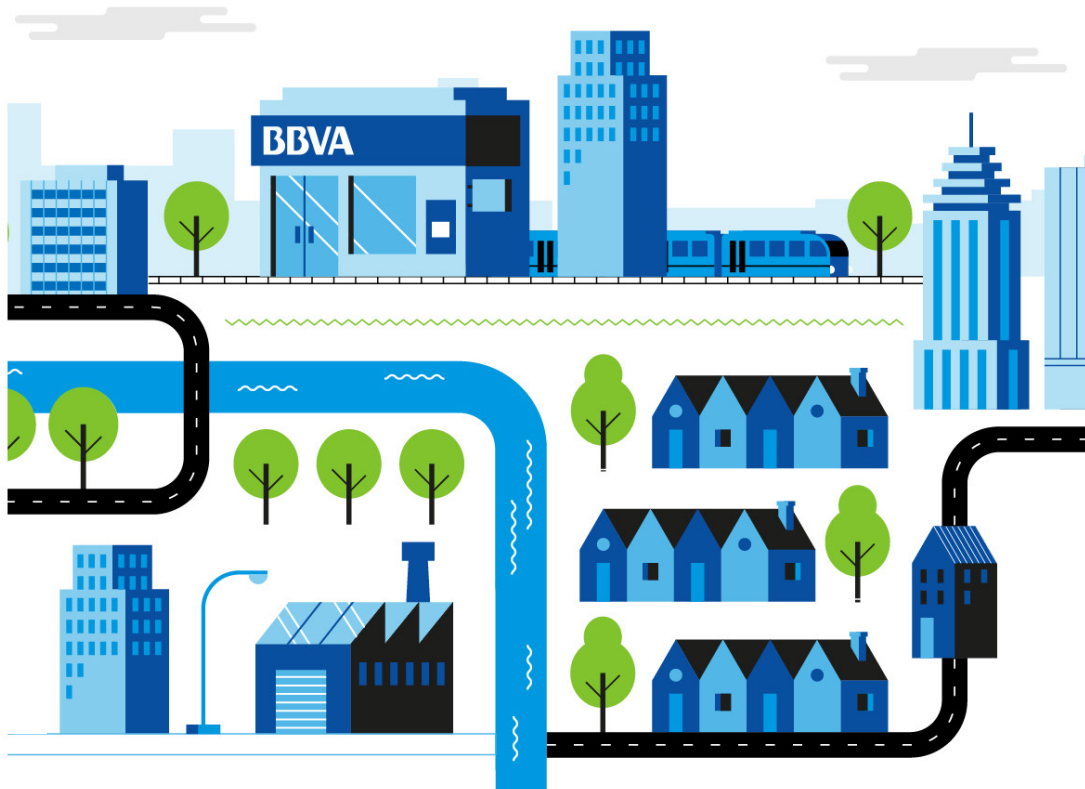
Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad por el BBVA Francés en 2016

Área de actuación	Número de proyectos	Contribución en tiempo de empleados	Aporte monetario en pesos
Educación financiera y para los negocios	5	10.080	13.978.399
Emprendimiento	1	50	195.450
Otros Educación	1	8	138.400
Generación de conocimiento	1	2.640	1.803.605
Apoyo a entidades sociales	8	96	946.000
Comunicación de la RC	3	2.736	1.130.748
Otras	10	120	768.000
Costes de reporting	1	1.280	207.000
TOTAL	30	17.010	19.167.602

Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad por la Fundación BBVA Francés en 2016

Área de actuación	Número de proyectos	Contribución en tiempo de empleados	Aporte monetario en pesos
Cultura	2	4.160	884.266
Apoyo a entidades sociales	15	180	183.350
Otras	1	1.920	2.197.774
TOTAL	18	6.260	3.265.390

Durante 2016, hemos invertido un total de **22,4 millones de pesos** en proyectos para la comunidad, incluyendo BBVA Francés y su Fundación.



MEDIOAMBIENTE

Somos conscientes de que las actividades que realizamos a diario tienen un impacto directo en el medioambiente, a través del consumo de recursos naturales, y un impacto indirecto a través de las actividades de financiación, gestión de activos y nuestra cadena de valor. Por ello nos comprometemos en la lucha contra el cambio climático y desarrollamos iniciativas vinculadas con temas ambientales.

Política Medioambiental

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

- Cumplir la normativa medioambiental 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, concientizar, 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.

Durante el 2016 nos hemos dedicado al mantenimiento del sistema de gestión ambiental bajo la certificación ISO 14.001 y la inclusión de 10 nuevas sucursales al mismo. Al contar con más recursos, tenemos mayor presencia y seguimiento del sistema en los edificios centrales y sucursales lo que genera que la gente nos identifique y comience a involucrarse con el cumplimiento de los requisitos verificables por dicho sistema.

También, participamos de los talleres de "Producción + Limpia" desarrollados por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a través de su Agencia de Protección Ambiental

Gastos e inversiones ambientales 2016	Monto
Inversiones directas en medio ambiente	1.630.711,92
Inversiones indirectas que surgen de hacer cumplir los requisitos legales	12.395,99
Total	1.643.107,91

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.

En 2016 se aprobó el nuevo Plan Global de Ecoeficiencia 2016-2018, el cual supone el establecimiento de nuevos objetivos.

Al contar con más recursos, podemos tener una presencia más activa y hacer el seguimiento de la implantación del Servicio de Gestión Ambiental en los edificios centrales y sucursales. Hemos desarrollado una matriz legal ambiental para cumplir con todo aquello que es de cumplimiento obligatorio o compromisos voluntarios asumidos por el BBVA Francés, como es el caso del Plan de Eco-Eficiencia.

Asimismo, hemos identificado y ponderado todos aquellos impactos ambientales de nuestras actividades (generación de residuos, emisiones líquidas o gaseosas, uso de materias primas, consumos de servicios y diversos riesgos para la salud y el ambiente), y trabajamos para mitigarlos con más recursos, capacitaciones y propuestas innovadoras.

Certificaciones ambientales

Durante el 2016 hemos avanzado en el proceso de certificación de la norma ISO 14001 e incluido 10 nuevas sucursales al sistema de gestión ambiental bajo esta norma, contando actualmente con 70 sucursales certificadas y 6 edificios centrales. Para el 2017 serán incluidas 17 sucursales de la Ciudad de Buenos Aires.

Asimismo la dotación de empleados de BBVA Francés, que trabajan en edificios y en sucursales certificados bajo dicha norma, es de 833 ocupantes y 3.166 empleados certificados.

En 2016, seguimos trabajando en adhesión al programa Buenos Aires Produce más Limpio donando todo el material que reciclamos a los recuperadores urbanos de la Ciudad de Buenos Aires y mantenemos el convenio de cooperación mutua para la separación de residuos en origen con la Municipalidad de San Miguel.

Gestión del consumo de agua y de energía

Durante 2016, realizamos el cambio de equipos de aire acondicionado centrales convencionales del edificio de Reconquista 199 por los del tipo VRV *Heat Recovery*, que se caracterizan por:

- Última tecnología.
- Refrigerante ecológico.
- Menor consumo a igual o mayor capacidad.
- Muy bajo nivel de ruido.
- Menor incidencia de mantenimiento y cambio de repuestos.

Reemplazo de equipos de aire acondicionado - Edificio Reconquista 199

	Marca	Consumo	Tipo de Refrigerante	Compresores	Reducción de potencia	
Entrepiso	Actual	TraneCXAN500 de 50 TR	51,1Kw (97A)	ecológico r134a	Scroll ultrasilencioso	10%
	Anterior	Carrier 30GB046 de 40 TR	57Kw (107A)	r22	2 muy ruidosos	
Piso 2	Actual	3 circuitos de sistemas VRV Trane	61Kw	ecológico r410A	Scroll inverter ultrasilenciosos	30%
	Anterior	Sistema convencional Split	87Kw	r22	Scroll convencionales	
Piso 6	Actual	2 circuitos de sistemas VRV Trane	68Kw	ecológico r410A	Scroll inverter ultrasilenciosos	12%
	Anterior	Sistema convencional Split	77Kw	r22	Scroll convencionales	
Piso 9	Actual	Trane Ertad de 165 TR	265 Kw (509A)	Ecológico r134a	2 de tornillo ultrasilencioso	18%
	Anterior	Carrier 30GB de 200 TR	326,5 Kw (620A)	r22	8 muy ruidosos	

La consultora Gestam, continúa efectuando la verificación de consumos de energía, agua y gas de toda la red. Como así también la renovación anual de los contratos del mercado eléctrico mayorista.

