

Informe Anual 2009
Responsabilidad Corporativa

BBVA, trabajamos
por un futuro mejor
para las personas



INTRODUCCIÓN E ÍNDICE



Presentamos nuestro tercer Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de BBVA Banco Francés con el objetivo de informar a nuestros grupos de interés las actividades realizadas en el marco de nuestra gestión de Responsabilidad y Reputación Corporativa, reportando los principales resultados de nuestro desempeño económico, social y ambiental de 2009. Este Informe fue realizado siguiendo la

Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI), obteniendo una calificación de B+.

La estructura de este Informe sigue los lineamientos de nuestro accionista de referencia, la cual fue definida en base a diálogos con los públicos clave realizados en todos los países donde el BBVA opera.

	Páginas
BBVA Banco Francés, una empresa responsable	Ret-tapa
1. CARTA DEL PRESIDENTE	1
2. PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RC Visión, principios corporativos y posicionamiento Estrategia de negocio La Responsabilidad Corporativa en BBVA Banco Francés Plan estratégico de responsabilidad y reputación corporativas Sistema de Gobierno Corporativo Principio de precaución: la gestión del riesgo Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales Creación de valor para los grupos de interés	4
3. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Identificación y diálogo con los grupos de interés Integración de las expectativas en la gestión Comunicación a los grupos de interés	10
4. ORIENTACIÓN AL CLIENTE Calidad, satisfacción y atención al cliente Seguridad, protección al cliente y continuidad del negocio Transparencia, publicidad y etiquetado Accionistas	12
5. FINANZAS RESPONSABLES Prevención del blanqueo de capitales y financiación de actividades terroristas	18
6. PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES Apoyo a las pequeñas y medianas empresas Acuerdos de colaboración	20
7. GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS Perfil de empleados Empleo y selección Programas de formación en conocimientos y habilidades Clima laboral Comunicación interna Pasión por las personas Beneficios personales No discriminación, igualdad de oportunidades y conciliación Libertad de asociación Salud y seguridad laboral	23
8. COMPRAS RESPONSABLES Política y modelo corporativo de compras Sistema homologación de proveedores Herramientas de gestión y de aprovisionamiento Diálogo con nuestros proveedores	33
9. GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012 Impacto ambiental directo Emisiones atmosféricas Gestión de Residuos Formación y sensibilización medioambiental	36
10. COMPROMISO CON LA SOCIEDAD Aspectos relevantes en la sociedad Programas originados y ejecutados por BBVA Banco Francés Programas originados por BBVA los cuales BBVA Banco Francés adhiere y ejecuta localmente Programas de terceras organizaciones patrocinados por BBVA Banco Francés Promoción de la Responsabilidad Corporativa	41
11. VOLUNTARIADO CORPORATIVO	51
12. PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO	53
13. INFORME DELOITTE	55
14. CRITERIOS DEL INFORME Alcance, relevancia, materialidad y cobertura de la memoria Referencias básicas y estándares internacionales Rigor y verificación	57
15. INDICADORES GRI	59
PROGRESOS 2009 Y OBJETIVOS 2010	63
INDICADORES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	66

Banco Francés una empresa responsable

BBVA Banco Francés S.A., fue constituida bajo el nombre de Banco Francés del Río de la Plata S.A. el 14 de octubre de 1886, sumando más de un siglo de experiencia como líder en la prestación de servicios financieros y no financieros en nuestro país.

Durante 1996, el Banco Bilbao Vizcaya S.A. (actualmente Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.) se transformó en el accionista mayoritario de Banco Francés S.A.. Asimismo, el 11 de agosto de 1997 Banco Francés S.A. adquirió el 71,75% del capital accionario de Banco de Crédito Argentino S.A. y se completó la fusión de los dos bancos con su inscripción final en el Registro Público de Comercio el 5 de marzo de 1998. Finalmente, en la asamblea ordinaria y extraordinaria de accionistas celebrada el 27 de abril de 2000, se aprobó una Resolución para cambiar nuestro nombre por el de BBVA Banco Francés S.A.

Actualmente contamos con una red de 288 sucursales, ofreciendo productos y servicios financieros a más de 1 millón de clientes en todo el país.

Principales hitos de BBVA Banco Francés en 2009

Ejecución del Plan Estratégico de RC enfocado en la educación e inclusión financiera.

Lanzamiento del Programa Voluntarios BBVA.

Realización de Encuesta de calidad de satisfacción a proveedores.

Redacción de la Política de Equidad de Género de BBVA Banco Francés.

Desde nuestra casa matriz en Buenos Aires, Argentina, operamos con una estructura organizativa adaptada al negocio, gestionando nuestras operaciones con responsabilidad y compromiso con el desarrollo social y el buen gobierno corporativo.

BBVA, nuestro accionista de referencia, es un grupo financiero global con una sólida posición de liderazgo en el mercado español y una fuerte presencia internacional en Europa, América y Asia. Está presente en 32 países, emplea a 104.723 personas en todo el mundo, atiende a 48 millones de clientes y tiene más de 884.373 accionistas.

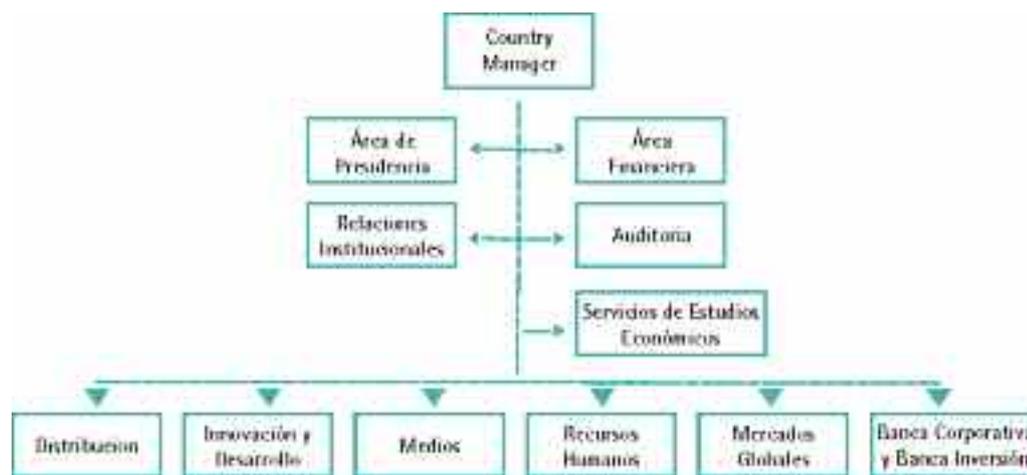
→ Valor económico generado y distribuido (1)
Millones de Pesos ARG

	2009	2008	2007
Valor económico generado (VEG)	3.576,9	2.352,4	1.787,2
Ingresos Financieros	3.016,4	1.979,8	1.619,0
Otros Ingresos Operativos Netos	860,7	704,2	540,1
Otras ganancias y pérdidas netas	-300,2	-331,6	-371,9
TOTAL (por productos y servicios y otros ingresos)	3.576,9	2.352,4	1.787,2
Valor económico distribuido (VED)	3.338,4	2.130,9	1.716,2
Accionistas: Dividendos en efectivo	480,0 (2)	35,0	164,0
Accionistas: Dividendos en acciones		65,0	
Proveedores y otros gastos de administración (Gastos de transformación menos Gastos de Personal)	589,5	455,4	356,5
Empleados: gastos de personal	958,4	667,9	512,6
Clientes	966,6	907,6	683,1
Sociedad (impuestos)	343,9	0	0
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)	238,5	221,5	71
Reservas	0	64,3	47,0

(1) La diferencia con respecto a lo informado en el IARC 2008 se debe al cambio de criterios en la estimación de los indicadores, considerando como valor económico distribuido a clientes, los egresos financieros; los cuales se habían incluido en 2008 en Valor económico generado - Margen Financiero Neto. Además también se reclasificó el cargo por incobrabilidad que en 2008 estaba incluido en el mismo rubro y que a partir de 2009 se incluye en Otras ganancias y pérdidas netas.

(2) Según Estados Contables de BBVA Banco Francés S.A. finalizados el 31 de diciembre de 2009, que fueron aprobados por nuestro Directorio con fecha 19 de febrero de 2010, el mismo ha propuesto la distribución de utilidades por \$ 480.000.000 en concepto de dividendos en efectivo sujeto a la previa autorización del Banco Central de la República Argentina y a la aprobación de la Asamblea de Accionistas.

→ Organigrama y estructura del negocio



→ Datos básicos de BBVA Banco Francés

Miles de Pesos ARG

	2009	2008	2007
Resultados			
Resultado neto	718.462	321.510	235.049
Total Acciones ordinarias en circulación para el ejercicio	487.611	471.361	471.361
Total ADS para el ejercicio	162.537	157.120	157.120
Balance			
Total Activos	23.300.039	23.097.187	19.427.135
Préstamos Netos	10.527.830	11.150.249	10.350.516
Sector Público	315.958	1.365.546	1.415.352
Sector Privado	10.211.872	9.784.703	8.935.164
Total de Depósitos	18.373.907	17.281.633	15.077.949
Patrimonio neto	2.926.472	2.076.024	2.056.837
Actividad			
Número de accionistas	6.797	7.768	6.911
Número de clientes (1)	1.603.952 (3)	1.650.747	1.357.073
Número de empleados	4.082	4252	4.094
Número de sucursales	288 (4)	286	266 (2)
Número de principales proveedores (5)	489	380	350
Otros datos (6)			
Depósitos	6,6%	7,1%	7,0%
Préstamos	6,2%	6,7%	7,5%
Depósitos del Sector Privado	8,6%	9,3%	9,6%
Préstamos al Sector Privado	6,8%	6,9%	7,6%
Resultado por acción (7)	1,47	0,68	0,50
Resultado por ADS	4,41	2,04	1,50
Dividendo en efectivo por acción	0,89492	0,07425	0,34792
Dividendo en efectivo por ADS	2,68476	0,22276	1,04378
Retorno sobre Activo promedio	3,10%	1,51%	1,30%
Retorno sobre Patrimonio neto promedio	28,72%	15,56%	11,72%
Solvencia	14,36%	9,88%	11,84%
Liquidez	55,98%	45,39%	43,74%
Inmovilizado	19,28%	23,53%	24,12%
Endeudamiento	6,96x	10,13x	8,45x

(1) Incluye clientes titulares y cotitulares.

(2) Error de cálculo en la cifra de sucursales reportada en los documentos internos y externos correspondientes a 2007.

(3) Datos al 31/10/2009: Incluye sólo Clientes Titulares - Personas Físicas (Fuente: Inteligencia Comercial - Cubos LAR)

(4) Datos al 30/11/2009: se corrige dato de Diciembre 2008, remitida para el IARC de ese periodo.

(5) Solo se incluye información de proveedores que son gestionados por Compras.

(6) Los cuatro primeros indicadores son cuota de mercado. Banco Francés S.A. respecto del total sistema financiero. Fuente: Banco Central de la República Argentina. BBVA.

(7) La Entidad calculó el resultado neto por acción sobre la base de 487.611.306 acciones ordinarias (calculada como el promedio ponderado de la cantidad de acciones durante los doce meses del ejercicio), y al 31 de diciembre de 2008 sobre la base de 471.361.306, de valor nominal \$1.



Carta del Presidente

En un entorno incierto consecuencia de la crisis internacional y de otros factores locales, hemos mantenido nuestro liderazgo aplicando una estrategia de negocios acorde a las necesidades y requerimientos de nuestros grupos de interés. Nuestra cartera de préstamos al sector privado se incrementó en un 4,4% durante 2009, continuamos focalizándonos en la captación de fondos minoristas incrementando a su vez la participación de los depósitos transaccionales en relación al total de depósitos, las financiaciones con tarjetas de crédito en el segmento minorista crecieron 18,1% interanual, y presentamos excelentes niveles de liquidez y solvencia.

Desde BBVA Banco Francés tenemos un alto compromiso social con nuestros grupos de interés que se materializa en nuestro apoyo al desarrollo del país con la generación de empleo, nuestra colaboración con el crecimiento de nuestra cadena de valor, a través de productos y servicios financieros que acompañan a nuestros clientes en

todas las etapas de su vida, y las actividades que desarrollamos en las comunidades cercanas a nuestras operaciones.

En lo que respecta a nuestra gestión y estrategia de Responsabilidad Corporativa (RC), este año seguimos trabajando para dar respuesta a nuestros grupos de interés con programas y políticas que benefician a todos nuestros públicos clave, y nos permita cada día ir afianzando nuestro vínculo con ellos.

Durante el año 2009 el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa trabajó en la implementación del Plan Estratégico de RC con el desarrollo de actividades sociales y ambientales relacionadas con nuestros dos pilares de acción: la educación y la inclusión financiera.

Continuamos con nuestro Programa “Becas de Integración BBVA Banco Francés” dedicado a

"En lo que respecta a nuestra gestión y estrategia de Responsabilidad Corporativa (RC), este año seguimos trabajando para dar respuesta a nuestros grupos de interés con programas y políticas que beneficien a todos nuestros públicos clave, y nos permita cada día ir afianzando nuestro vínculo con ellos."