Torre BBVA

La Torre BBVA cuenta con certificación LEED Gold (Leadership in Energy & Environmental Design) que garantiza que nuestro edificio es ambientalmente responsable y un espacio sano donde trabajar.

Los edificios certificados bajo la norma LEED:

- Exponen su compromiso con el medioambiente y la sociedad.
- Reducen la emisión de gases dañinos.
- Presentan reducción de costos operativos.
- Cuentan con espacios salubres y seguros.
- Mejoran el nivel de satisfacción laboral.

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

En materia de iluminación, el edificio cuenta con tecnología LED que el Banco controla a través de un sistema inteligente, que comanda 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 y utiliza el agua de lluvia para riego por goteo. La implantación del edificio cumple ciertos requerimientos estratégicos como es su ubicación relativa a medios de transporte público y buena conectividad. En los subsuelos, se dispone de bicicleteros para los empleados y de vestuarios con duchas. Dichos vestuarios utilizan 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

	2016	2015	2014	Coefficiente Emisión CO2	Emisiones CO2 2016
Consumo de agua (en m ³) ¹⁾	99.675,98	87.294	101.921	-	-
Consumo de energía eléctrica (en KWh)	32.399.411	29.708.244	33.141.863	0,18422	5.968.619

1) De agua no se reportan sucursales que no cuentan con sistema de medición.

Gestión de las emisiones atmosféricas

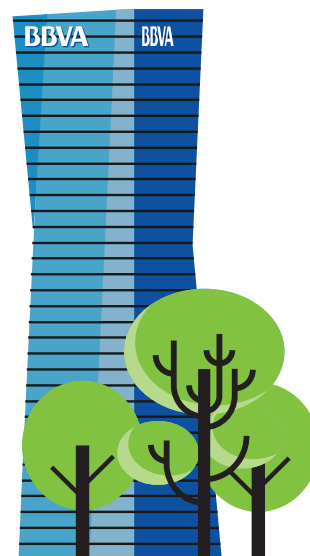
En lo que se refiere a emisiones directas, realizamos una reducción importante del consumo de gas natural a través de los años, reemplazando equipos de calefacción de gas natural por los de bomba de calor eléctrica.

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, por lo que podemos decir que las emisiones atmosféricas se encuentran controladas y reducidas a su mínima expresión.

Como todos los años, se realizó la evaluación anual de chimeneas en los 6 edificios centrales, 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. De esta manera, fomentamos el uso de transportes alternativos y un hábito de vida saludable.



La Torre BBVA cuenta con certificación LEED Gold (Leadership in Energy & Environmental Design) que garantiza que nuestro edificio es ambientalmente responsable y un espacio sano donde trabajar.

Indicadores Medioambientales

	2016	2015	2014	Coefficiente Emisión CO2	Emisiones CO2 2016
Consumo Gas Natural (en m3) ⁽¹⁾	56.328,75	37.637,0	117.880,99 ⁽³⁾	2,0291	114.296
Consumo Diesel (en litros) ⁽²⁾	11.314,00	9.200,0	17.570,00	2,72184	30.795,00
Kilómetros recorridos flota vehículos directivos	405.476,98	448.532,0	456.000,00	1,5	608.215,47
Kilómetros recorridos flota vehículos servicios	147.718,27	63.299,7	72.746,24	1,5	221.577,41
Kilómetros recorridos vehículos propiedad empleados	1.032.738,00	1.054.576,0	933.503,00	1,5	1.549.107,00
Kilómetros recorridos avión en tramos hasta 452 Kms	192.323,60	252.839,2	218.141,90	0,29636	56.997,02
Kilómetros recorridos avión en tramos hasta 1.600 Kms	3.038.274,50	3.024.560,4	2.760.968,90	0,16885	513.012,65
Kilómetros recorridos avión en tramos sup. a 1.600 Kms	4.758.796,10	6.125.460,2	4.743.997,80	0,19709	937.911,12
Videoconferencias (cantidad)	3.595	368,0	467		
Telepresencias (cantidad)	131	36,0	38		

(1) No se reportan las sucursales que no cuentan con sistemas de medición. No se realizaron estimaciones. (2) No incluye consumo de vehículos. (3) El aumento de un año a otro se debe a una cuestión estacional. (4) 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.

Gestión de residuos

Residuos de Papel

Compramos 606 contenedores diferenciados para la clasificación de residuos bajo los requerimientos de la ley Basura O que fueron distribuidos en las sucursales de la Provincia de Buenos Aires y en todas las sucursales y edificios centrales de la Ciudad de Buenos Aires.

Continuamos realizando diariamente la separación de residuos en nuestras oficinas, así como el reciclado de papel. También, como todos los años en forma periódica y como requisito del sistema de gestión ambiental, realizamos capacitaciones sobre clasificación de residuos para el personal de limpieza y mantenimiento.

Por otro lado, continuamos entregando un cupo diario de papel y cartón, vasos y botellas de plástico, en mano a los recuperadores urbanos asignados por cada edificio o sucursal y según lo acordado con la Dirección General de Reciclado del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Por otra parte, en Tucumán mantuvimos el acuerdo con la Fundación León, donando el papel que se recicló en las sucursales de esa provincia.

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

Cabe destacar que durante 2016 hemos aumentando las frecuencias de los talleres y charlas informales de concientización del personal en materia de reciclaje.

Baterías y residuos electrónicos

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, contando con un gestor responsable de trasladar hasta las plantas de tratamiento todos los residuos que le entregamos. En 2016, 1.056 kg. de residuos peligrosos fueron gestionados para disposición final.

Asimismo, seguimos manteniendo el acuerdo con la firma *Scrap y Rezagos*, que se ocupa del reciclado y reutilización de materiales y equipos electrónicos en desuso. Durante 2016 ha retirado 47.209 Kg. de residuos electrónicos.

Uso de materiales

Materiales utilizados y valorizados

	2016	2015	2014
Papel A4 (en kg) ⁽¹⁾	457.674	380.252,6	372.089,20
Papel Oficio (en kg) ⁽¹⁾	4.232,8	6.263,4	9.066,20
Papel utilizado en folletería, formularios, sobres, carpetas, etc. (en kg)	302.546,70	450.121,6	457.067,58
Toners (2)	3.603,48	3.375,2	2.944,40

(1) Papel respetuoso con el medio ambiente. Incluye: Papel FSC que cuenta con la certificación promovida por el Forest Stewardship Council, que asegura que los bosques de los cuales se aprovechan sus recursos se gestionan de manera responsable; Papel ECF (Elementary Chlorine Free) fabricado con fibra virgen para el que, en el proceso de blanqueo, no se utiliza cloro gas (Cl2). (2) Equivale al peso de tonners consumidos. Se dejó de comprar tonner reciclado por cuestiones de calidad.

Formación y sensibilización medioambiental

Durante 2016 implementamos las capacitaciones a través de talleres realizados en los edificios y sucursales certificadas. En el edificio de Alsina 1718 capacitamos a 530 personas en grupos de 20 y los temas tratados fueron: política ambiental, cumplimiento de requisitos legales, determinación y tratamiento de los aspectos ambientales y plan global de ecoeficiencia.

También, aprovechamos nuestra Intranet como una de las principales herramientas de comunicación y sensibilización en cuestiones ligadas con el medioambiente realizando campañas sobre separación y reciclado de residuos.

Para el 2017 desarrollaremos un curso de medio ambiente de matriculación obligatoria para todo el personal.

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 y consiste en un apagón eléctrico voluntario, en el que se pide a hogares y empresas que apaguen las luces y otros artefactos eléctricos durante una hora. Con esta acción simbólica, se pretende concientizar a la sociedad sobre la necesidad imperiosa de adoptar medidas que contribuyan a reducir los efectos negativos del ya instalado, cambio climático. El Banco adhirió en forma global a la iniciativa. En la Argentina durante el evento, desconectamos todos los equipos eléctricos y luminarias que no son esenciales para el funcionamiento del banco, en los 6 edificios centrales.