Jorge Carlos Bledel
Presidente

fortalecer la integración y permanencia en los estudios de los jóvenes de familias de bajos ingresos, beneficiando este año a 872 becarios con nuevas posibilidades de acceder y permanecer en el sistema educativo.

A su vez, en relación a nuestro público interno, en 2009 BBVA Banco Francés se sumó al Programa Piloto de Certificación de Empresas en Equidad de Género, Mega 2009, impulsado por el INADI (Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia, y el Racismo) y el Banco Mundial, logrando en noviembre la certificación como único representante del sector bancario.

Por último, este año nuestro accionista de referencia BBVA nos invitó a participar de una encuesta a nuestros proveedores en la cual le preguntamos sobre su satisfacción en relación al área de Compras, obteniendo un puntaje de 4,45/5.

Estas y otras actividades relacionadas con

nuestra gestión de RC se encuentran detalladas en esta publicación, nuestro tercer Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, auditado externamente. Este documento fue realizado con el apoyo de todas las áreas del Banco, quienes recopilaron la información y colaboraron en su elaboración. En este proceso utilizamos la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI), alcanzando por primera vez el Nivel de Aplicación de GRI, B+. A su vez, con este Informe damos cumplimiento a los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas para el año 2009, iniciativa a la que adherimos en 2004, momento a partir del cual presentamos anualmente nuestra Comunicación sobre el Progreso.

Es nuestro deseo que a través de este Informe accedan a contar con mayor información sobre las actividades que realizamos en el año. Los invitamos también a hacernos llegar sus inquietudes y sugerencias sobre el Informe y nuestra gestión, de manera que podamos continuar mejorando nuestras actividades con cada uno de los grupos de interés del Banco.

Atentamente,



Jorge Carlos Bledel
Presidente





Principios y política de RC

La Responsabilidad Corporativa es una parte esencial de nuestra cultura que guía nuestra actividad empresarial y nos permiten trabajar con compromiso en el desarrollo sostenible para generar valor a nuestros grupos de interés en el largo plazo.

Visión, principios corporativos y posicionamiento

Visión

Partiendo de nuestra visión corporativa, “Trabajamos por un futuro mejor para las personas”, buscamos permanentemente establecer un vínculo cercano con cada uno de nuestros grupos de interés – accionistas, empleados, clientes, proveedores y la sociedad en general – que nos permita crear un clima de confianza y desarrollar nuestras operaciones de manera responsable.

Principios corporativos

Escuchamos a nuestros públicos clave y actuamos en respuesta a sus expectativas guiados por nuestros siete principios corporativos que definen la visión de

nuestro accionista de referencia, BBVA, en relación a cada uno de ellos. Estos principios constituyen también la base de la cultura corporativa de BBVA Banco Francés.

Posicionamiento

Sumado a nuestra visión y principios corporativos, nuestra identidad y posicionamiento como marca, sintetizada en la palabra “adelante”, define la cultura y desempeño sustentable del Banco, priorizando la innovación y el trabajo de personas para personas.

Estrategia de negocio

En BBVA Banco Francés desarrollamos nuestra estrategia de negocios basándonos en los principios corporativos de nuestro accionista mayoritario BBVA. Trabajamos para crear valor, no solo enfocados en la Rentabilidad ajustada al Riesgo (RaR), sino en criterios éticos como la integridad, la transparencia, la gestión prudente del riesgo y las buenas prácticas. De esta forma, garantizamos la creación de valor de forma sostenida en el tiempo para todos nuestros grupos de interés.

La Responsabilidad Corporativa en BBVA Banco Francés

Objetivos

Vivimos la Responsabilidad Corporativa (RC) de forma transversal, donde cada área del Banco desarrolla sus actividades en base a nuestra visión integral corporativa. Nuestra Política de Responsabilidad Corporativa define las actividades que desempeñamos en las diferentes líneas de

Los 7 principios corporativos de BBVA



negocio del Banco en pos del desarrollo sostenible y beneficio de nuestros grupos de interés, buscando a su vez la innovación y diferenciación de nuestra marca en el sector financiero.

En este marco, alineados a la Política de RC de nuestro accionista de referencia, BBVA, trabajamos para:

- Desarrollar “oportunidades sociales de negocio” que generen valor social y valor para la empresa.
- Invertir en las sociedades donde estamos presentes mediante el apoyo a iniciativas sociales.

Gestión y Gobierno de Responsabilidad Corporativa

En BBVA Banco Francés contamos con un Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC) representado por los Directores de las principales áreas del Banco, quienes trabajan en equipo para integrar los criterios, y políticas de RC en todas las líneas del negocio y en las sociedades participadas.

→ Miembros del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa al 31/12/2009

Director Ejecutivo	Jorge Bledel
Dirección de Relaciones Institucionales – Secretaria	Gonzalo Verdomar Weiss
Director de Áreas de Presidencia	José Carlos López Álvarez
Director de Medios	Gabriel Milstein
Director de Recursos Humanos	Carlos Montoto
Director de Área Financiera	Martín Zarich
Director de Distribución	Jorge Allen
Director de Banca Corporativa y Banca Inversión	Néstor Gessaga
Director de Innovación y Desarrollo	Enrique Bartolomé
Gerente de Publicidad	Santiago Sanguinetti

Sus funciones son:

- Analizar la opinión de los grupos de interés locales.
- Definir, impulsar y seguir las líneas de actuación en el marco de las prioridades de BBVA, nuestro accionista mayoritario.
- Proponer líneas de actuación y buenas prácticas locales.

Este Comité se reúne trimestralmente para tratar temas de RC coyunturales al Banco y de interés nacional e internacional. A su vez, se informa permanentemente sobre las tendencias en la materia y cada Director comparte sus inquietudes y novedades del área con el equipo. En 2009 fue invitada una consultora externa para presentar la importancia de la realización de Memorias de Sostenibilidad y el uso de estas publicaciones como una herramienta de gestión de RC para el Banco.

También se trabajó junto a una consultora externa un Programa de Gestión Reputacional con el objetivo de crear conciencia dentro de la organización de la necesidad de adoptar un enfoque integral y proactivo para generar capital reputacional. Además de validar mediante investigaciones ad hoc las hipótesis de evaluar el estado reputacional en el Tablero de Riesgos y Oportunidades Reputacionales, se elaboró un plan de acción dirigido a enfrentar las amenazas a la reputación determinadas como prioritarias y consensuar una metodología para la

implementación y seguimiento de las acciones derivadas de éste y para la actualización de esta herramienta. En el mes de octubre se llevó a cabo la presentación de la herramienta, de las líneas de trabajo y la conformación de cuatro grupos de trabajo para cumplir con los objetivos y verificar los avances de los mismos.

Plan estratégico de responsabilidad y reputación corporativas

El Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC) tiene como misión construir un discurso propio, claro y diferencial que refuerce la reputación y posicionamiento del Banco. Este Plan comenzó a ser implementado localmente en 2008 como iniciativa de BBVA, nuestro accionista de referencia, para llevar su estrategia a sus filiales en América Latina.

Los principales desafíos del Plan Estratégico de RRC son:

- Ser motor de innovación y transformación.
- Dar la mejor respuesta ante un nuevo contexto social y ambiental.
- Afianzar la reputación y reforzar el posicionamiento del Banco.
- Involucrar a todas las áreas de la empresa para el desarrollo progresivo de la RRC.

Para ello, durante el año 2009 el Comité de

RRC trabajó en la ejecución del Plan Estratégico local desarrollando proyectos e iniciativas relacionadas con la educación e inclusión financiera que den cumplimiento a los objetivos planteados para el año. Estos objetivos fueron definidos en base a las 13 líneas de trabajo creadas en 2008 por el Comité de RRC, las cuales están divididas en tres ejes: Gestión del Banco, Clientes y Sociedad. Las actividades realizadas durante 2009 se encuentran detalladas en las páginas 63 a 65 de este Informe.

Nuestra principal actividad en materia de RRC es el Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés que brinda a jóvenes de muy bajos ingresos becas de estudio por medio de un producto bancario para que puedan administrar los recursos otorgados, generando así la cultura de operar con el sistema bancario y facilitando su inclusión en el sistema financiero. Con esta actividad, ligada íntegramente a nuestro negocio, cultura y principios corporativos; trabajamos en la educación, y formación ética y financiera de nuestros grupos de interés respondiendo a las necesidades a lo largo del ciclo de vida de las personas, clientes y no clientes. Al mismo tiempo, impulsamos la accesibilidad financiera, ofreciendo algunos de nuestros productos y servicios a personas que se encuentran excluidas del sector.

Sistema de Gobierno Corporativo

El máximo órgano de gobierno de BBVA BANCO FRANCÉS S.A. es su Directorio, que cuenta con el apoyo de los siguientes Comités: Comité de Auditoría (Decreto 677/01); Comité de Auditoría Interna (BCRA); Comité de Dirección; Comité de Nombres y Remuneraciones; Comité de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo; Comité de Tecnología Informática; Comité de Disclosure; Comité de la Integridad Corporativa, Comité de Riesgos y Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa.

El Directorio interviene en el Plan de Negocios y en el seguimiento de los sistemas internos de gestión y control, adhiriendo en 2009 una vez más

a las prácticas de Gobierno Corporativo.

Asimismo, presenta informes anuales en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, los Mercados de Valores de Nueva York, Estados Unidos, (NYSE) y en Madrid, España (LATIBEX), y desarrolla los controles previstos por la Ley Sarbanes Oxley (SOX), resultando pionero en la Argentina en la aplicación de estos principios.

Los principios y elementos que conforman el Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA Banco Francés se encuentran en el Código de Gobierno Societario de BBVA Banco Francés, el cual regula el régimen interno y el funcionamiento del Directorio y de sus comisiones, así como los derechos y deberes de sus miembros.

A su vez, este sistema se explica detalladamente en el Informe Financiero 2008 de BBVA, nuestro accionista de referencia, (que publica un pormenorizado capítulo dedicado a este tema) y en el Informe Anual de Gobierno Corporativo según las exigencias legales, todo ello disponible en la Web de BBVA (http://inversores.bbva.com/TLBB/tlbb/jsp/rie/Gobierno_corporativo/index.jsp). La página cuenta con un apartado especial de acceso directo en el que figura toda la información considerada relevante al respecto.

→ Composición del Equipo Directivo (%)

	2009
Rangos de Edad	
Menos de 30 Años	0,00%
De 30 a 50 Años	62,96%
Más de 50 Años	37,04%
Por género	
Femenino	18,52%
Masculino	81,48%

Sistema y función de cumplimiento

Contamos con una Gerencia de Cumplimiento Normativo con el objetivo de promover el desarrollo y velar por la efectiva operatividad de las normas y

procedimientos de la política de prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, por la integridad en los mercados, y por la protección de datos personales.

Principio de precaución: la gestión del riesgo

La gestión del riesgo se encuentra en la esencia del negocio financiero. Por eso, como Banco seguimos localmente los criterios de BBVA, nuestro accionista de referencia, para el desarrollo de las actividades del sector, alineados a su gestión y estrategia de la Responsabilidad Corporativa.

En este marco, buscamos generar confianza con los grupos de interés a través del diálogo permanente con cada uno de ellos, de manera de poder establecer objetivos y definir planes para la mejora continua, así como identificar con anticipación, temas y asuntos que pueden convertirse en futuros riesgos a mitigar u oportunidades a aprovechar, ofreciendo productos y servicios innovadores que den respuesta a las necesidades de nuestro público.

Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

Código de conducta

Nuestro Código de Conducta está vigente desde diciembre de 2003 y se aplica a todos los empleados del Banco. En él, reconocemos públicamente el respeto a las normas internacionales incorporadas en la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Mundial de Naciones Unidas y los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo.

Como parte de la concientización por la cultura y principios corporativos de BBVA Banco Francés, capacitamos a todo el personal sobre el Código bajo la plataforma de e-learning denominada “e-campus”, y lo publicamos en la Intranet del Banco y en el sitio Web corporativo. Durante 2009 continuamos con la capacitación sobre el Código, formando a 220 empleados en 1.320 horas de formación.

A su vez, contamos con cuatro canales para que los empleados puedan realizar sus denuncias de situaciones éticamente cuestionables: a superiores; a Directivos de los Servicios Jurídicos, RRHH, o Auditoría; vía correo electrónico o por teléfono.

Acuerdos internacionales suscritos

Participamos de iniciativas internacionales a través de las siguientes alianzas estratégicas: Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI), Pacto Mundial de Naciones Unidas, Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias (CPB).

Creación de valor para los grupos de interés

En BBVA Banco Francés entendemos la creación de valor como una de nuestras funciones principales y la aportación más importante a las sociedades en que actuamos, pues no se trata sólo de valor económico para los accionistas, sino de crear valor también para los clientes, los empleados, los proveedores y la sociedad en general. Es uno de nuestros principios corporativos que buscamos cumplir de manera responsable en todas las acciones que desempeñamos.

→ Valor Económico Añadido (EVA):
Detalle por grupo de interés
Millones de Pesos ARG

	2009	2008	2007
Accionistas: Dividendos en efectivo	480,0 (1)	35,0(2)	164,0
Accionistas: Dividendos en acciones		65,0	
Empleados: gastos de personal	958,4	667,9	512,6
Clientes: intereses y cargas asimiladas (3)	966,6	907,6	683,1
Proveedores: otros gastos de administración	589,5	455,4	356,5
Sociedad: contribuciones a la comunidad: recursos destinados	5,1	5,03	2,67
Valor Económico Añadido (EVA)	2.999,61	2.135,9	1.718,8

(1) Según Estados Contables de BBVA Banco Francés S.A. finalizados el 31 de diciembre de 2009, que fueron aprobados por nuestro Directorio con fecha 19 de febrero de 2010, el mismo ha propuesto la distribución de utilidades por \$ 480.000.000 en concepto de dividendos en efectivo sujeto a la previa autorización del Banco Central de la República Argentina y a la aprobación de la Asamblea de Accionistas.
(2) El valor difiere de lo reportado en el IARC 2008 ya que al momento de su cierre no se había realizado la división de dividendos correspondiente a 2008.
(3) Se incluye dato de clientes, considerando Egresos Financieros.



Participación de los grupos de interés

Escuchar activamente las opiniones y expectativas de nuestros grupos de interés, nos ayuda a armar nuestra estrategia de negocio sustentable en beneficio de todos, focalizando nuestras acciones y compromiso en los temas que más interesan a nuestros públicos clave.

Identificación y diálogo con los grupos de interés

Nuestros grupos de interés son aquellas personas, instituciones y organizaciones en las cuales nuestra actividad impacta sobre ellas en el ámbito económico, social y ambiental; y a su vez afectan significativamente nuestra toma de decisiones para el desarrollo del negocio.

La definición específica de cada público clave está a cargo del Grupo Operativo responsable de la recolección de información para este Informe, el cual está conformado por representantes de todas las áreas de la empresa. Ellos, a través del proceso de

relevamiento de las acciones relacionadas con la gestión responsable del negocio, identifican los actores que participaron en ellas cumpliendo sus respectivos roles.

El diálogo permanente con nuestros grupos de interés es esencial para generar confianza y buena reputación entre los públicos clave. La escucha activa nos permite conocer a los actores con los cuales nos relacionamos con nuestras operaciones y nos aporta una percepción más certera de la realidad del negocio y de nuestro impacto directo e indirecto



sobre ellos.

Integración de las expectativas en la gestión

En 2007, nuestro accionista de referencia, BBVA realizó una consulta cualitativa en sus principales países, incluyendo la Argentina, en la cual se identificaron ocho temas clave para los grupos de interés en lo que respecta a la gestión responsable del negocio y desempeño del Banco. Luego del cambio en el contexto mundial pos crisis financiera, en 2009 BBVA realizó otro análisis para validar la relevancia de estos ocho asuntos, previamente elegidos por sus públicos, ratificándolos como temas clave de Responsabilidad Corporativa del Banco.

Como complemento a esta consulta, realizamos un ejercicio con el Grupo Operativo que nos permitió conocer la mirada interna y local sobre cuáles son los aspectos más relevantes para BBVA Banco Francés. El orden que en promedio el Grupo Operativo dio a los temas fue el siguiente:

1. Compromiso con la sociedad
2. Finanzas responsables
3. Orientación al cliente

4. Productos y servicios responsables
5. Gestión responsable de Recursos Humanos
6. Inclusión Financiera
7. Gestión ambiental y Cambio Climático
8. Compras responsables

De esta forma, tomamos estos aspectos de gestión responsable del negocio financiero, y los adaptamos al contexto local y de BBVA Banco Francés para su integración en las actividades que desempeñamos en las diferentes líneas de negocio. A su vez fueron tenidos en cuenta para la elaboración de este Informe y en la selección de objetivos clave a desarrollar en los años 2009 y 2010.

Comunicación a los grupos de interés

Escuchamos activamente a nuestros grupos de interés a través de la relación cotidiana que establecen las diferentes áreas del Banco con ellos y de estudios específicos que realizamos para medir sus necesidades.

Las herramientas más habituales que utilizamos para comunicarnos día a día son: la relación directa con los clientes, encuestas de satisfacción y de clima laboral, la comunicación y encuentro con accionistas, el intercambio con la comunidad en el desarrollo de programas sociales, entre otros. Por su parte, implementamos el sistema de monitoreo de reputación corporativa, Reprack, que mide la relevancia de los distintos temas para los grupos de interés y sus percepciones sobre la gestión del Banco.

Estas vías de diálogo son fundamentales para integrar las opiniones y expectativas que recibimos de los grupos de interés en nuestra estrategia de negocio y de Responsabilidad Corporativa, y traducirla en planes de actuación y de comunicación.



Orientación al cliente

Trabajamos para ofrecer productos y servicios financieros de excelente calidad, buscando permanentemente la anticipación e innovación para satisfacer las necesidades de cada cliente en todos los momentos de su vida y establecer relaciones de largo plazo.

Calidad, satisfacción y atención al cliente

Para una mejor atención del cliente en BBVA Banco Francés contamos con diferentes líneas de negocios que se adaptan a las necesidades de cada tipo: Banca Empresas y Banca Minorista. En 2009, y bajo el nombre de "Plan Director", Banca Empresas incluye en su gestión clientes corporativos locales e instituciones, sin límites de facturación.

Nuevo Modelo de Relación

En 2009, implantamos el Nuevo Modelo de Relación basado en la fidelización del cliente, con el objetivo de profundizar la relación con ellos en el largo plazo, asegurando la excelencia en la calidad en las

distintas etapas del proceso comercial, y poniendo especial foco en la posventa de la mano del desarrollo tecnológico a través de nuevas alternativas más eficientes y ágiles de transaccionar con el Banco.

En particular, durante 2009 realizamos diferentes actividades que dieron cumplimiento con este proyecto:

- Reestructuración de puestos de gestores personales, greeters, oficiales de microemprendimientos.
- Centralización de pedidos y reclamos.
- Reingeniería de nuestra vía de transacciones por Internet, Francés net.

1.603.952

Nº total de clientes

8,02/10

Nivel de satisfacción general del Banco

Más cerca de nuestros clientes

Durante 2009 seguimos trabajando para afianzar la relación con ellos y generar un vínculo de confianza en el largo plazo a través de diferentes canales de diálogo: aumentamos nuestra red de sucursales llegando a todos los puntos del país, mejoramos la accesibilidad a las sucursales para personas con discapacidad, incorporamos nuevos canales de comunicación y atención, realizamos nuevos acuerdos comerciales para beneficio de nuestros clientes y adaptamos las tasas de préstamos personales a cada grupo, ofreciendo tasas diferenciales a clientes VIP y a clientes con acreditación de haberes en el Banco.

- Inclusión de todas las compañías en Francés móvil (SMS).
- Rediseño de Autoservicios.
- Remodelación de sucursales.
- Renovación de Cajeros Automáticos.
- Designación de Cajeros Automáticos exclusivos para clientes.

Mediante estas iniciativas logramos mejorar la calidad de servicio a nuestros clientes, acercándonos cada vez más a un modelo en el que el cliente es el centro de nuestro negocio.

Con el fin de que todos puedan aprovechar los beneficios derivados del nuevo Modelo, durante todo el año realizamos diferentes campañas de co-

municación sobre los cambios e innovaciones realizadas, diferenciando el mensaje para cada uno de los segmentos con los cuales operamos.

A su vez, realizamos capacitaciones presenciales con Gerentes Zonales, Gerentes y Gestores personales de Sucursales con el propósito de reforzar la importancia de la calidad del servicio en la cadena de relación con los clientes. A partir de estas charlas, diseñamos e implementamos una actividad de formación a distancia impartida a través de la plataforma digital, e-campus para todas las posiciones de la red de sucursales y las restantes áreas del Banco en la cual explicamos el Nuevo Modelo de Relación.

→Volumen de transacciones realizadas por canal

	2009	2008	2007
Cajeros Automáticos	57.878.880	57.474.231	52.988.327
Francés Autoservicio	15.529.505	15.458.444	13.424.102
Francés Móvil	122.415	161.226	276.963
Francés Inversiones	1.559.480	1.198.796	843.684
Francés net	146.294.082	115.123.383	85.540.446
Línea Francés	9.998.806	10.573.813	10.639.182

→Consultas realizadas a través de canales tecnológicos

	2009		2008		2007	
	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones	Consultas	Operaciones
Fnet Individuos	113.804.471	8.638.994	85.947.629	7.187.577	61.345.381	5.679.715
Fnet Empresas	22.427.038	1.423.579	20.616.792	1.371.385	17.450.901	1.064.449
ATM's	18.862.894	39.015.986	18.944.982	38.529.249	17.391.683	35.596.644
Francés Autoservicio	6.027.742	9.501.763	7.193.096	8.265.348	6.162.788	7.261.314
Línea Francés	9.385.062	613.744	9.860.864	712.949	9.860.333	778.849
Francés Móvil	121.761	654	160.421	805	275.668	1.295
Francés Inversiones	1.439.219	120.261	-	-	-	-

Canales de comunicación y servicio

Sumado a la red de sucursales y terminales de auto-servicio, contamos con diferentes canales de comunicación para prestar nuestros servicios de manera eficiente y estar en permanente contacto con nuestros clientes para dar respuesta a sus necesidades: servicio de Internet Francés net y Francés net VIP, servicios por mensajes de texto desde los celulares Banco Móvil, nuestro sitio Web corporativo www.bancofrances.com.ar, y atención telefónica Línea Francés al 0800-333-0303 certificada bajo las Normas ISO 9001:2008.

En 2009 instalamos en casi 70 sucursales una nueva solución de autogestión que integra Francés net, Línea Francés y una nueva aplicación para imprimir resúmenes de tarjetas de crédito por parte de los clientes.

Por su parte, seguimos trabajando en la migración de transacciones por caja a otros mecanismos para mayor comodidad de nuestros clientes y eficiencia en el servicio. Este año más de 50% de las

transacciones migrables realizadas por caja fueron derivadas a los canales de autoservicio. Esta migración a nuevas modalidades mejoraron los índices de satisfacción de los clientes. Aún queda un 20% de transacciones susceptibles de ser migradas a canales alternativos en las cuales trabajaremos en 2010.

Modelo de Gestión de Reclamos

Contamos con un modelo de gestión de reclamos mixto con una jerarquía de diferentes instancias donde nuestros clientes pueden participar en contacto directo con el Banco o a través de unidades centrales de atención a reclamos. Este tiene una estructura de niveles en función a la complejidad del reclamo la cual llega hasta la Alta Dirección cuando el proceso lo requiere.

Durante 2009 consolidamos el modelo de gestión de reclamos centralizado en Servicios al Cliente, atendiendo y resolviendo de manera más rápida y eficiente todos los tipos de reclamos que no requieren la firma de documentación por parte de

los clientes. A su vez, finalizamos la instalación en sucursales de teléfonos con comunicación directa a Línea Francés de manera de fomentar la migración de reclamos a esta modalidad.

Nuestro Centro de Soluciones es el área encargada de resolver los reclamos recibidos en dos formatos: telefónicamente o por correo electrónico, el cual está certificado por las Normas ISO 9001:2008 y por la Norma ISO de gestión de Reclamos N° 90600. Este año concluimos la habilitación del Centro para gestionar todos estos trámites. Mejorando el servicio y la rapidez en la resolución de casos, logrando consolidar un esquema de atención homogéneo para todos los clientes.

Beneficios para nuestros clientes

Respondiendo a la demanda de los clientes y para mejorar su calidad de vida, seguimos ofreciendo diferentes beneficios para cada perfil.

Encuesta de Satisfacción al Cliente

En 2009 realizamos una encuesta de satisfacción entre nuestros clientes de sucursales minoristas no VIP de todo el país, que hayan interactuado con el Banco en los tres meses anteriores a la encuesta. Esta fue realizada conjuntamente con una consultora externa, Zoom Research, entre los meses de junio y julio de 2009.

La metodología utilizada fue a través de encuestas telefónicas semi-estructuradas. En total fueron entrevistados 442 clientes con cuotas homogéneas por zona, independientemente de la cantidad de clientes activos por zona. Los resultados de la encuesta fueron los siguientes:

- Nivel de satisfacción general del Banco: 8,02/10
- Nivel de satisfacción general con las sucursales: 8,25/10

Este año lanzamos “Estilo BBVA”, un programa exclusivo para clientes Banca VIP titulares de Cuentas Premier y Premium, en el cual ellos pueden participar de distintos eventos sin costo, viajar a las más importantes ciudades de la Argentina, promociones exclusivas para días especiales y el Plan Puntos donde pueden transformar los consumos realizados con todas sus Tarjetas de crédito en regalos.

En 2009 cumplimos 12 años con los sorteos de El Libretón, año en el cual 105 clientes ganaron diferentes premios.

En lo que respecta a los préstamos hipote-

carios, en noviembre de 2009 reposicionamos el producto destinado a la adquisición de primera vivienda. En diciembre actualizamos las tasas de interés para la compra de primera vivienda, e incorporamos nuevamente la línea de refacción de vivienda.