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 2016 registramos las siguientes suscripciones al servicio:

- 586.384 Clientes adheridos a E-resumen de Paquetes (56,58% de los clientes con Paquete)
- 734.207 Clientes adheridos a E-resumen de VISA (57,15% de los clientes con VISA)
- 345.983 Clientes adheridos a E-resumen de MasterCard (64,55% de los clientes con Master)



Autoservicios

Las terminales de autoservicio ubicadas en nuestras sucursales permiten realizar depósitos sin la necesidad de utilizar sobres. El 63% de nuestros dispositivos de autoservicios tiene la opción de no utilizar sobres. En 2016 hubo una reducción del 18,30% en el consumo de los sobres para depósitos, reduciendo la utilización de papel en nuestros servicios.

PROVEEDORES

Política y principios de gestión con proveedores

Para BBVA Francés es muy importante generar relaciones a largo plazo con nuestros proveedores, transmitiéndoles nuestros valores, nuestra cultura corporativa y nuestra política de Responsabilidad Corporativa.

Continuamos aplicando el Código de Conducta, el cual se publica en nuestra página web y se comenta en las reuniones de coordinación de compras, fundamentalmente lo relacionado con proveedores, conflictos de intereses y la intolerancia con cualquier forma de corrupción o soborno. Durante el 2016 colaboradores del sector de compras han realizado un curso virtual, que cuenta con un evaluación final, sobre este tema.

Durante 2016, se mantuvieron reuniones con nuestros proveedores para dialogar sobre cambios o cuestiones que hacen a la dinámica del trabajo, con el fin de mejorar los procesos de relación.

Es muy importante para nosotros que nuestros proveedores se encuentren alineados con nuestros principios. Es por eso que seguimos difundiendo los diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas entre nuestras empresas proveedoras. Para ello, incorporamos en nuestro proceso de homologación temas de respeto a la legalidad, compromiso con la integridad, concurrencia, objetividad, transparencia, creación de valor y confidencialidad. Les entregamos una Carta de Adhesión, a través de la cual las empresas firmantes manifiestan su compromiso con la iniciativa, de esta forma logramos llevar los Principios de Naciones Unidas a nuestra cadena de valor. En 2016, 14 nuevos proveedores declararon haber firmado la Carta de Adhesión.



En 2016, 69 nuevos proveedores, igual al 100% de los nuevos proveedores, se examinaron en criterios ambientales, relativos a prácticas laborales y derechos humanos.

Sistema de homologación de proveedores

Nuestra 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) y la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). De esta forma mantenemos un legajo de cada uno de nuestros proveedores 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.

Dentro de nuestro proceso de homologación de proveedores, se incluyen preguntas relacionadas con prácticas medioambientales, derechos humanos, discriminación, trabajo infantil o corrupción, alineadas a las iniciativas de Pacto Mundial de Naciones Unidas. Para corroborar lo reportado en los cuestionarios, el Banco le requiere una declaración jurada firmada por apoderado.

Sistema de homologación de proveedores ⁽¹⁾

	2016	2015
Proveedores a homologar ⁽²⁾	2	4
Proveedores analizados ⁽³⁾	935	839
Proveedores homologados	553	600
Proveedores rechazados	350	239
Porcentaje analizados	99,78%	99,53%

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

Herramientas de gestión y de aprovisionamiento

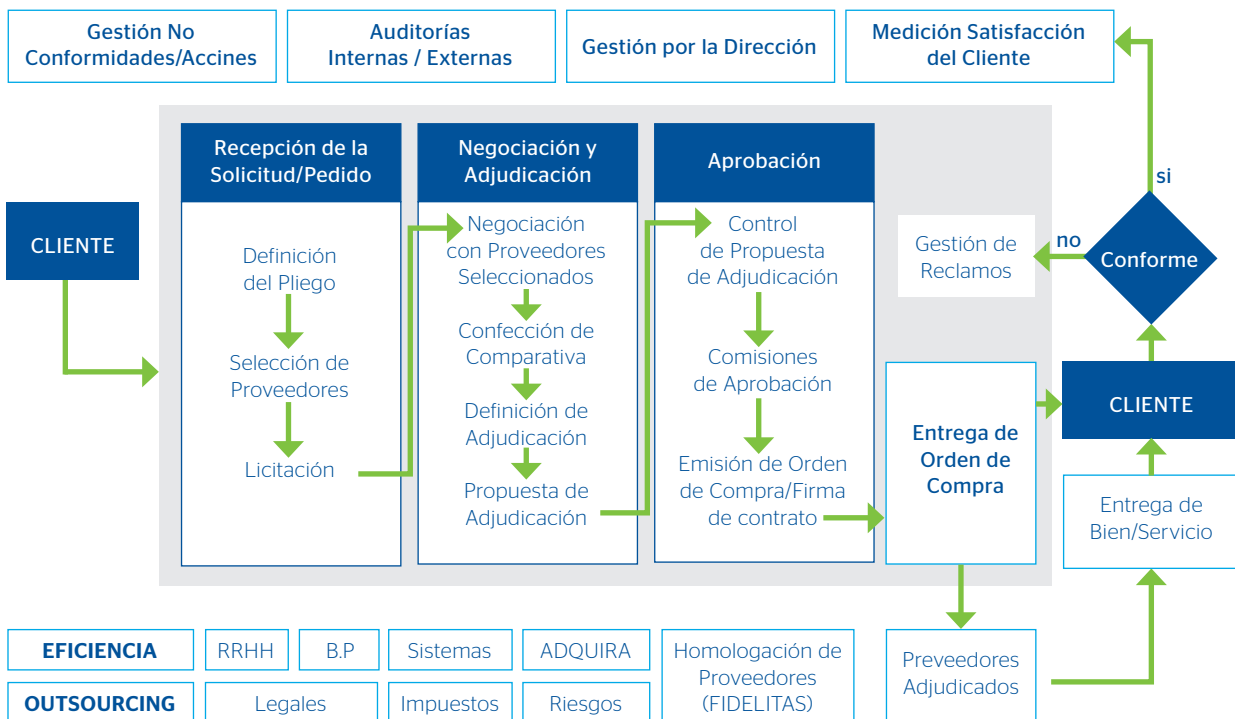
Continuamos realizando nuestra Gestión de Compras sobre la plataforma "Adquira".

La misma fue diseñada para realizar 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 y consultas a través de Internet. Lo valioso de esta herramienta es que puede ser accedida además de los proveedores, por el comprador interviniente, los responsables de compras (Supervisión y Subgerencia), y por el sector de auditoría ofreciendo mayor transparencia y seguridad al proceso de selección de nuestros proveedores.

Otra de las herramientas de gestión y aprovisionamiento que utilizamos es el sistema SAP para la gestión de solicitudes de compras, la documentación y aprobación de la gestión de Compras, con seguimiento de flujos de aprobación, los cuales son utilizados para la medición de objetivos de tiempo de procesos.

Proceso de gestión de compras

Mapa de Procesos de Gestión de Compras



Nuestro sistema de Gestión de Calidad (SGC) se mantuvo vigente y se realizaron mediciones concretas de atención al cliente interno y ahorros entre otros, superando los objetivos propuestos. Durante el mes de noviembre superamos sin observaciones la segunda auditoría IRAM por el mantenimiento de la certificación ISO 900:2008 (Certificado de Registro 9000- 6200).

Se espera en el año próximo recertificar para lo cual se trabajará en la nueva versión de la norma ISO 9.000.

Diálogo y gestión de la sustentabilidad con nuestros proveedores

Trabajamos junto a nuestros proveedores en una comunicación permanente, con el objetivo de facilitar un dialogo significativo y conocer sus opiniones e inquietudes, así como sus necesidades y expectativas, para generar un clima laboral de confianza mutua.

Durante el 2016 se mantuvieron reuniones con nuestros proveedores de acuerdo a lo planificado y ante alguna "no conformidad" que así lo ameritara, donde se abordaron negociaciones sobre temas relacionados con cada una de las industrias en forma general.

A partir de nuestro Sistema de Gestión de Calidad también surgieron consultas por parte de nuestros proveedores, que tratamos en diferentes reuniones y en muchos casos fueron resueltas siguiendo los estándares del BBVA Francés.

Por parte del área de Compras, se realizó en 2015 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). Durante el 2016 trabajamos para continuar mejorando nuestra relación con los proveedores guiándonos por los resultados obtenidos. Dicha encuesta se realiza en forma bianual, por lo que la repetiremos en 2017.