A su vez, seguimos brindando a todos nuestros clientes promociones orientadas con el uso de las tarjetas de crédito y débito a través de descuentos en diferentes comercios de los rubros: indumentaria, electrónica, electrodomésticos, combustible, turismo, supermercados, telefonía, restaurantes, entretenimiento, entre otros.

Control de la Gestión de Reclamos

Realizamos anualmente una encuesta telefónica para evaluar la satisfacción de nuestros clientes frente a la gestión de sus reclamos. Entre los atributos considerados se encuentran el tiempo y la forma de resolución de reclamaciones.

A partir de la información obtenida del proceso de gestión de reclamos y estudios de mercado, la Gerencia de Calidad conoce las opiniones de sus clientes y sugiere mejoras en los procesos comerciales.

Seguridad, protección al cliente y continuidad del negocio

La información no pública que en BBVA Banco Francés disponemos sobre nuestros clientes y sus operaciones, tienen carácter confidencial y se encuentra explícitamente incluido en nuestro Código de Conducta. Contamos con Normas y Procedimientos para asegurar la seguridad de nuestros sistemas informáticos y damos cumplimiento a las exigencias legales en materia de protección de datos.

Con el objetivo de concientizar sobre el tema, durante 2009 desarrollamos el programa “Dale Valor a tu Información” que incluye acciones de promoción del conocimiento sobre la seguridad de la información, con material informativo y reco-

mendaciones en éste sentido.

Transparencia, publicidad y etiquetado

Teniendo en cuenta la crisis económica-financiera que se vivió a nivel internacional en los últimos años, en BBVA Banco Francés la generación de confianza por parte de nuestros clientes y la transparencia en la información cobró mayor relevancia.

Durante 2009 realizamos campañas de comunicación informando a los diferentes públicos los productos y servicios financieros ofrecidos, como así también programas y actividades de beneficio social para los clientes.

Realizamos comerciales en televisión y medios gráficos que reforzaron con mayor claridad las notificaciones sobre las alianzas promocionales comunicadas en el sitio de Internet y red de sucursales. En este marco, informamos en forma activa el atributo “Sin Tope”, una característica que refuerza la transparencia de nuestras acciones promocionales ya que BBVA Banco Francés no fija un límite de devolución a los descuentos que realiza con sus tarjetas.

A su vez, incorporamos un servicio que refuerza la transparencia y claridad de nuestros beneficios: el servicio de consulta de descuentos a través del celular, en tiempo real, lo que permite a nuestros clientes llevar siempre con ellos la información de los beneficios y no tener que recordar sus características (marca, descuento, día).

Accionistas

Somos un Banco de estrategia universal que atiende a los tres segmentos de mercado a través de nuestra extensa red de sucursales y la flexibilidad necesaria para aprovechar las diferentes situaciones que presenta el mercado, logrando de esta manera la generación de valor para nuestros accionistas. Durante el año 2009, redefinimos nuestra estrategia de negocios con el firme propósito de adaptarnos a las

condiciones impuestas por el mercado, renovando el compromiso de generar valor para sus accionistas.

Durante todo el año 2009, el área de Relaciones con Inversores ha mantenido una relación fluida tanto con sus inversores, como así también con analistas locales y del mercado internacional; brindándoles información precisa, transparente y oportuna, a través de reuniones periódicas como así también telefónicamente o vía correo electrónico. Al igual que en años anteriores, publicamos comunicados de prensa trimestrales describiendo los resultados y acontecimientos registrados durante el período; adicionalmente,

brindamos información relacionada con la situación económico-financiera, la posición competitiva del Banco en el sistema financiero, así como también aquella relacionada con la estrategia de negocios.

El área mantiene contactos con las calificadoras de riesgo del Banco así como también con los entes de control en los países donde la acción de BBVA Banco Francés cotiza: Securities & Exchange Commission y New York Stock Exchange en Estados Unidos, Comisión Nacional de Valores, Bolsa Comercio de Buenos Aires y Mercado Abierto Electrónico en Argentina y Bolsa de Madrid en España.

	2009	2008	2007
Accionistas	6.797	7.768	6.911
Acciones	536.361.306	471.361.306	471.361.306
Propiedad Acciones % sobre capital Particulares			
Menor a 4.500 acciones	1,15%	1,52%	1,25%
Mayor a 4.500 acciones	4,94%	5,59%	3,27 %
Inversores Institucionales			
Nacionales	10,17%	9,18%	8,01%
Extranjeros	0,65%	0,79%	1,37%
BBVA	75,97%	75,97%	75,97%
BONY (ADRs)	7,12%	6,94%	10,13%
Total	100%	100%	100%



Finanzas responsables

La Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación de Actividades Terroristas constituye, ante todo, un objetivo prioritario para el Banco y como tal trabajamos en alianza con entidades nacionales e internacionales para evitar que nuestros productos y servicios sean utilizados con finalidad delictiva.

Prevención del blanqueo de capitales y financiación de actividades terroristas

Contamos con un área específica de Prevención del Lavado de Dinero responsable de prevenir la utilización de productos y servicios con fines delictivos y velar por el cumplimiento de las normativas vigentes en materia de Prevención de Lavado de Dinero.

Este año, conjuntamente con el Área de Formación formamos, concientizamos y sensibilizamos a nuestros empleados sobre la importancia del

tema para el Banco, dentro del marco definido por nuestro accionista de referencia BBVA, a través de dos modalidades:

- Formación inicial, con la modalidad de distancia papel, dirigida al personal recientemente incorporado, como parte de su inducción a la compañía.
- Formación específica para colectivos críticos, capacitando al personal de contacto con clientes per-

Nuevo sistema de monitoreo

En 2009 incorporamos un nuevo sistema de monitoreo de casos, denominado Matriz Unificada, que cuenta con una mejor tecnología y metodología de Scoring que permite realizar una revisión de nuestra base de clientes versus las listas de terroristas, logrando una mejor eficiencia en el desarrollo de nuestro trabajo de prevención de actividades delictivas.

teniente a sucursales y a la Dirección de Auditoría, en forma presencial bajo la modalidad de Talleres que incluyen tratamiento de casos reales. Dentro de éste marco se realizaron: 28 campañas de comunicación en las sucursales, 4 encuentros presenciales con 60 empleados para debatir aspectos normativos y de procedimientos en la materia, 23 visitas con charlas específicas por zonas y cursos especializados destinados a dotaciones que deben contar con un mayor nivel de profundidad en el tema.

En total se capacitaron 365 empleados y se registraron 3.143 horas de formación en esta temática.

A su vez, destacamos las siguientes actividades realizadas en 2009:

- Sistemas de monitorización: hemos incorporado nuevos sistemas que nos permite tener una mejora

365

N° de empleados capacitados en Prevención del Lavado de Dinero

3.143

Horas de formación en Prevención del Lavado de Dinero

en los monitoreos y filtrados de nuestra base de clientes versus las listas de terroristas.

-Información disponible para todos los empleados: contamos con un Manual de Procedimientos, Normas y Procedimientos publicado en la Intranet para que todos nuestros empleados sepan como actuar ante una operación sospechosa, como así también para que estén actualizados en materia de Prevención de Lavado y Financiamiento del Terrorismo.

-Alianzas estratégicas: colaboramos con las entidades reguladoras, organismos gubernamentales y otras instituciones en materia de política de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.

-Herramientas: brindamos a la red de sucursales herramientas e información para que ellos puedan detectar las operaciones que pudieran resultar sospechosas.



Productos y servicios responsables

Buscamos contribuir al desarrollo sustentable del entorno social y ambiental donde desarrollamos nuestras actividades. Comprometidos con la inclusión financiera, trabajamos para brindar accesibilidad a productos y servicios financieros a sectores vulnerables, creando nuevas oportunidades para su crecimiento.

Apoyo a las pequeñas y medianas empresas

En la Argentina, las pequeñas y medianas empresas (PyMes) cumplen un rol significativo en el desarrollo del país, sin embargo no siempre pueden acceder a las herramientas financieras que les permiten crecer. En este contexto, como Banco comprometido en el desarrollo sustentable de nuestra sociedad, ofrecemos diferentes productos y servicios adaptados a este segmento que satisfacen sus necesidades de financiamiento de corto y largo plazo.

Por su parte, en 2009 formamos una alianza con Consejo Nacional de Investigación Científicas y Técnicas (CONICET) con el fin de ofrecer productos y servicios especiales dirigidos a los Cen-

tros Científicos Tecnológicos y Unidades Ejecutoras que facilitaron su bancarización y acceso al crédito.

Otra de las formas de contribuir con el desarrollo de las PyMes es a través de capacitación en temáticas que son de su interés para el desempeño de sus tareas. En 2009 realizamos junto a la Universidad Católica Argentina y la Confederaciones Rurales Argentinas charlas sobre maquinaria agrícola, problemática del sector agropecuario y empresa familiar agropecuaria. En relación a la temática de comercio exterior, continuamos realizando capacitaciones junto a la

2.323 millones de pesos
Stock de financiamiento a PyMes

Alianzas para financiación de PyMes

Durante 2009 mantuvimos y creamos alianzas con organismos gubernamentales, e instituciones nacionales e internacionales trabajando conjuntamente en líneas de préstamos con financiamiento especial para PyMes: Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR), Calidad San Juan, Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (Ssepyme), Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES), Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE).

→ Préstamos a Empresas con Líneas de Financiamiento Especial
Miles de Pesos ARG

	2009		2008	
	Operaciones realizadas	Total liquidado	Operaciones realizadas	Total liquidado
Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR) (1)	12	6.365,31	39	47.712
Calidad San Juan	18	4.590	16	3.410
Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (Ssepyme)	201	30.703,00	0	0
Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES) – PESOS	173	19.050	128	20.000
Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES) – DÓLARES	35	5.000	0	0
Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) – Sector Azucarero	0	0	6	3.450
Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) – Sector Pesquero	14	4.000	0	0
Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) PESOS – Proyectos de inversión	2	5.500	0	0
Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) DÓLARES – Proyectos de inversión	3	747,32	0	0
Fondo Transformación Mendoza	0	0	1	150

(1) El monto de 6.365,31 miles de pesos, corresponde a operaciones liquidadas durante el año 2009, fueron autorizadas por el FONTAR durante 2008.

Cámara de Importadores, el Centro de Despachantes y la Universidad del Salvador con una convocatoria de 600 PyMes y 300 Despachantes de Aduana durante el año. A su vez, participamos de la vigésima edición del Premio Emprendedor Agropecuario donde participaron trabajos de distintas categorías que sobre proyectos de movilidad social económicamente viables.

Acuerdos de colaboración

Durante 2009 mantuvimos alianzas con organismos e instituciones nacionales e internacionales con el fin de generar acuerdos de colaboración a favor de sectores vulnerables.

Mantuvimos el acuerdo comercial con el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), en el cual esta entidad se beneficia con nuestro aporte a través de los siguientes mecanismos:

- Aportes por activación temprana de la tarjeta Visa Crédito UNICEF: valor de la primera cuota a pagar con un tope máximo de 30 pesos para tarjetas Visa Internacional y 60 pesos para tarjetas

Visa Oro en caso que el cliente utilice la tarjeta dentro de los primeros 30 días de tenerla.

- Aportes por cargo de renovación anual: 50% del costo de renovación anual de las tarjetas.
- Aportes por cargo de resumen de cuenta: 25% del costo del cargo por emisión de resumen de cuenta.
- Aportes por incorporación a la Tarjeta de Afinidad con donación individual mensual a UNICEF (débito automático): suma equivalente a la donación del primer mes con un tope máximo de 30 pesos para tarjetas Visa Internacional y 60 pesos para tarjetas Visa Oro.
- Aportes por Tarjetas Visa Recargable UNICEF y Visa Regalo UNICEF: 1 peso por cada 200 pesos de monto de recarga en la Tarjeta Visa Recargable y de 1 peso por cada Tarjeta Visa Regalo UNICEF adquirida.

Continuamos el acuerdo con la Fundación Carolina para la financiación de estudios de postgrado para residentes argentinos a través de una línea con tasa subsidiada, que posee 12 meses de carencia de capital más intereses y se comienza a pagar en el segundo año de otorgado el préstamo.



Gestión responsable de recursos humanos

4.082

Cantidad de empleados

4,83

Índice de rotación

Fomentamos el trabajo “de personas para personas”, en el cual gestionamos nuestro capital humano desde estándares éticos, con igualdad de oportunidades, desarrollo profesional y personal, trabajo en equipo, logrando un buen clima laboral y grado de satisfacción de todos nuestros empleados.

Perfil de empleados

Nuestros empleados forman un grupo de interés de una relevancia especial porque son parte de la cultura de la empresa. Por ello, trabajamos para dar respuestas a sus inquietudes y necesidades, generando un excelente ambiente laboral que les permita desarrollarse y crecer junto a la empresa.

Empleo y selección

El área de Selección trabaja con la máxima independencia y confidencialidad, asegurando que todos los candidatos reciban el mismo tratamiento y cumplan con los mismos procesos. Asimismo, sostiene una política global que se rige por Principios Básicos

Modelo de Equidad de Género

En 2009 asumimos el compromiso de integrar la “Red de empresas por la diversidad” y en este marco nos adherimos al Programa Piloto de Certificación de Empresas en Equidad de Género, Mega 2009, iniciativa organizada por el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) que cuenta con el apoyo del Banco Mundial. El Modelo de Equidad de Género es una herramienta que promueve la igualdad de oportunidades entre mujeres y varones en el mercado laboral e incluye aspectos vinculados a la selección, la formación, el desarrollo profesional, la conciliación de la vida familiar y laboral, el acoso sexual, el clima laboral y la promoción de imagen de equidad. Es la primera vez que se desarrolla en nuestro país una iniciativa semejante. BBVA Banco Francés ha sido el único representante del sector bancario en lograr la certificación demostrando su firme voluntad de trabajar en pos de una mayor justicia de género.

	2009	2008	2007
Cantidad de empleados	4.082	4.252	4.094
Por categoría			
% Comité Dirección y Direc. Corporativos	0,1%	-	-
% Equipo Directivo	1,2%	1%	1,2%
% Mandos Medios	13,1%	13%	13%
% Especialistas	22,5%	41%	40,8%
% Fuerza Ventas	39,9%	22%	22%
% Puestos Base	23,2%	23%	23%
Por edad			
Edad Promedio Mujeres	36	-	-
Edad Promedio Hombres	41	-	-
Menores a 25 años	4,4%	-	-
De 25 a 45 años	71,2%	-	-
Más de 45 años	24,4%	-	-
Por género			
Mujeres	1.707	1755	-
Hombres	2.375	2497	-
Por región			
AACC (Áreas Centrales)	1.592	1697	-
Suc- Cap y GBA	1.418	1442	-
Suc - Interior	1.072	1113	-
Por tipo de contrato			
Contratos plazo fijo	2	2	-
Efectivos	4.080	4250	-
Por jornada laboral			
Parcial	54	99	-
Completa	4.028	4153	-
Otros indicadores			
Antigüedad promedio	13	12,3	12,1
Número de altas de empleados	24	174	329
Rango entre el salario inicial y SMVM	2,28	2,07	2,07

En 2009 BBVA Banco Francés alineó la metodología de cálculo de los indicadores de Recursos Humanos a la utilizada por BBVA, nuestro accionista mayoritario, no pudiendo calcular la totalidad de los indicadores para años anteriores.

	2009	2008	2007
Índice de Rotación total	4,83%	2,52%	-
Rotación no deseada Total	0,66%	1,51%	1,48%
Por Género			
Mujeres	35,20%	-	-
Hombres	64,80%	-	-
Por edad			
Menores a 30 años	0,49%	1,18%	-
Entre 30 y 50 años	1,42%	0,40%	-
Mayores de 50 años	2,89%	0,94%	-
Por región			
AACC (Áreas Centrales)	2,20%	1,03%	-
Sucursales de CABA y Provincia de Buenos Aires	1,20%	0,85%	-
Sucursales del Interior	1,40%	0,63%	-

de actuación dirigidos a garantizar:

- Igualdad de oportunidades
- No discriminación de los candidatos
- Profesionalidad de los intervinientes
- Confidencialidad del proceso
- Objetividad

Durante 2009 el área de Selección emprendió distintas iniciativas relacionadas con alinearse a las nuevas tecnologías, impulsar la diversidad y la igualdad de oportunidades, y posicionarnos como empleadores de primera línea dentro del mercado financiero.

Algunas de dichas iniciativas son: el lanzamiento del Campus Virtual de Empleo BBVA, la Certificación en Equidad de Género (MEGA 2009), la participación en la feria virtual Expobumeran y en eventos universitarios de oportunidades laborales, así como también la presencia activa en las redes sociales más reconocidas tales como Facebook, Hi5 y LinkedIn.

Evaluaciones de candidatos

Para evaluar el perfil de competencias de los candidatos utilizamos el e-assessment, una herramienta corporativa en la que se valoran las competencias de una persona a través de pruebas interactivas que evalúan habilidades específicas para cada puesto. La herramienta consta de 8 pruebas las cuales evalúan diferentes habilidades definidas por BBVA, nuestro accionista de referencia, a nivel corporativo: Servicio al cliente, Orientación a resultados y toma de decisiones, Trabajo en equipo, Actitud ante el cambio, Dirección y Desarrollo de Equipos, Influencia, Iniciativa y Relaciones Interpersonales.

Plan de Atracción de Talentos

En 2009 continuamos estando presentes en las universidades y escuelas de negocios más importantes del país. El Plan de Atracción de Talentos se encuentra dirigido a convocar a estudiantes y graduados a participar de nuestras oportunidades laborales. Durante el año, asistimos a 11 encuentros realizados en diferentes instituciones académicas.

Política de Remuneraciones

La política de remuneraciones de BBVA Banco Francés refuerza el alto desempeño por su capacidad de atraer y retener al capital humano, y facilitar la generación de un adecuado ambiente de trabajo.

En este sentido buscamos:

- Compensar a las personas de acuerdo a su nivel de responsabilidad, tomando como referencia la escala salarial en que encuadra su puesto. Estas bandas se actualizan periódicamente.
- Diferenciar y compensar en función a la actuación individual, la obtención de resultados y el nivel de responsabilidad.
- Desarrollar y mantener un esquema de administración salarial que contemple los principios de transparencia y equidad.
- Establecer bases claras de aplicación eficiente y uniforme.
- Asegurar el principio de equidad mediante el análisis de estructuras, descripciones de puestos y remuneraciones, perfil personal, carrera profesional y trayectoria económica, así como competitividad externa mediante actualización de la información del mercado.

Las bandas salariales de cada puesto son conocidas por los supervisores quienes hacen propuestas salariales selectivas por desempeño siempre dentro del recorrido que permite la banda salarial en base al puesto y seniority. De esta forma, a efectos de compensar la aportación de resultados tangibles, continuamos con el sistema de retribución variable para el 100% de la plantilla.

Durante 2009, seguimos participando en encuestas de mercado salarial, tanto del sector bancario como del mercado general, a los fines de asegurar la competitividad externa de nuestra Compensación Total. La posición del Banco respecto al mercado es: 75 percentil para Equipo Directivo y 50 percentil para el resto de la población.

Programas de formación en conocimientos y habilidades

Planes de Desarrollo Individual

Continuamos con la gestión de los Planes de Desarrollo Individual (PDI), lo que representó un total de 52.300 horas de formación presencial y a través de distancia papel con 3.645 participaciones.

Programas de Management

En 2009 nuevamente realizamos los Programas de Management, tanto locales como corporativos, destinados al desarrollo de líderes. Este año realizamos la primera edición del Programa local denominado “Liderazgo Positivo”, dirigido a los que ocupan mandos medios en la organización. Este programa tiene por objetivo integrar los siguientes aspectos del desempeño del rol de supervisor: la gestión de uno mismo, la gestión de las personas y la gestión del clima de trabajo dentro de sus equipos. Un total de 104 supervisores, gerentes y directivos participaron en distintas actividades.

Desarrollo profesional

Organizamos dos Planes de Formación para futuros ocupantes de las siguientes posiciones de la Red Individuos: Oficiales Banca Empresas y Gestores Personales. En total participaron 50 personas que realizaron 6.798 horas de formación.

A su vez, continuamos con la implementación del Plan Corporativo para la Dirección de Auditoría dirigido al desarrollo de 34 integrantes del área, en 3.726 horas de formación, adhiriendo a los lineamientos corporativos de nuestro accionista de referencia, BBVA, que pretende garantizar a los participantes la posibilidad de realizar una carrera pro-

→Capacitaciones

Por Modalidad	2009	2008	2007
Presencial	65.388	115.480	103.874
Distancia	20.649	27.383	28.268
E-learning	52.183	15.202	18.229
Total	138.220	158.065	150.300

fesional internacional.

Canal de Formación E-learning: e-campus

Este año continuamos afianzando el posicionamiento de este canal como uno de los principales vehículos de formación. Relanzamos el canal con una nueva identidad: e-campus. Ampliamos la cantidad de cursos impartidos a través de la plataforma, e incorporamos nuevos títulos de habilidades y conocimientos. Asimismo, desarrollamos y publicamos cursos de carácter local que apuntan a trabajar conocimientos claves para el negocio en la Argentina. A través de este medio gestionamos más de 8.700 participaciones que representaron un total de 36.800 horas de formación.

Cursos de Inglés

Este año continuó funcionando la “Escuela de Inglés” local, lanzada en 2008, dirigida a empleados que poseen el idioma como competencia crítica, y presentan una brecha entre su nivel y el requerido por su puesto.

A las clases grupales presenciales, de 12 horas de duración mensual, contempladas en la Escuela, incorporamos la formación impartida a través del canal e-campus. Tanto los contenidos presenciales como los contenidos on-line (e-campus) están segmentados en 14 niveles de manejo del idioma, desde Nivel Básico a Avanzado.

En 2009 participó un promedio de 63 personas de diversas áreas en las clases presenciales, totalizando 5.500 horas de formación. Asimismo, durante el año

→Promedio de Horas de Formación al año por empleado

Por Segmento	2009
Equipo Directivo	24
Especialistas	27
Fuerza de Ventas	37
Mandos Medios	38
Puestos Base	27

gestionamos más de 800 participaciones/ matriculaciones en cursos on-line, que representaron un total de 4.430 horas de formación.

Becas para Posgrados

Continuamos aplicando la Política de Becas y descuentos para estudios de posgrado, para aquellos empleados que estudien especialidades con aplicación práctica dentro del Banco. En 2009 5 personas fueron beneficiadas por esta Política.

Equidad de Género

Con motivo de la implementación del Programa de Certificación de Empresas en Equidad de Género MEGA 2009, desarrollamos acciones de formación que consistieron en cursos presenciales y un curso sobre la plataforma e-campus. En total se capacitaron 1.433 personas que registraron 7.463 horas de capacitación.

Clima laboral

En 2009 no realizamos medición de clima, debido a que es una encuesta bianual, por lo que trabajamos con los resultados de la encuesta 2008. Tomando en

cuenta el análisis de los resultados y con la decisión de involucrar a todo el Banco para trabajar sobre las dimensiones que hay que reforzar y sobre las que es necesario mantener, llevamos adelante las siguientes acciones:

Master Plan Recursos Humanos (RH):

-Premios Pasión: En la Convención de negocios el Director de RH expuso los resultados de la medición 2008 y premió los mejores climas de trabajo según dichos resultados. Se entregaron dos distinciones: una por BBVA Banco Francés y una por BBVA Consolidar.

-Programa de Liderazgo Positivo: diseñamos un programa de liderazgo que tiene como objetivo articular los Estilos de Dirección con las políticas y herramientas de RH, intentando sobre todo compartir y unificar las mejores prácticas que ayudan a mejorar los climas laborales.

-Programa de Voluntarios BBVA Argentina: canalizamos la intención de los empleados de ayudar a quienes más lo necesitan a través de la organización de eventos solidarios con formato kermés en diferentes regiones del país. Se trató de una forma segura, transparente y práctica de poner en marcha el poder social que tiene la empresa para nuclear estas buenas acciones.

-Lanzamiento de nuevos beneficios y descuentos corporativos entre los que se destaca el Beneficio Celular: este beneficio alcanza a todos los empleados y ofrece la posibilidad de adquirir una o varias líneas nuevas de telefonía celular Movistar, para el empleado y su grupo familiar directo, accediendo a planes corporativos con precios muy convenientes.

Acciones por áreas:

-Guía para elaborar planes de acción: diseñamos una guía que orienta a los supervisores a interpretar los resultados de su área; comunicárselos a su equipo y diseñar planes de acción para mejorar y/o mantener los temas que sean necesarios.

-Mejores prácticas + planificación: Recursos Humanos ayudó a que cada área pueda planificar sus acciones para mejorar el clima laboral y relevó las mejores prácticas de cada una para compartirlas

en 2010 con toda la organización.

Comunicación interna

Entre los canales de dialogo que desarrollamos en 2009 se destacan los siguientes:

Lanzamiento de la nueva intranet

En el contexto de la revolución de la información y la web 2.0, en 2009 nos sumamos a los países de BBVA, nuestro accionista de referencia, que han implementado la nueva Intranet Corporativa “Global”, que combina elementos globales y locales. Todos los colaboradores del Banco visualizan de forma automática al iniciar sus computadoras en una página que responde a una estrategia corporativa de comunicación, cuyos principales beneficios son:

-Acceso a contenidos globales y locales.

-Una navegación más simple e intuitiva en una sola pantalla.

-Más noticias: Dos noticias globales, dos noticias locales y una tribuna de opinión local de los empleados.

-Acceso a herramientas corporativas como la Televisión IP BBVA y la Blogsfera.

-Acceso a Espacio personal.

-Encuestas: un nuevo espacio de comunicación para conocer la opinión de todos sobre temas de negocio e interés general.

Desayuno con el presidente

Por medio de una video conferencia, 40 colaboradores del grupo en la Argentina (BBVA Banco Francés y Consolidar) tuvieron la oportunidad de interactuar con el Presidente de BBVA, Sr. Francisco González.