En 2016, 69 nuevos proveedores, igual al 100% de los nuevos proveedores, se examinaron en criterios ambientales, relativos a prácticas laborales y derechos humanos.



Avances 2016 y desafíos 2017

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2016	ESTADO DE AVANCE	CUMPLIMIENTO EN 2016	DESAFÍO 2017
Plan de Acción Social	Diseño y ejecución del Plan de Acción Social	Cumplir con los Programas diseñados para el 2016 en el marco del 10° Aniversario del Programa de Educación Financiera BBVA Francés.	Cumplido	Desarrollamos el Programa de Educación Financiera BBVA Francés, en su 10ma Edición. Por seis años consecutivos patrocinamos al Instituto Superior de Arte del Teatro Colón, la gira se llevó a cabo en la provincia de La Rioja y en la ciudad de Bariloche, provincia de Río Negro. En el marco del Programa Artistas por la Educación se auspició la Sexta edición del "Festival San Isidro Jazz y Más". Asimismo se realizaron dos Kermeses como celebración de los 10 años del Programa de Educación Financiera BBVA Francés en la provincia de Salta junto a Fe y Alegría, en el barrio Solidaridad, y la otra junto a Boca Social en las instalaciones del Club Boca Juniors en el barrio de La Boca, provincia de Buenos Aires.	Cumplir con los Programas diseñados para el 2017: *Programa de Educación Financiera BBVA Francés 11° Edición. *Programa "Mi Primera Empresa", junto a Proydesa. *Programa de Educación Financiera "Finanzas para la Vida", junto a ANSES, para jubilados.
Desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa	Matriz local	Continuar optimizando y profundizando la aplicación de la herramienta de medición externa e interna (RepTrak).	Cumplido	En el transcurso del año se han presentado y analizado los resultados de las mediciones externa e interna. Se realizaron reuniones con el fin de 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 a través del 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 2016 y continuar mejorando en el proceso de aplicación de la Guía G4.	Cumplido	Publicamos el IARC 2015 con la participación de los integrantes de diferentes áreas del Banco. Comenzamos a trabajar en la designación de los referentes de las distintas áreas que aportan información a para la confección del IARC 2016.	Realizar la publicación del IARC 2016 e iniciar el proceso de elaboración del IARC 2017. Continuar mejorando en el proceso de reporte y aplicación de la Guía GRI G4.
	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	difundiendo el Programa de Educación Financiera BBVA Francés y todas las acciones de RSC que realiza el Banco. En cada uno de los viajes realizados a las diferentes 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 llevamos adelante. Asimismo en las reuniones de inducción a los nuevos empleados se les informa sobre todas las acciones que el Banco realiza en temas de RSC.	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. Ampliar el alcance de la Educación Financiera para adultos.
Compromiso con principios de RSC	Pacto Global Argentina	Cumplir con el plan de trabajo relacionado al Pacto Global y la Comunicación de Progreso (COP)	Cumplido	Se atendió al programa de trabajo de la Red Argentina del Pacto Global.	Cumplir con el plan de trabajo relacionado al Pacto Global y presentar la COP anual.

Avances 2016 y desafíos 2017 (cont.)

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2016	ESTADO DE AVANCE	CUMPLIMIENTO EN 2016	DESAFÍO 2017
Compromiso con principios de RSC (cont.)	FARN Fundación Ambiente y Recursos Naturales	Se continuará acompañando en las variadas actividades que lleven adelante.	Cumplido	Acompañamiento y adhesión a los estudios e investigaciones que realiza FARN (Fundación Ambiente y Recursos Naturales)	Se continuará acompañando en las variadas actividades que lleve adelante.
	Colegio Madre Teresa	Nuevo objetivo.	Cumplido	Se apoyó en toda la labor que realiza no sólo a nivel del colegio sino en toda la comunidad en la que está presente.	Se continuará acompañando a toda la comunidad del colegio en las variadas actividades que lleve adelante en pos del bienestar de la comunidad en la cual está presente.
Voluntariado Corporativo	Voluntariado Corporativo	Continuar Trabajando con los programas mencionados, incrementando la cantidad de voluntarios y de beneficiarios de nuestras acciones.	Cumplido	<p>En 2016 el 6,22% de la plantilla participó de acciones de Voluntarios BBVA (405 colaboradores). El foco de las iniciativas es la educación y el apoyo a entidades sociales. Se realizaron las siguientes acciones en formato de iniciativas, proyectos y programas:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Talleres de educación financiera en escuelas primarias y secundarias. *Concurso de Proyectos Solidarios. *Destapá tu solidaridad. *Día del niño. *Kits escolares. <p>Con el fin de motivar la participación de los empleados, estas iniciativas se promocionaron desde Comunicaciones Internas a través de distintos canales tales como envío de mails y videos, Comunidades de Google+ y la mención en un bloque especial dentro del Programa de Inducción.</p>	Continuar trabajando con los programas mencionados, incrementando la cantidad de voluntarios y de beneficiarios de nuestras acciones.
Fortalecimiento de reputación en la gestión comercial	Calidad de atención	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. 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.	Cumplido	<p>Las carteras se re-segmentaron asignando grupos de clientes según su subsegmento para garantizar la gestión de todos los tipos de cliente y con oficiales especializados en cada uno de ellos. La integración del segmento PYME con EMPRESAS en las líneas de supervisión de la RED e incluso en ciertos sectores de áreas centrales permitió una visión unificada de los negocios. Respecto a Productividad se generó hacia fin de año un índice que permite revisar la evolución de la misma abierta entre el concepto de Administración de Cartera y de Actividad (venta). Por otro lado se generaron diferentes iniciativas para reducir tareas operativas en los Oficiales, mejorar sus herramientas de gestión y potenciar las oportunidades. En el mundo de la digitalización de clientes se siguen incrementando las funcionalidades en Francés Net Cash y en Francés Net Cash Móvil. En el ámbito de la adquisición de clientes y de aumento de la transaccionalidad se fomentaron las acciones para la mayor captación y actividad a través de campañas, políticas y herramientas específicas.</p>	Mejorar las herramientas de gestión e informacionales de Banca Empresas. Generar procesos innovadores para adquisición de clientes y gestión de los mismos. Realizar planes de mejora de productividad, en función del índice implementado a fines de 2016. Garantizar atención integral de los clientes Empresas en nuestra red de sucursales ajustando el modelo de atención cuando sea necesario.

Avances 2016 y desafíos 2017 (cont.)

LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2016	ESTADO DE AVANCE	CUMPLIMIENTO EN 2016	DESAFÍO 2017	
Fortalecimiento de reputación en la gestión comercial (cont.)	Reducción de riesgos en la gestión comercial	Implementación de una nueva herramienta como metodología de trabajo.	Cumplido	Se trabajó en la herramienta de medición de los Riesgos Reputacionales con las diferentes áreas responsables de velar por dichos riesgos. Reuniones de trabajo del Comité Operativo de Riesgos Reputacionales.	Optimizar la implementación de la 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	En BBVA Francés continuamos mejorando los logros en materia de Clima Laboral. Subimos tres puntos en el resultado general de la Encuesta de Clima Laboral respecto de la medición 2015 y por tercer año consecutivo somos una de las diez mejores empresas para trabajar del país y escalamos dos posiciones en el Ranking Great Place to Work. Esto significa una mejora en el entorno de trabajo y un reconocimiento de nuestros empleados que nos motiva a seguir trabajando con la confianza de que seguimos transitando el camino correcto. Respecto de las acciones realizadas, se destacan: <ul style="list-style-type: none"> - Ejecución de "planes de acción transversales", focalizados en tres ejes: imparcialidad, respeto y camaradería. - Realización de "Talleres de acompañamiento a líderes" para áreas con oportunidades de mejora del clima. - Campaña de valoración de los equipos con alto rendimiento en la encuesta de clima del año anterior, con el objetivo de compartir con el resto de la compañía las mejores prácticas que desarrollaron para lograr un excelente clima laboral entre sus equipos. - Rediseño del Culture Audit. 	Mantener los logros alcanzados en materia de clima laboral y continuar trabajando para mejorar el entorno de trabajo y brindarle a los líderes herramientas para construir y sostener un equipo de trabajo altamente competitivo. Mantenernos en el ranking de las 10 mejores empresas para trabajar de nuestra categoría.
	Beneficios para clientes de Banca Empresas	A través de los diversos planes destinados a mejorar la experiencia del cliente, se pretende seguir mejorando la misma en varios ámbitos. 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. 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. 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.	Cumplido	Proyectos como fulltime lobby y el recambio e incorporación de nuevos dispositivos permiten generar mejores experiencias de atención a nuestros clientes tanto en lo que hace al servicing como en la atención comercial a través de la suma de encoladores. En el mundo digital, se lanza una nueva versión de Francés Net con nuevas funcionalidades, y una imagen y navegación totalmente modernizadas. Francés Net móvil, no solo incorpora cada vez más clientes sino que también sus funcionalidades van en crecimiento para casi empujar lo vigente en Francés Net. Francés GO continúa siendo la plataforma de beneficios para clientes y no clientes, con experiencias únicas en el mercado. Los espacios Premium se siguen implementando en la RED de sucursales brindando una atención distinguida a este segmento.	Seguir implementando planes de productividad y eficiencia, identificando las necesidades de los clientes y escuchando que tipo de experiencias son las que desean vivir en nuestro Banco. Implementar nuevos modelos de atención, como ser con ejecutivos remotos que brinden un servicio diferencial y más digital a nuestros clientes. Ampliar las ofertas por canales digitales permitiendo cada vez más que los clientes se auto-gestionen en función de sus necesidades y sus tiempos.