Lanzamiento del Servicio de Atención al Empleado (SAE)

En 2009 lanzamos el SAE, un canal de comunicación de los empleados hacia la empresa y viceversa que ayuda a hacer más eficiente la función de Recursos Humanos y proporciona un servicio universal de atención para brindar respuestas rápidas y sa-

tisfactorias a nuestros colaboradores.

Además, contamos con las siguientes herramientas: correo electrónico del usuario Comunicaciones Internas, buzón de sugerencias, espacio de noticias y columnas de opinión en la intranet, espacio de avisos clasificados, encuestas on-line, cartelera, blogsfera, y revista interna “Adelante”.

Pasión por las personas

El Programa “Pasión por las personas”, lanzado por nuestro accionista de referencia, BBVA, en 2005, es una herramienta fundamental para generar valor entre nuestros empleados actuales y potenciales. Las iniciativas desarrolladas en este marco buscan la satisfacción del personal, generando un excelente ambiente laboral para que se sientan orgullosos de trabajar y ser parte de BBVA.

Durante 2009, realizamos diversas iniciativas encuadradas en este Programa.

•Programa de voluntarios BBVA: con la organización de cinco eventos en 2009 logramos canalizar la intención de los empleados de ayudar a quienes más lo necesitan de una forma segura, transparente y práctica, poniendo en marcha el poder social que tiene la empresa para nuclear estas buenas acciones. (ver capítulo de Voluntariado).

•Nuevo beneficio de telefonía móvil: se lanzó este beneficio para todos los empleados de BBVA en la Argentina, brindando la posibilidad de “estar mucho más comunicados, por mucho menos” a través de la contratación de una o varias líneas de telefonía celular con planes corporativos a precios muy convenientes.

•Liga de Fútbol Profesional '09: se trató de un concurso para participar de una experiencia de fútbol profesional y valores pedagógicos, en el campus LFP en Barcelona – España, dirigido a hijos de empleados entre 8 y 13 años. En total se inscribieron 60 chicos y sorteamos 20 vacantes.

•Concurso día del Padre/Madre: a través de estos dos concursos las propuestas de los empleados ga-

nadores fueron elegidas para ilustrar las tarjetas de salutación que se envían en esos días. Entre ambos concursos se recibieron más de 185 propuestas.

•Beneficio Hotelopia: descuentos y beneficios con Hotelopia, sobre todo en ocasión de fines de semana largos. En 2009 se realizaron en la Argentina 141 reservas por un total de 40.870 euros.

•Actualización de Beneficios: se incorporaron descuentos y nuevos beneficios para mejorar la calidad de vida de los empleados.

•Talleres de salud: organizados por el Departamento Médico organizó talleres sobre temas de interés general: fumadores, stress, para padres primerizos, etc.

•Premios pasión '09: se premió a los mejores climas de trabajo en base a los resultados de la encuesta 2008 y así reforzamos la importancia de construir entre todos el mejor lugar para trabajar.

•Programa de liderazgo positivo: se lanzó un programa de liderazgo que tiene como objetivo articular los Estilos de Dirección con las políticas y herramientas de RH, intentando sobre todo compartir y unificar las mejores prácticas que ayudan a mejorar los climas laborales.

•Torneos deportivos: se realizaron los tradicionales torneos de tenis, paddle, bowling, ajedrez y fútbol.

Beneficios personales

Contamos con un “Sistema de Beneficios” a través del cual intentamos ofrecer una auténtica RED que cubra todas las necesidades personales y frente a la cual el empleado se sienta contenido y respaldado aún fuera del ámbito laboral.

•Tarjeta regalo de fin de año.

•Incentivos para estudios universitarios o de posgrado.

•Ayudas vinculadas a hijos desde que nacen (ajuares), asisten a la guardería, hasta que inician su escolaridad (mochilas con útiles escolares) o bien en sus estudios universitarios (reintegro de materias aprobadas).

•Obsequios y Agasajos en Días Especiales: Regalo

y Espectáculo del Día del Niño, Día de la Mujer, Regalo de Cumpleaños.

- Planes de Medicina Prepaga a precio diferencial respecto del mercado.
- Espacio Comedor y Cafetería Libre.
- Horario de atención preferencial para operaciones bancarias.
- Servicio Medico Laboral.
- Sistema de compra con interesantes descuentos para empleados en hipermercados, indumentaria, gimnasios, hoteles, electrodomésticos y tecnología:
- Más de 500 Beneficios estables en todo el país.
- 20 propuestas estacionales que varían todos los meses.
- Promociones con importantes descuentos en Fechas Especiales.
- Compras On-line a través de promociones especiales.
- Selección de beneficios por zona con buscadores.
- Impresión de cupones para los establecimientos que lo requieren.
- Canal para proponer comercios, inquietudes y reclamos a través de un espacio destinado a sugerencias.
- Ayuda financiera a empleados ante situaciones puntuales. En 2009 106 empleados recibieron este beneficio.
- Premio por Antigüedad.
- Actividades Outdoor de Trabajo en Equipo.

No discriminación, igualdad de oportunidades y conciliación

En marzo de 2009 nos adherimos a la “Red de empresas por la diversidad” y en esta línea firmamos con el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) el convenio para participar del Programa Piloto de Certificación de Empresas en Equidad de Género (MEGA 2009), que cuenta con el apoyo y asistencia técnica del Banco Mundial.

El proceso de certificación se inició con la realización de un exhaustivo autodiagnóstico cualitativo y cuantitativo, armado de un plan de acción en base a las oportunidades de mejoras detectadas, aprobación por parte del INADI, implementación con visitas técnicas mensuales, preauditoría y auditoría de certificación.

Entre las acciones implementadas para lograr la certificación se incluyeron:

- La construcción de un isologotipo que remitiera a los conceptos de diversidad, globalidad, equidad y justicia
- Lanzamiento de un plan de comunicación interna a través de noticias, notas de opinión, carteles, piezas de escritorio y un apartado especial en la página web del Banco.
- Desarrollo e implementación de un curso en formato e-learning sobre esta temática, el cual forma parte de la plantilla permanente de Formación.
- Sensibilización y capacitación a través de charlas y talleres presenciales dirigida a los responsables de cada área.
- Concientización a toda la plantilla acerca de la

EMPLEADOS	2009	2008	2007
Por diversidad laboral			
% Empleados Hombres	58%	59%	60%
% Empleados Mujeres	42%	41%	40%
Otros indicadores			
Mujeres en cargos gerenciales	11	12	12
Empleados con capacidades especiales	9	9	9

Antigüedad	Ley de Contrato de Trabajo	Banco Francés
	Días	Días
Hasta 5 años	14	19
Hasta 10 años	21	26
Hasta 20 años	28	33
Más de 20 años	35	35

	Hombres	Mujeres
Equipo Directivo	79,17%	20,83%
Mandos Medios	78,73%	21,27%
Especialistas	57,03%	42,97%
Fuerza de Ventas	56,48%	43,52%
Puestos Base	49,26%	50,74%

importancia de conformar grupos de trabajo diversos, promoción de ambientes laborales sensibles al género que utilicen lenguaje inclusivo y eviten bromas y comentarios sexistas.

- Capacitación del sector de publicidad, comunicaciones internas y cadena de valor con el fin de promover una estrategia publicitaria y de comunicación interna que evite estereotipos sexistas y que evidencie compromiso y respeto por los criterios de equidad de género.
- Difusión de los canales de denuncia para casos de acoso sexual o cualquier otro caso de comportamientos éticamente cuestionables

Asimismo, destacamos la conformación de la Comisión de Equidad de Género y la redacción de la Política de Equidad de Género a partir de la cual asumimos el compromiso de:

- Promover la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres, la no discriminación para el acceso al empleo, la formación y el desarrollo profesional.
- Prevenir el acoso sexual y favorecer la implementación de acciones que garanticen la equidad de género, procurando evitar cualquier tipo de discriminación o segregación en base al sexo.
- Procurar la equidad en las políticas de conciliación de la vida familiar/laboral en varones y mu-

eres.

- Promover una imagen diversa en la comunicación externa.

A fines de noviembre de 2009 fuimos una de las 11 empresas que certificó en Equidad de Género. Esta iniciativa demuestra una vez más la firme voluntad del Banco de promover estilos de crecimiento que fomenten el desarrollo de todos nuestros recursos.

Libertad de asociación

Tenemos un profundo respeto por la libertad sindical que permite y facilita la representación gremial de todos nuestros empleados a nivel Nacional. Mantenemos una fluida comunicación con las Comisiones Gremiales Internas (CGI) de las diferentes localidades del país, como así también con todas las seccionales de la Asociación Bancaria a nivel Nacional.

Salud y seguridad laboral

La atención de la salud laboral se administra con un cuerpo médico para todo el país. Contamos con consultorios médicos instalados en los edificios centrales con mayor nomina del Banco, y disponemos de ambulancias de emergencias por servicio de área protegida, contratados por nosotros para todas nuestras instalaciones con el fin de brindar atención de emergencia a todas las personas presentes en el Banco.

En 2009 a partir de la pandemia H1N1 tomamos la decisión de aislar preventivamente antes de la recomendación oficial, a los viajeros procedentes de áreas epidémicas, como así también a las personas con factores de riesgo a ser afectados gravemente, la medida incluyó a embarazadas, madres en periodo de lactancia, y personas crónicamente afectadas de un órgano noble. A su vez, creamos una sección en la Intranet destinada a información sobre el tema y una mesa de ayuda gripe H1N1 para consultas y comunicación. También distribuimos alcohol en gel para todas las áreas del Banco.

Continuamos concientizando sobre la prevención y promoción de la salud en la revista interna “Adelante” y, en la sección “Tribuna” de la Intranet

y efectuamos dos ediciones del Taller de Estrés “¿Qué es y cómo prevenirlo?” para todos los empleados del Banco.

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

Como todos los años, realizamos los procesos de simulacros de evacuación de edificios en casos de emergencia, siguiendo las legislaciones locales, en los cuales el Departamento Médico colabora con la presencia de una ambulancia durante su realización.



Compras responsables

Buscamos ser responsables en toda nuestra cadena de valor, por eso trabajamos para transmitir nuestros valores y cultura corporativa entre nuestros proveedores, abasteciéndonos de manera responsable y generando vínculos de largo plazo con las empresas con las cuales nos involucramos.

Política y modelo corporativo de compras

Durante 2009 comenzamos con la implementación del modelo de Compras, Inmuebles y Servicios lanzado el año anterior, el cual tiene como objetivo lograr objetividad, transparencia, igualdad y profesionalismo en la selección y posteriores relaciones comerciales con nuestros proveedores, perfeccionando el proceso de homologación de proveedores, definiendo en conjunto con el área de Organización las pautas para el seguimiento de los niveles de servicio de las prestaciones contratadas y documentando con una metodología uniforme el desarrollo de las negociaciones realizadas.

Sistema homologación de proveedores

Realizamos un procedimiento de homologación que comprende el llenado por parte de los proveedores de un cuestionario con preguntas relacionadas al medio ambiente, acción social, infraestructura, normativas propias, etc. Este debe estar firmado y en-

→Salud y Seguridad (1)

	2009	2008
Tasa de accidentes	1,02	1,28(2)
Tasa de enfermedades profesionales	0,02	-
Tasa de absentismo	474,49	2.297,57
Tasa de días perdidos	22,38	18,92
Total accidentes y enfermedades profesionales	63	73
Victimas mortales	0,0	0,00

(1) Los cálculos se hicieron teniendo en cuenta los protocolos GRI, utilizando para los cálculos días naturales (365)
 (2) Este valor representa la Tasa de accidentes y enfermedades profesionales para 2008, ya que el sistema no permitía diferenciar los conceptos.

Proveedores a Homologar	202
Proveedores analizados	189
Proveedores Homologados	176
Proveedores rechazados	13
Porcentaje analizados	93.56%

Los indicadores corresponden a datos numéricos de proveedores gestionados por compras

489

Cantidad de Proveedores

Pacto Mundial en la Cadena de Valor

Durante 2009 continuamos con la difusión y concientización a nuestros proveedores sobre la importancia de 10 principios del Pacto Mundial, al cual estamos adheridos desde 2004. Para ello, incluimos dentro del proceso de homologación preguntas relacionadas con los principios, y mejores prácticas sociales y ambientales, las cuales deben responder. A su vez, elaboramos en 2008 una Carta de Adhesión que entregamos a nuestros proveedores, manifestando así su compromiso con la iniciativa de Naciones Unidas.

- Aprovisionamientos DE IMPORTES REDUCIDOS (menores a 50.000 dólares anuales).

Herramientas de gestión y de aprovisionamiento

La plataforma Adquira (www.adquira.es) es una herramienta de administración para la gestión de compras que superen los \$ 15.000 más IVA que permite tramitar los pedidos en forma automática, acelerando y simplificando los procesos. Además, brinda información para el armado de un estudio comparativo de precios y servicios de diferentes empresas, que facilita la decisión de compra por parte de los responsables del Banco, y da mayor transparencia a la selección de los proveedores ya que permite ingresar las cotizaciones a través de Internet facilitando el proceso.