Avances 2016 y desafíos 2017 (cont.)

	LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2016	ESTADO DE AVANCE	CUMPLIMIENTO EN 2016	DESAFÍO 2017
Acceso al sistema de sectores menos favorecidos	Bancarización de sectores menos favorecidos	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.	Cumplido	Se llevó adelante el Programa de Educación Financiera BBVA Francés - 10ma Edición, que beneficia en forma directa a 1.466 alumnos de 36 centros educativos, en 13 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a través de alianzas con 23 ONG en vinculación con 208 colegios. Como resultado de las donaciones de personas físicas o jurídicas, 134 jóvenes se vieron beneficiados.	Continuar con el Programa de Educación Financiera BBVA Francés en el 2017 y su difusión. Expandir y desarrollar el programa "Mi Primera Empresa". Asimismo implementar el programa de Educación Financiera "Finanzas para la Vida" con ANSES destinado a jubilados
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	Se mantienen y acompañan los programas. Se realizan acciones de sensibilización en este tema y un seguimiento personal de los empleados alcanzados. 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 *Realización 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). *Compartir en las Management Review métricas sobre: composición área por género y promociones por género. *Continuamos con la ampliación de la licencia por paternidad a 10 días. *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.	Generar/Analizar nuevas acciones de promoción de la equidad entre mujeres y varones en BBVA Francés.
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 2016 y de las novedades que surjan. (Posicionamiento del BBVA Francés: Banca Responsable)	Cumplido	Se informó a través de la página web www.argentina.bancaresponsable.com todas las acciones que se llevaron a cabo en 2016 a favor de la sociedad.	Se continuará con la actualización de la página web difundiendo las acciones que se realizaran en el 2017 a favor de la sociedad y de las novedades que surjan.

Avances 2016 y desafíos 2017 (cont.)

LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2016	ESTADO DE AVANCE	CUMPLIMIENTO EN 2016	DESAFÍO 2017	
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	Se participó 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
		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.	Cumplido	Se participó 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.
		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.	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.
		Continuar las acciones de formación, concientización y sensibilización relativas a temas de Integridad	Cumplido	Participación en Comités Territoriales a demanda de cada territorio y en función de su disponibilidad y charlas de inducción a nuevos ingresantes. Durante el año realizaron encuestas al personal sobre contenidos del Código de Conducta.	Continuar participando en los comités territoriales.
		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.	Parcialmente Cumplido	El 84% de la dotación del Banco ha realizado el curso de Código de Conducta.	Tener un cumplimiento del 100% de la dotación del Banco con el curso de Código de Conducta.
Política de Defensa	Principios criterios y normas de actuación para solicitudes de financiación relacionadas con el sector de Defensa	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.	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.

Avances 2016 y desafíos 2017 (cont.)

LÍNEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2016	ESTADO DE AVANCE	CUMPLIMIENTO EN 2016	DESAFÍO 2017	
Consideración de factores ambientales y sociales en el análisis de riesgo crediticio	Factores ambientales y sociales en el análisis del riesgo crediticio	Durante el año entrante se reevaluarán los controles a implementarse para la medición de riesgos medioambientales en la Admisión de riesgo crediticio.	Cumplido	Se realizaron las actualizaciones de políticas en línea con la normativa vigente. En noviembre 16 se actualizó la normativa de Principios de Ecuador, a la que el Banco adhiere; referida a la necesidad de evaluar el impacto ambiental en caso de financiamientos de proyectos de inversión relevantes.	Luego de la implementación de la Normativa de Principios de Ecuador, referida al impacto medioambiental y social de las financiamientos otorgadas, continuaremos con su aplicación y cumplimiento, realizando un seguimiento de las mismas.
Compras y gestión ambiental	Ampliación de los criterios de RC en las compras	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.	Cumplido	Luego de un proceso de licitación se designó a la firma Grupo Eco Gestionar, la cual tiene a su cargo la administración y expansión del sistema de gestión ambiental, como así también el cumplimiento de los requisitos legales que aplican en la materia.	Finalizar gestiones administrativas pendientes y aumentar el número de sucursales que certifiquen el sistema de gestión ambiental.
	Sistema de Gestión Ambiental	Organizar los talleres de reciclado y separación de residuos en los edificios centrales, en forma conjunta con el Gobierno de la Ciudad.	Parcialmente Cumplido	Por cambios en la estructura del Gobierno de la Ciudad, no se llegaron a implementar los talleres en forma conjunta. En su lugar junto a la consultora hemos comenzado con dichos talleres en los edificios centrales. Puntualmente en el mes de noviembre hemos terminado con el edificio de la calle Alsina 1718. Luego se continuará con el edificio de Reconquista 199 y Venezuela 540. En el mes de enero comenzaremos a dictarlos en las 85 sucursales de la red, que forman parte del sistema de gestión ambiental.	Continuar con los talleres, e implementar a través de intranet cursos interactivos de reciclados de residuos y medio ambiente, que sean de matriculación obligatorio para toda la red.
		Finalizar los trámites pendientes y continuar con la inclusión del resto de las sucursales	Parcialmente Cumplido	Ecogestionar SRL, como empresa de Facility Management Ambiental contratada por el BBVA Francés, se encuentra llevando adelante los tramites vinculados a permisos y sus renovaciones tanto en el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación como Agencia de Protección Ambiental de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (ej. inscripción en residuos peligrosos, renovaciones de Certificados de Aptitud Ambiental, etc.) son instados permanentemente a través de los apoderados de la Institución a fin de obtener las acreditaciones correspondientes. Si bien todo se ha presentado en tiempo y forma, la Administración aún no se ha expedido, razón por la cual BBVA en calidad de administrado no deja de reclamar a través de los impulsos correspondientes.	Finalizar los trámites pendientes y continuar con la inclusión del resto de las sucursales.

Criterios y estándares del IARC

Este es nuestro décimo Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC). En BBVA Francés estamos realmente comprometidos con el desarrollo sostenible de la entidad y de la sociedad en su conjunto. Hace diez años que realizamos este proceso de reportar, para rendir cuentas a nuestros públicos clave sobre el desempeño en los temas estratégicos del negocio.

A través de este Informe esperamos llegar a nuestros grupos de interés claves -empleados, clientes, accionistas, proveedores, la comunidad y el medioambiente, nuestras acciones en materia económica, social y ambiental realizadas durante el año. Y a fines comparativos, mostramos la evolución de nuestra gestión de Responsabilidad Corporativa a través de indicadores cuantitativos de períodos anteriores.

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 2016 y el 31 de diciembre de 2016, dando cumplimiento a nuestro compromiso de emitir reportes anualmente, siendo que el reporte anterior fue el IARC 2015.

El informe incluye un análisis de materialidad que permite identificar cuáles son los asuntos relevantes para los grupos de interés sobre los que se reporta. El foco de la actuación de BBVA Francés en 2016 está en la transformación digital como estrategia, que tiene un impacto directo en la evolución de los negocios y en la relación con ellos. En su redacción se han seguido criterios de comunicación transparente, clara y responsable.

El presente informe fue revisado y validado por el Comité de Disclosure y fue verificado externamente por Deloitte Argentina. De esta manera incorporamos validación externa a esta práctica de rendición de cuentas.

En este nuevo informe, hemos tenido en cuenta las recomendaciones y las oportunidades de mejora identificadas tanto por nuestro equipo como por la verificación externa, para mejorar el proceso y contenidos de esta publicación.

Referencias básicas y estándares internacionales.

Hemos elaborado nuestro Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, según los lineamientos de Global Reporting Initiative (GRI), en su versión G4, de conformidad con la opción "Esencial", en el que incluimos el suplemento sectorial para la industria financiera. Además adoptamos la Norma Internacional ISO 16000:2010 de Responsabilidad Social.

El IARC 2016 es nuestra Comunicación de Progreso (COP), en la que comunicamos nuestros avances respecto a los 10 principios promovidos por Pacto Mundial de Naciones Unidas, a la que estamos adheridos desde el año 2004.

Adjuntamos la Tabla GRI G4, donde damos a conocer la referencia en respuesta a los indicadores de la guía del GRI y a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

Tabla GRI

La siguiente Tabla presenta la información de este documento relacionada con los contenidos de la Guía G4 de GRI - Iniciativa de Reporte Global, y su Suplemento Sectorial para la Industria Financiera, alcanzando la opción esencial "de conformidad".

A su vez presentamos en esta tabla, nuestra Comunicación para el Progreso (COP) como requisito al compromiso que mantenemos con los 10 Principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

Indicadores GRI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
G4-1: 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.	Carta del Presidente	Requerimiento mínimo para la COP	-
G4-2: Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.	Carta del Presidente - Política de RSC - Prioridades estratégicas - Compromisos y prácticas responsables - IARC y Diálogo con los Grupos de Interés - Análisis de Materialidad Principio de Precaución y Gestión del Riesgo - Estrategia - Visión y Propósito - Plan de Negocio Responsable - Avances 2016 y Desafíos 2017 - Información de revisión independiente.	Requerimiento mínimo para la COP	-
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-3: Nombre de la organización.	BBVA en Argentina		-
G4-4: Marcas, productos y servicios más importantes.	BBVA en Argentina - Relación con clientes, canales y servicios		-
G4-5: Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	BBVA en Argentina		-
G4-6: Número de países en los que opera la organización.	BBVA en el mundo		-
G4-7: Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	BBVA en Argentina		-
G4-8: Indique en que mercados se sirve.	BBVA en el mundo - BBVA en Argentina - Relación con clientes, canales y servicios		-
G4-9: Determine la escala y dimensiones de la organización.	BBVA en el mundo - BBVA en Argentina - Datos Básicos de BBVA Banco Francés S.A.		-
G4-10: Desglose de empleados de la organización.	Datos Básicos de BBVA Banco Francés S.A. Equipo (tablas)		-
G4-11: Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Datos Básicos de BBVA Banco Francés S.A.	Principio 6	-
G4-12: Descripción de la cadena de suministro de la organización.	Proveedores	Principio 3	-
G4-13: Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Reporte en el tamaño, estructura, propiedad accionarial o cadena de suministro de la organización.	Carta del Presidente NOTA 1: Durante el período no hubo cambios significativos en el tamaño, estructura y propiedad de la organización ni cambios significativos en la cadena de suministro.		-
G4-14: Descripción de cómo la organización aborda el principio de precaución.	Carta del Presidente - Política de RSC - Compromisos y prácticas responsables - IARC y Diálogo con los Grupos de Interés - Análisis de Materialidad - Principio de Precaución y Gestión del Riesgo - Estrategia - Visión y Propósito - Plan de Negocio Responsable - Avances 2016 y Desafíos 2017 - Información de revisión independiente		-
G4-15: Lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	Compromisos en Iniciativas, Índices y Cámaras Política Medioambiental - Criterios y estándares del IARC		-
G4-16: Lista con las asociaciones y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece	Compromisos en Iniciativas, Índices y Cámaras		-

Indicadores GRI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES (cont.)

	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA			
G4-17: Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	BBVA en Argentina		-
G4-18: Proceso para definir el Contenido de la memoria y la Cobertura de cada Aspecto.	Análisis de Materialidad		-
G4-19: Lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	Análisis de Materialidad		-
G4-20: Cobertura de cada Aspecto material dentro de la organización	Análisis de Materialidad - Impacto en los Grupos de Interés		-
G4-21: Cobertura de cada Aspecto material fuera de la organización	Análisis de Materialidad - Impacto en los Grupos de Interés		-
G4-22: Consecuencias de las reformulaciones de la información de memorias anteriores y sus causas.	NOTA 2: En caso de aclaraciones de reformulación de información se realizan a lo largo del reporte.		-
G4-23: Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	NOTA 3: En caso de aclaraciones sobre los cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance y cobertura del Reporte se realizan a lo largo del mismo.		-
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24: Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización	Diálogo con los grupos de interés		-
G4-25: Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Diálogo con los grupos de interés		-
G4-26: Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	Diálogo con los grupos de interés		-
G4-27: Señale que cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización.	Diálogo con los grupos de interés- Impacto en los grupos de interés- Clima laboral- Relación con clientes, canales y servicios- Diálogo con nuestros proveedores- Análisis de Materialidad- Avances 2016 y Desafíos 2017		-
PERFIL DE LA MEMORIA			
G4-28: Período cubierto por la información contenida en el Reporte.	Criterios y estándares del IARC		-
G4-29: Fecha del Reporte anterior más reciente.	NOTA 4: Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2015 - IARC 2015		-
G4-30: Ciclo de presentación de memorias	NOTA 5: Anual		-
G4-31: Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	Retiración de contratapa - Contacto		-
G4-32: Indique que 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 la verificación externa, si procede.	Criterios y estándares del IARC - Tabla GRI Informe de Verificación Independiente		-
G4-33: Política y práctica sobre verificación externa.	Informe de Verificación Independiente		-

Indicadores GRI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES (cont.)

	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
GOBIERNO			
G4-34: Estructura de gobierno de la organización y sus comités.	Gobierno Corporativo		-
G4-35: Proceso de delegación de autoridad en temas económicos, ambientales y sociales del máximo órgano de gobierno hacia los altos ejecutivos y otros empleados.	Gobierno Corporativo - Sistema de Comités		-
G4-36: Indique si existen cargos ejecutivos o con responsabilidad en temas económicos, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente al máximo órgano de gobierno.	Gobierno Corporativo - Primera línea ejecutiva		-
G4-37: Procesos de consulta entre los grupos de interés y el máximo órgano de gobierno, en temas económicos, ambientales y sociales.	Sistema de Gobierno Corporativo		-
G4-38: Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités.	Gobierno Corporativo - Primera línea ejecutiva Sistema de Comités		-
G4-39: Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	Gobierno Corporativo - Miembros del Directorio - Primera línea ejecutiva		-
G4-40: Procesos de nombramiento y selección para el máximo órgano de gobierno y sus comités, y criterio utilizado para la nominación y selección de los miembros del máximo órgano de gobierno.	Sistema de Gobierno Corporativo - Estándares para el desempeño del cargo de director		-
G4-41: Procedimientos para evitar y gestionar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Sistema de Gobierno Corporativo - Gestión de control interno - Código de Conducta		-
G4-42: 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.	Visión y Propósito- Sistema de Gobierno Corporativo		-
G4-44: Procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales.	Sistema de Gobierno Corporativo		-
G4-45: 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.	Sistema de Gobierno Corporativo - Análisis de Materialidad - Riesgo reputacional		-
G4-46: Rol del máximo órgano de gobierno en la revisión de la eficacia de los procesos organizacionales de gestión del riesgo de temas económicos, ambientales y sociales.	Sistema de Gobierno Corporativo - Análisis de Materialidad - Riesgo reputacional		-
G4-47: Frecuencia de supervisión del máximo órgano de gobierno sobre impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.	Sistema de Gobierno Corporativo		-
G4-48: Máximo comité o posición que revisa y aprueba formalmente el reporte de sostenibilidad de la organización y asegura que todos los aspectos materiales estén cubiertos.	Sistema de Gobierno Corporativo - Criterios y estándares del IARC		-
G4-49: Proceso para comunicar preocupaciones críticas al máximo órgano de gobierno.	Sistema de Gobierno Corporativo - Sistema de Comités		-
G4-50: Naturaleza y número total de preocupaciones críticas que fueron comunicadas al máximo órgano de gobierno y mecanismos utilizados para su resolución.	Sistema de Gobierno Corporativo - Análisis de Materialidad		-
G4-51: Políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	Sistema de Gobierno Corporativo - Retribución		-

Indicadores GRI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES (cont.)

	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-52: Procesos para determinar la remuneración.	Sistema de Gobierno Corporativo		-
G4-53: Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución.	Sistema de Gobierno Corporativo		-
G4-54: Relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización con la retribución total anual media de toda la plantilla.	NOTA 6: Por razones de confidencialidad y seguridad de nuestros empleados, y debido al contexto del país donde desarrollamos nuestras operaciones, este indicador no se reporta.		-
G4-55: Ratio entre el incremento porcentual de la compensación total del individuo mejor pago y el incremento porcentual promedio de la compensación total anual para todos los empleados.	NOTA 6: Por razones de confidencialidad y seguridad de nuestros empleados, y debido al contexto del país donde desarrollamos nuestras operaciones, este indicador no se reporta		-
ÉTICA E INTEGRIDAD			
G4-56: Declaraciones de misión, valores y códigos de conducta.	Visión y Propósito - Código de Conducta Sistema de Cumplimiento - Auditoría Interna	Principio 10	-
G4-57: Mecanismos internos y externos para el asesoramiento sobre comportamiento ético y legal, y asuntos relacionados con la integridad organizacional, tales como líneas de ayuda.	Sistema de Cumplimiento - Auditoría Interna - Código de Conducta	Principio 10	-
G4-58: Mecanismos internos y externos para reportar preocupaciones sobre comportamiento no ético o ilegal, y asuntos relacionados con la integridad organizacional, tales como la denuncia de irregularidades o líneas directas.	Sistema de Cumplimiento - Auditoría Interna - Código de Conducta	Principio 10	-

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

ASPECTOS MATERIALES	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
Desempeño económico	Enfoque de gestión	BBVA en Argentina - Estrategia	Requerimiento para la COP	
	G4-EC1: Valor económico directo generado y distribuido.	Datos básicos de BBVA Banco Francés (tabla)		SI
	G4-EC3: Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	Datos básicos de BBVA Banco Francés (tabla)		-
	G4-EC4: Ayudas económicas recibidas otorgadas por entes del gobierno.	NOTA: BBVA Banco Francés S.A. no ha recibido ayudas financieras del gobierno durante el período 2016.		-
Presencia en el mercado	Enfoque de gestión	Sistema de Gobierno - Estrategia		
	G4-EC5: Relación entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local por género en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Nuestro equipo (tabla, principales cifras)	Principio 6	SI
	G4-EC6: Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local, en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Miembros del Directorio	Principio 6	-

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS (cont.)

ASPECTOS MATERIALES	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
Impactos económicos indirectos	Enfoque de gestión	Estrategia		
	G4-EC8: Impactos económicos indirectos significativos, y alcance de los mismos.	Apoyo a PYMES NOTA: La información no se encuentra disponible actualmente, dado que dicha información no se encuentra disponible actualmente. Se trabajará en la gestión de la misma para futuros reportes.		
Materiales	Enfoque de gestión	MEDIOAMBIENTE - Política Medioambiental		
	G4-EN1: Materiales por peso o volumen.	Gestión de residuos y uso de materiales	Principio 7 y 8	SI
	G4-EN2: Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Gestión de residuos y uso de materiales	Principio 8	
Energía	Enfoque de gestión	Plan de Ecoeficiencia		
	G4-EN3: Consumo energético interno.	Tabla Indicadores Ambientales - Consumo Agua y Energía	Principio 7 y 8	SI
	G4-EN4: Consumo energético externo.	Gastos e Inversiones Ambientales	Principio 8	
	G4-EN6: Reducción del consumo energético.	Gestión del Consumo de Agua y Energía	Principio 8 y 9	
Agua	Enfoque de gestión	Tabla Indicadores Ambientales Consumo Agua y Energía		
	G4-EN8: Captación total de agua según la fuente.	Gestión del consumo de Agua y Energía	Principio 7 y 8	SI
Emisiones	Enfoque de gestión	MEDIOAMBIENTE - Política Medioambiental Gestión Emisiones Atmosféricas		
	G4-EN15: Emisiones directas de gases de efecto invernadero (fuentes dentro de la organización).	Gestión de las emisiones atmosféricas - indicadores	Principio 7 y 8	
	G4-EN16: Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	Gestión de las emisiones atmosféricas - indicadores	Principio 7 y 8	
	G4-EN17: Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	Gestión de las emisiones atmosféricas - indicadores	Principio 7 y 8	SI
	G4-EN 18: Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Gestión de las emisiones atmosféricas - indicadores	Principio 8	
	G4-EN 19: Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Gestión de las emisiones atmosféricas - indicadores	Principio 8 y 9	
Efluentes y residuos	Enfoque de gestión	MEDIOAMBIENTE - Política Medioambiental Plan de Ecoeficiencia - Gestión de residuos		
	G4-EN 23: Peso total de los residuos según tipo y método de tratamiento.	Baterías y residuos electrónicos. NOTA: No se encuentra disponible para reportar el peso de algunos de los residuos como RSU y reciclables.	Principio 8	SI
Productos y servicios	Enfoque de gestión	MEDIOAMBIENTE - Política Medioambiental - Plan de Ecoeficiencia		
	G4-EN27: Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	Impacto ambiental de productos y servicios	Principio 7, 8 y 9	SI
General	Enfoque de gestión	MEDIOAMBIENTE - Política Medioambiental Plan de Ecoeficiencia		
	G4-EN31: Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	Tabla de gastos e inversiones ambientales	Principio 7, 8 y 9	SI

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS (cont.)

ASPECTOS MATERIALES	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
Evaluación ambiental de los proveedores	Enfoque de gestión	Proveedores - Sistema de Homologación		
	G4-EN32: Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	Diálogo y gestión de sustentabilidad con nuestros proveedores	Principio 8	SI
Empleo	Enfoque de gestión	Equipo - Diversidad e Igualdad de oportunidades - Selección Desarrollo y Formación - Política de remuneraciones		
	G4-LA1: Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	Equipo - Índice de rotación NOTA: No se reporta la tasa de contrataciones acorde a las directrices de GRI, ya que no forma parte de la gestión interna del Banco.	Principio 6	SI
	G4-LA2: Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	Compensación y remuneración		
Salud y Seguridad en el trabajo	Enfoque de gestión	Equipo - Salud y Seguridad Capacitación en Salud y Seguridad		
	G4-LA5: Porcentaje de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	Salud y Seguridad - Indicadores		
	G4-LA6: Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	Salud y Seguridad - Indicadores		
	G4-LA7: Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.	Salud y Seguridad - Indicadores NOTA: los empleados del Banco no están expuestos a riesgos elevados o enfermedades peligrosas		SI
Capacitación y educación	Enfoque de gestión	Equipo - Selección Desarrollo y Formación		
	G4-LA9: Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Formación y capacitación	Principio 6	
	G4-LA10: 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.	Desarrollo y formación - Formación y capacitación		
	G4-LA11: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Evaluación de actuación	Principio 6	SI
Diversidad e igualdad de oportunidades	Enfoque de gestión	Equipo - Diversidad e Igualdad de oportunidades - Selección Desarrollo y Formación		
	G4-LA12: 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.	Gobierno Corporativo - Primera línea ejecutiva Equipo - Desglose categoría laboral y edad	Principio 6	SI

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS (cont.)

ASPECTOS MATERIALES	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	Enfoque de gestión	Proveedores - Diálogo y gestión de sustentabilidad con nuestros proveedores		
	G4-LA14: Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	Diálogo y gestión de sustentabilidad con nuestros proveedores		SI
No discriminación	Enfoque de gestión	Nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa - Diversidad e igualdad de oportunidades		
	G4-HR3: Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Diversidad e igualdad de oportunidades. NOTA: No se registraron incidentes de discriminación durante el ejercicio.	Principio 6	SI
Libertad de asociación y negociación colectiva	Enfoque de gestión	Nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa- Prioridades Estratégicas - Plan de Negocio Responsable - Compromisos y prácticas responsables - Política y Principios de Gestión con Proveedores		
	G4-HR4: Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derechos de acogerse a convenios colectivos puedan infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	Relación sindical - Sistema de cumplimiento	Principio 3	SI
Trabajo infantil	Enfoque de gestión	Nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa- Prioridades Estratégicas - Plan de Negocio Responsable - Compromisos y prácticas responsables - Política y Principios de Gestión con Proveedores		
	G4-HR5: 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.	Sistema de cumplimiento	Principio 5	SI
Trabajo forzoso	Enfoque de gestión	Nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa - Política de RSC Prioridades Estratégicas - Plan de Negocio Responsable - Compromisos y prácticas responsables - Política y Principios de Gestión con Proveedores		
	G4-HR6: Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	Sistema de cumplimiento	Principio 4	SI
Medidas de Seguridad	Enfoque de gestión	Política de RSC - Prioridades Estratégicas - Plan de Negocio Responsable - Compromisos y prácticas responsables - Salud y Seguridad - Política y Principios de Gestión con Proveedores		
	G4-HR7: 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.	Capacitación a personal de seguridad	Principio 1	SI

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS (cont.)

ASPECTOS MATERIALES	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
Evaluación de los proveedores en Materia de Derechos Humanos	Enfoque de gestión	Política de RSC - Prioridades Estratégicas - Plan de Negocio Responsable - Compromisos y prácticas responsables - Salud y Seguridad - Política y Principios de Gestión con Proveedores		
	G4-HR10: Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos	Diálogo y gestión de sustentabilidad con nuestros proveedores.	Principio 2	SI
Comunidades locales	Enfoque de gestión	Nuestra Política de Responsabilidad Corporativa- Plan de Negocio Responsable - Estrategia - Sociedad		
	G4-S01: Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Programa de Educación Financiera BBVA Francés	Principio 1	
	FS14: Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.	Programa de Educación Financiera BBVA Francés		SI
Lucha contra la corrupción	Enfoque de gestión	Nuestra Política de Responsabilidad Corporativa- Prioridades Estratégicas - Plan de Negocio Responsable- Compromisos y prácticas responsables - Gestión control y prevención del fraude - Principios de Ecuador - Código de Conducta - Política y Principios de Gestión con Proveedores		
	G4-S03: Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	Principio de Precaución y Gestión del Riesgo - Gestión de Control Interno - Sistema de Cumplimiento - Gestión control y prevención del fraude. NOTA: 100% de las áreas de negocio son evaluadas en materia de corrupción.	Principio 10	
	G4-S04: Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Capacitación Código de Conducta Capacitación Principios de Ecuador Capacitación Prevención Lavado de Dinero NOTA: No se reportan los desgloses acorde a las directrices de GRI dado que dicha información no se encuentra disponible actualmente. Se trabajará en la gestión de la misma para futuros reportes.	Principio 10	SI
	G4-S05: Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	No se registraron casos de corrupción durante el ejercicio.	Principio 10	
Política Pública	Enfoque de gestión	Política de RSC - Prioridades Estratégicas - Plan de Negocio Responsable		
	S06: Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	Plan de Negocio Responsable. NOTA: No se han recibido contribuciones políticas económicas directa o indirectamente en el ejercicio 2016.	Principio 10	SI

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS (cont.)

ASPECTOS MATERIALES	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
Cumplimiento regulatorio	Enfoque de gestión	Sistema de cumplimiento		
	G4-S08: Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	NOTA: No se registraron multas ni sanciones por incumplimiento de la legislación y la normativa durante el ejercicio.		SI
Salud y seguridad de los clientes	Enfoque de gestión	Seguridad y protección al cliente		
	G4-PR1: Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Seguridad y protección al cliente		SI
Etiquetado de los productos y servicios	Enfoque de gestión	Compromisos y prácticas responsables - Calidad de servicio al cliente - Comunicación TCR - Transparencia en publicidad		
	G4-PR3: Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	Comunicación TCR - Transparencia en la publicidad		
	G4-PR4: 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.	NOTA: No se registraron incumplimientos, multas ni incidentes durante el ejercicio.		
	G4-PR5: Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Calidad de servicio al cliente- Mejora de la experiencia del cliente		SI
	G4-FS15: Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros.	Comunicación TCR - Transparencia en publicidad		
	G4-FS16: Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	Educación Financiera - Programa de Educación Financiera BBVA Francés		
Comunicaciones de Mercadotecnia	Enfoque de gestión	Compromisos y prácticas responsables Comunicación TCR- Calidad de servicio al cliente - Transparencia en publicidad		
	PR7: 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.	Transparencia en la publicidad		SI
Privacidad del Cliente	Enfoque de gestión	Seguridad y protección al cliente		
	G4-PR8: Número de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	No se registraron reclamaciones durante el ejercicio.		SI
Cumplimiento regulatorio	Enfoque de gestión	Seguridad y protección al cliente		
	G4-PR9: Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	NOTA: No se registraron reclamaciones sobre la privacidad y la fuga de datos de nuestros clientes en el ejercicio 2016.		SI

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS (cont.)

ASPECTOS MATERIALES	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	SECCIÓN	PACTO MUNDIAL	VERIFICACIÓN EXTERNA
Cartera de productos	Enfoque de gestión	Visión y Propósito - Política de RSC Prioridades Estratégicas - Plan de Negocio Responsable - Compromisos y prácticas responsables - Medioambiente - Sociedad		
	G4-FS7: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Programa de Educación Financiera. Tabla de Valor monetario de los productos y servicios destinados a proporcionar un beneficio social.		SI
Propiedad activa	Enfoque de gestión	Política de RSC - Prioridades Estratégicas Plan de Negocio Responsable - Compromisos y prácticas responsables		
	G4-FS10: 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.	Voluntariado		SI

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

Señores del
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 2016 (en adelante "IARC") adjunto, correspondiente al período 1° de enero 2016 al 31 de diciembre de 2016, 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 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 Resolución Técnica N° 35 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 IARC con el alcance detallado en el presente informe.

La verificación externa la planteamos como una Revisión Limitada, basada en la International Standard on Assurance Engagement 3000 (ISAE-3000) de la International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB), la cual establece una serie de procedimientos a los auditores para emitir su opinión sobre aspectos distintos de la información financiera, conjuntamente con la Norma Accountability 1000 Assurance Standard (AA1000AS).

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 incorporada en dicho informe. También se incluye una evaluación de las estimaciones, e indagaciones a las personas responsables de la preparación de la información

Deloitte & Co. S.A. Registro de Soc. Com. CPCECABA T°1 Folio 3

Deloitte se refiere a una o más de las firmas miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una compañía privada del Reino Unido limitada por garantía ("DTTL"), su red de firmas miembro, y sus entidades relacionadas. DTTL y cada una de sus firmas miembro son entidades únicas e independientes y legalmente separadas. DTTL (también conocida como "Deloitte Global") no brinda servicios a los clientes. Una descripción detallada de la estructura legal de DTTL y sus firmas miembros puede verse en el sitio web www.deloitte.com/about.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited es una compañía privada limitada por garantía constituida en Inglaterra y Gales bajo el número de compañía 07271800, con domicilio legal en Hill House, 1 Little New Street, London, EC4A, 3TR, United Kingdom.

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:

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, mencionados en la columna verificación externa de la tabla GRI del informe adjunto, 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 la columna verificación externa de la tabla GRI del informe adjunto;
- 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 2016 al 31 de diciembre de 2016 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, 17 de febrero de 2017.

DELOITTE & Co. S.A.

(Registro de Sociedades Comerciales
C.P.C.E.C.A.B.A. - T° 1 - F° 3)



Martín M. Carmuega

Contador Público (UBA)

C.P.C.E.C.A.B.A. - T°264 - F°198

Coordinación general:

Dirección de Relaciones Institucionales BBVA Francés

Contacto

Para comentarios, consultas u opiniones sobre nuestra gestión de Responsabilidad Corporativa y este Informe Anual, puede contactarse con nosotros a través de los siguientes canales de comunicación:

www.bbvafrances.com.ar

www.argentina.bancaresponsable.com

Asesores externos:

ReporteSocial

www.reportesocial.com

Diseño:

Luz Fiumara | diseño + fotografía - www.luzfiumara.com.ar

Fotografía:

Livio Giordano