En marzo de 2009 implementamos una nueva versión, Podium 4.4, la cual presenta mejoras en la funcionalidad de la herramienta, generación de

regado por el proveedor junto con documentación adicional que se le solicita para completar el proceso de homologación. Con el fin de verificar la documentación entregada, realizamos diferentes auditorías en las empresas proveedoras.

Según la Normativa de Compras vigente, estarán eximidos de la homologación los proveedores que revistan las siguientes situaciones:

- Aprovisionamientos de PROVEEDORES NO RESIDENTES.
- Aprovisionamientos URGENTES (a ser definido por el Responsable de Compras y/o el Responsable de CIS).
- Aprovisionamientos NO RECURRENTES.

reportes y guía de configuración para proveedores. De esta manera, seguimos trabajando para mejorar nuestra gestión y comunicación con los proveedores.

Diálogo con nuestros proveedores

Como parte de nuestro compromiso con nuestras empresas proveedoras en transmitirles nuestros valores y cultura corporativa, generando un clima de confianza y vínculo de largo plazo, fomentamos el diálogo permanente con ellos para escuchar activamente sus inquietudes, necesidades y expectativas en cuanto a nuestra relación.

Desde el área de Compras realizamos encuentros de diálogo en los cuales abordamos temas

de interés para los proveedores y para el Banco. Al igual que en 2008, el principal aspecto tratado fue el ajuste de precios de los servicios con motivo de la situación inflacionaria argentina. En 2009 participaron de estas reuniones 30 proveedores.

A su vez, BBVA, nuestro accionista de referencia, realizó una encuesta de calidad de satisfacción de proveedores en las principales unidades de Compras a nivel corporativo. Esta encuesta se implementó en numerosos países durante 2009, incluyendo la Argentina. En BBVA Banco Francés se entrevistaron a 153 proveedores, los cuales en términos agregados valoraron la función del área de Compras del Banco con un puntaje de 4,45/5.



Gestión ambiental y cambio climático

Entendemos que generamos impacto en nuestro medio ambiente, a través del consumo de recursos naturales en el desarrollo diario de la actividad empresarial y a través de los productos y servicios financieros. Asumimos nuestro compromiso con el medio ambiente y la eficiencia en el uso de recursos naturales, en todos los ámbitos de nuestra actividad, como una de las dimensiones de nuestra Estrategia de Responsabilidad Corporativa.

Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012

BBVA, nuestro accionista de referencia, desarrolló el Plan Global de Ecoeficiencia (2008-2012) con el objetivo de minimizar los impactos ambientales que generamos en el desarrollo de nuestra actividad.

De esta forma, BBVA da respuestas a uno de los grandes desafíos a los que se enfrenta la humanidad y que tiene que ver con el medio ambiente, como el cambio climático y la eficiencia energética.

Alineados al Plan Global de nuestro accionista de referencia, en BBVA Banco Francés trabajamos para integrar nuestro compromiso y respeto con la sostenibilidad del medio ambiente, y la gestión responsable de los recursos, materializando nuestras actividades cotidianas en prácticas “ecoeficientes”.

Durante 2009 hemos redoblado nuestros esfuerzos para minimizar los impactos ambientales

Plan de Ecoeficiencia: Líneas de actuación en la Argentina

- Segregación y reciclado de residuos sólidos urbanos y residuos peligrosos
- Segregación y reciclado de residuos informáticos
- Reducción del consumo eléctrico por empleado
- Reducción del consumo de agua por empleado
- Reducción del consumo de papel por empleado
- Política de compras sostenible
- Certificación ISO 14001
- Uso de videoconferencias y reducción de viajes
- Compensación de emisiones de CO2
- Programas de Formación, Difusión y Sensibilización

negativos y potenciar los positivos, enfocándonos principalmente en la medición y sistematización de indicadores, y en la implementación de mejoras en la utilización eficiente de recursos.

Teniendo en cuenta que estamos dando nuestros primeros pasos en el desarrollo de nuestro sistema de gestión ambiental, este año trabajamos exitosamente en la reducción del consumo de energía eléctrica, agua, gas, papel y tonner. En los próximos años seguiremos avanzando en esta línea de acción con la ejecución de evaluaciones y estudios de ingeniería que nos orienten en las inversiones que

20.69%
Reducción del consumo del agua

debemos realizar para reducir y optimizar el consumo de los recursos utilizados.

Impacto ambiental directo

Durante 2009 seguimos trabajando en la gestión periódica de los consumos de electricidad, agua, combustibles fósiles, residuos y emisiones, a través de mecanismos de reducción enmarcados dentro del Plan Global de Ecoeficiencia en edificios centrales y sucursales.

Con el fin de seguir optimizando y reduciendo el consumo de energía eléctrica en los edificios centrales, seguimos trabajando en la aplicación de un sistema de supervisión y control automático de aire acondicionado e iluminación. Este año concluimos con la instalación de un sistema de control de aire acondicionado e iluminación en el edificio corporativo de Reconquista 199. A su vez, colocamos un sistema de control de encendido y apagado de las instalaciones de aire acondicionado en el edi-

Certificación ambiental ISO 14001

En 2009 hemos efectuado la licitación del servicio para los edificios Reconquista 199 y su anexo, Reconquista 40, Maipú 356, Independencia 169 y Venezuela 538 para la certificación de la Norma ISO 14001. El mismo fue adjudicado a la firma INDRA, la cual comenzará los trabajos de implementación del sistema de gestión en febrero de 2010.

ficio de Reconquista 281.

Estos sistemas permiten el encendido y apagado automático de los equipos de aire acondicionado e iluminación de acuerdo a los horarios de ocupación de cada uno de los pisos, evitando el funcionamiento innecesario de los mismos, y para el caso de los aires acondicionados, logran temperaturas uniformes y agradables por piso (23 C° promedio), ahorrando un 6% de la energía que consume cada motocompresor por grado de temperatura solicitado en exceso.

Las mejoras realizadas durante el año 2008 en iluminación, monitoreo y aires acondicionados, se vieron reflejadas en los índices de consumo de energía del Banco, debido al constante crecimiento tecnológico de las áreas de sistemas. Como ejemplo podemos citar la ampliación e instalación de nuevos centros de procesamiento de datos, ampliación del

equipamiento informático de toda la red, ampliación de los sistemas de aire acondicionado que son soporte para el área de sistemas.

Con respecto al servicio de agua corriente, la disminución en el consumo durante 2009 con respecto al año anterior fue de 20,69 %.

Para 2010 tenemos planeado efectuar una auditoria en toda la red sucursales con el fin de detectar posibilidades de optimizar, racionalizar y automatizar el consumo de los servicios, y de instalar un sistema de control automático para las instalaciones termomecánica, luz, agua y gas.

Emisiones atmosféricas

Generamos emisiones atmosféricas como consecuencia del uso del transporte aéreo, terrestre y uso de servicios de librería (papel e insumos), energía eléctrica, agua y gas para calefacción.

Para una mejor gestión de estos recursos, sistematizamos y medimos nuestras acciones con índices en base a la metodología de cálculo utilizada por BBVA, nuestro accionista de referencia. A su vez, trabajamos constantemente para reducir las emisiones por medio de sistemas de control e instalación de equipos de alta tecnología en nuestras oficinas.

Para el año próximo, prevemos la realización de estudios de impacto ambiental en los edificios que no se hayan efectuados aún, y efectuar mediciones atmosféricas para una mejor gestión del uso de recursos.

Gestión de Residuos

Reciclado de papel

Desde 2002, realizamos una división de los residuos que genera cada oficina. Esto nos permite reciclar papel a través de un proceso de destrucción y enfarfado, que luego es vendido a una empresa dedicada a la compra de papel. El monto recaudado es desti-

nado al Club del Banco.

En 2009 colocamos cajas especiales para el material reciclable en todos los edificios, eficientizando el proceso, y acordamos con la Dirección General de Reciclado del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en el marco de la Ley 1854 (basura cero), la asignación de un cupo diario del papel y cartón para colaborar con el plan de erradicación de cartoneros.

A su vez, este año capacitamos a las empresas de limpieza de los edificios centrales, en la forma de clasificar y separar los residuos generados en origen.

Para 2010 tenemos programado seguir mejorando nuestro sistema de recolección y reciclado de residuos con una licitación para la adquisición de 300 contenedores plásticos, para la separación de residuos en los edificios centrales.

Baterías

El 90% del parque de baterías que utiliza el Banco proviene de los equipos denominados UPS (fuentes de energía ininterrumpibles). El porcentaje restante

corresponde a baterías utilizadas por los grupos electrotrógenos. En este caso las baterías son retiradas y recicladas por los mantenedores. Durante 2009 se reemplazaron 120 baterías provenientes de los equipos UPS.

Formación y sensibilización medioambiental

Para 2010 trabajaremos en una campaña de concientización sobre el cuidado del medioambiente, uso racional de la energía eléctrica, agua y gas, y la separación y reciclado de residuos en origen, a través de todas las carteleras de los edificios centrales y red de sucursales. A su vez, tenemos planeado efectuar jornadas de capacitación sobre la problemática y cuidado del medio ambiente con los empleados del Banco.

Durante 2009 enviamos un comunicado vía correo electrónico. Para 2010 tenemos previsto efectuar campañas educativas a través de Intranet, además de las jornadas de medioambiente en el centro de formación.

→Indicadores medioambientales

BBVA Banco Francés	2009	2008	2007	Coefficiente Emisión CO2	Emisiones CO2 2009
Consumo de Agua	98.255,20	123.880,80	116.286,35		
Consumo de Energía Eléctrica	33.130.628,40	33.292.331,26	32.101.554,58	0,1 * Kg CO2 /KWh (Argentina)	10.137.972
Consumo Gas Natural	142.290,22	142.138,94	176.174,00	2 Kg CO2/m³	311.616
Consumo Diesel (1)	12.598,20	9.148,00	13.200,00	2,74 Kg CO2/l	34.519
Kilómetros recorridos Flota vehículos Directivos	210.321,00	198.327,27	200.930,00	0,20 Kg CO2 por pasajero Km	42.064
Kilómetros recorridos Flota vehículos Servicios	378.642,29	734.025,27	547.209,20	0,20 Kg CO2 por pasajero Km	75.728
Kilómetros recorridos Vehículos propiedad empleados	1.045.894,00	1.208.092,36	1.153.812,00	0,20 Kg CO2 por pasajero Km	209.179
Kilómetros recorridos Avión en tramos hasta 452 Kms	91.542,20	102.761,50	172.770,00	0,18 Kg CO2 por pasajero Km	16.478
Kilómetros recorridos Avión en tramos hasta 1.600 Kms	2.652.073,70	3.234.321,80	503.679,20	0,15 Kg CO2 por pasajero Km	397.811
Kilómetros recorridos Avión en tramos sup. A 1.600 Kms	2.425.831,90	4.134.102,50	6.947.616,80	0,11 Kg CO2 por pasajero Km	266.842
Consumo Blindado	7.899,55	-	-	2,74 Kg CO2 por litro	21.645

(1) No incluye consumo de vehículos.

→Materiales utilizados y valorizados

	2009	2008	2007
Papel A4 (en kg) (1)	362.402,60	392.311,00	349.347,00
Papel Oficio (en kg) (1)	19.719,70	33.062,4 0	22.723,20
Papel utilizado en folletería, formularios, sobres, carpetas, etc. (en kg)	771.520,74	-	-
Papel sanitario (en kg)	26.598,73	-	-
Reciclado de Papel (en kg) (2)	176.830,00	12.870,00	3.970 ,00
Videoconferencias	365,00	258,00	267,00
Telepresencias	89,00	-	-
Toners nuevos (3)	0	7.596,00	6.337,00
Toners reciclados	3.713,17	7.596,00	6.337,00

(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) El aumento se debe a un mayor alcance en la sistematización del indicador durante 2009.
 (3) En el 2009 se diferenciaron tonners nuevos de reciclados



Seguimos trabajando en programas para la comunidad, tanto en actividades propias como brindando apoyo a terceras organizaciones, en pos del desarrollo social de la Argentina.

Aspectos relevantes en la sociedad

Trabajamos por un futuro mejor para nuestra sociedad, poniendo foco en la educación y la inclusión financiera. Como entidad bancaria buscamos crear y participar de programas de inversión social que sean sustentables en el tiempo y estén ligados con nuestro negocio, de manera de poder ofrecerle a las comunidades donde operamos nuestra experiencia junto con nuestros productos y servicios financieros contribuyendo con la mejora de la calidad de vida de las personas de nuestro país.

Aplicamos la política de BBVA, nuestro accionista de referencia, de compromiso con la comu-

nidad, la que se basa en tres premisas de carácter estratégico y sinérgico:

- Impulso de compromiso interno como expresión de la visión y principios de la compañía.
- Orientación prioritaria hacia proyectos educativos.
- Apoyo a colectivos y sectores desfavorecidos y con necesidades especiales.

Lo actuado en BBVA Banco Francés en 2009 puede clasificarse en tres grupos de programas:

- Programas originados por BBVA y ejecutados localmente por BBVA Banco Francés, adhiriéndose a estos programas.

Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés

Por tercer año consecutivo llevamos a cabo el Programa con el objetivo de brindarles a jóvenes y sus familias un producto bancario para que puedan administrar la beca escolar otorgada, generando así la bancarización de sectores vulnerables y excluidos del mercado financiero. Este Programa fue declarado de Interés Educativo Nacional por el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación Argentina por medio de la resolución N°836/07.

1.6%

Porcentaje del Beneficio del BBVA Banco Francés del año anterior destinado a inversión social

5.105

Millones de pesos en Inversión social

872

N° de becas otorgadas

- Programas originados y ejecutados por BBVA Banco Francés
- Programas de terceras organizaciones patrocinados por BBVA Banco Francés

Programas originados y ejecutados por BBVA Banco Francés

Las acciones diseñadas y realizadas por el BBVA Banco Francés son:

- Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés
- Premio BBVA Banco Francés al Emprendedor Agropecuario
- Fundación Banco Francés

Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés "Un futuro mejor para todos"

Durante el 2009 y por tercer año consecutivo, desarrollamos el Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés que pone en práctica nuestros dos ejes estratégicos de nuestra gestión de Responsabilidad Corporativa: la inclusión financiera y la educación. El Programa está coordinado por la Fundación Banco Francés, la cual trabaja con dos actores imprescindibles: La Dirección de Relaciones Institucionales de BBVA Banco Francés y las ONG's aliadas que brindan el soporte en la evaluación y seguimiento de los becarios seleccionados, a los que se suma la familia del becario en su compromiso diario con el joven estudiante.

El Programa tiene como objetivo abordar el

problema entre educación y pobreza con la integración y la permanencia en el sistema educativo de los jóvenes de familias de bajos ingresos, al mismo tiempo que fomentamos la inclusión financiera al entregarles un producto bancario para administrar la beca e incorporar a sectores vulnerables en el mercado financiero.

Sus destinatarios son jóvenes entre 12 y 19 años, provenientes de familias de muy bajos ingresos, que se encuentran dentro del sistema educativo formal en riesgo de deserción escolar o que están fuera del sistema educativo y requieren habilidades técnicas con salida laboral.

Las becas consisten en una ayuda dineraria que llega directamente al beneficiario a través de una tarjeta recargable diseñada ad-hoc, para resolver sus necesidades primarias y vincularlo a la educación, mediante un sistema de acompañamiento. A cada estudiante se le asigna un tutor para colaborar en su desarrollo. El seguimiento personalizado favorece la participación y compromiso del alumno, así como el de sus familias para que lo contengan y guíen en el proceso de formación.

En 2009, con una inversión de 5.105 millones de pesos, incrementamos el número de becarios de 802 a 872 beneficiarios. Continuamos trabajando con siete localidades del interior del país (Mendoza, Salta, Corrientes, Neuquén, Rosario de la provincia de Santa Fe y Bahía Blanca de la provincia de Buenos Aires) e incorporamos este año a la ciudad de Bariloche, Provincia de Río Negro.

Gestión, evaluación y auditoría del Programa

La Fundación Banco Francés está a cargo de la gestión, seguimiento, control y recarga de tarjetas de los becarios activos, como así también de las reuniones periódicas con los tutores de los diferentes grupos. Mensualmente realizan informes de evaluación de los becados con el desempeño escolar: promedios trimestrales y finales del año, materias desaprobadas y observaciones generales. En el mes de julio se prolongó el receso escolar por decreto del gobierno, pero se mantuvo contacto con los tutores de las ONG's y los becados recibieron las recargas de las tarjetas normalmente.

→Entidades asociadas al Programa Becas de integración BBVA Banco Francés

ENTIDAD	LOCALIDAD	Becarios 2009
1. Asoc. Civil La Educadora Compañía de Jesús (Centro. Educativo Padre José María Llorens)	Mendoza	73
2. Cáritas San Isidro (Centro Marcelino Champagnat)	Tigre - GBA	22
3. Cáritas San Isidro (Centro de Apoyo Familiar San Juan Bautista)	Tigre - GBA	21
4. Cáritas San Isidro (Proyecto Educativo La Barca)	Vicente López - GBA	14
5. Centro de Servicios para el Desarrollo Local -Las Tunas-	Talar de Pacheco - GBA	50
6. Colegio Carmen Arriola de Marín (Colegio Plácido Marín)	San Isidro - GBA	40
7. Parroquia Santa Rosa de Lima (en 2008 Congregación Misioneros de la Sagrada Familia)	Pilar - GBA	68
8. Fundación Cláritas (Casa del Niño de Lourdes)	Berazategui - GBA	75
9. Fundación Fe y Alegría	Salta	51
10. Fundación Fe y Alegría	Corrientes	25
11. Fundación Nuestra Señora de la Paz	Villa Lugano - Cap. Fed.	80
12. Instituto Salesiano San Francisco Javier (Obra La Piedad)	Bahía Blanca -Buenos	90
13. Instituto Salesiano San Francisco Javier (Colegio San José Obrero)	Aires	83
14. Instituto Salesiano San Francisco Javier (Laboratorio Don Bosco y Colegio Ceferino Namuncurá)	Neuquén	40
15. Instituto Salesiano Nuestra Señora del Rosario (Escuela Técnica Nazareth)	Bariloche - Río Negro	25
16. Instituto Salesiano Nuestra Señora del Rosario (Escuela María Luisa Olguín)	Rosario - Santa Fe	25
16. Parroquia Nuestra Señora de Itatí	Rosario - Santa Fe	90
TOTAL	Virreyes - GBA	872

De acuerdo a la normativa del Programa, los becados deben entregar cada mes la rendición de gastos. Una vez revisadas, se envían al Estudio Contable para su correspondiente auditoría. La rendición de gastos correspondiente a la última cuota de beca, debe ser rendida en su totalidad y el saldo de la cuenta del becado debe quedar en “cero”. Esto implica que se revisan las planillas en detalle para detectar alguna anomalía.

Una de las tareas cotidianas de la Fundación Banco Francés es la orientación de los becados en cuanto a la inversión de la cuota mensual, haciendo foco en los objetivos educativos de la beca. Asimismo, la gestión de inconvenientes como pérdidas de tarjetas y blanqueo de PIN, y el control de las renovaciones de tarjetas recargables.

Fundación Grupo Sophia realizó dos evaluaciones durante 2009, una en julio y otra en noviembre. En esta investigación fueron analizadas cuatro dimensiones:

- Impacto de la beca: Mejoras; equilibrios o retrocesos; sentimiento del becario desde que percibe la Beca; destino del dinero entregado; ayuda de la beca; dificultad o facilidad para administrar el dinero de la beca o para utilizar la tarjeta bancaria; contribución del programa en la educación y de los becarios; cambios en las relaciones con los compañeros y docentes; impacto de la beca en la familia.
- Impacto educacional: Satisfacción con la educación de los becarios; consideraciones de las escuelas de los becarios.
- Valoración del programa: Conocimiento del programa; satisfacción con el programa; comentarios generales sobre el programa.
- Impacto reputacional de BBVA Banco Francés: Valoración del Banco; implicancia de los Bancos y Empresas en la sociedad; consideraciones sobre el rol del Banco; correspondencia del Programa con el BBVA Banco Francés; influencia del Programa.

Los principales resultados de las evaluaciones y relevamientos de información son los siguientes:

tes:

- Al igual que los años 2007 y 2008, el dinero de la beca se continúa destinando para la compra de útiles, indumentaria, pago de comida/ vianda y de las cuotas del colegio.
- La beca impactó fuertemente en la economía del hogar para el 42% de los becados consultados.
- Los becarios continúan considerando fácil la administración del dinero otorgado por el programa (50%); por su parte consideran igual de fácil el uso de la tarjeta magnética (59,9%).
- El programa contribuye “mucho” a mejorar la educación de los becados según sus padres (88,8% 2009; 91,8 % 2008 y 84% 2007).
- Alta satisfacción de los padres respecto a la educación que reciben sus hijos/as (72,4% muy satisfecho 25,7% satisfechos).
- Alta satisfacción con el funcionamiento general del programa según los padres (79,4% muy satisfecho, 20,6% satisfecho).
- Para el 88,8% de los padres y para el 93,3% de la comunidad: “los bancos y las empresas sí deben invertir esfuerzos en proyectos sociales en las comunidades en las que trabajan”.
- 86 becarios se encuentran en el tercer año del Programa de los 104 iniciales (82.7% de continuidad).
- 16 becarios fueron acompañados en los tres años del Programa, hasta que finalizaron su nivel medio.
- En 2009 culminaron el nivel medio 109 becarios.
- Del total de 109 becarios, 77 manifestaron el deseo de continuar con sus estudios.

Taller de expresión artística

En el marco del Programa de Becas analizamos la posibilidad de integrar a los becarios a través de talleres de expresión artística, con el fin de brindar contención a los jóvenes y crear canales nuevos de comunicación. Durante el último cuatrimestre de 2009 realizamos como prueba piloto la formación de coros en las entidades que participan del Programa, de las cuales siete respondieron a esta iniciativa. En todos los centros, la Fundación acompañó el proceso de organización y estuvimos a cargo de

los honorarios a los docentes, la compra de instrumentos, el refrigerio para los participantes y en algunos casos del costo del acto de cierre.

Con el fin de conocer el resultado de la iniciativa y la percepción por parte de las instituciones y los becarios, realizamos una evaluación del Programa mediante entrevistas con los protagonistas (becarios e instituciones), en las cuales se les preguntó principalmente sobre:

- el impacto del coro para los becarios,
- el grado de aceptación y disposición para participar,
- el tiempo que invirtieron en esta actividad,
- la participación de las familias de los becarios en la presentación del coro,
- opiniones sobre otras iniciativas de expresión artística que serían de su interés para desarrollar,
- satisfacción en el desarrollo del coro,
- la comunicación entre la Institución y el Banco en la formación del Coro, y en la realización, desarrollo y finalización del evento.

Los resultados fueron altamente positivos, mostrando un gran interés por parte de los becarios, sus familias y las instituciones en el desarrollo del coro y el evento de presentación. Entre las respuestas obtenidas podemos mencionar algunos de los testimonios:

“... aprendí que trabajando en equipo se puede lograr un coro, que a pesar de que alguien se equivoque todos podemos sostener, porque no es una sola sino varias voces...” (becario Juan Mouse, Nuestra Señora de la Paz).

“... participar de un coro te hace aprender un montón de valores ya que el canto es comunitario, entonces compartir, escuchar al otro, compartir un proyecto común, saber si le va mal a uno le va mal a todos.... tiene que ver con lo expresivo que encuentran los chicos en esta edad, en la adolescencia, que necesitan encontrar modos alternativos en donde expresarse, que quizá a través de la palabra no pueden hacerlo, pero a través de la música encuentran como hacerlo...” (María Regina Nigro,

Nuestra Señora de la Paz).

“...creemos que el teatro y la música en general son áreas artísticas de gran ayuda en la educación y en la expresión de los sentimientos y estados de ánimo de la juventud en la actualidad...” (Andrés Jan y Graciela Painefil, Institución Salesiana San Francisco Javier, Bariloche).

“...estuvieron todos los familiares de los chicos que participaban de la banda, y por comentarios de algunos profesores, los padres se sorprendieron que hayan aprendido bastante en tan poco tiempo, hayan aprendido el ritmo, la sincronización en el tema de la voz y las notas...” (Pedro Ruiz Díaz, San Juan Bautista).

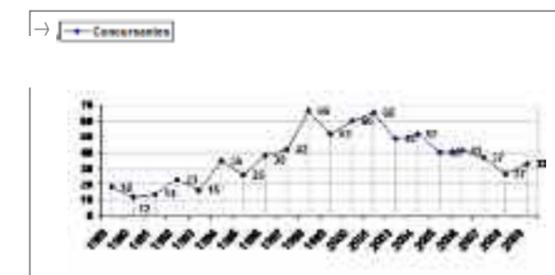
“...superó nuestras expectativas en aquellos aspectos generales, como decir participación, repercusión, compromiso y constancia...” (Andrés Jan y Graciela Painefil, Institución Salesiana San Francisco Javier, Bariloche).

Premio el Emprendedor Agropecuario

El Premio al Emprendedor Agropecuario es un reconocimiento y un estímulo para aquellos empresarios, productores y profesionales del agro que han innovado en sus empresas, logrando así una mejora en la rentabilidad.

Durante 2009 llevamos a cabo la Vigésima Edición del Premio en el que participaron 33 trabajos provenientes de 11 provincias y la Ciudad de Buenos Aires. Se entregaron el Gran Premio al Emprendedor Agropecuario y nueve distinciones en las cinco categorías en que se divide el Certamen:

- Actividad agropecuaria en la que se manifiesta



ingeniosidad empresaria.

- Actividad agropecuaria con orientación ecológica y conservacionista.
- Actividad agropecuaria con orientación educativa.
- Actividad agropecuaria con orientación social y comunitaria.
- Actividad agropecuaria con orientación tecnológica y productiva

Los trabajos premiados pertenecieron a las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, Mendoza, San Luis, Santa Fe y Ciudad de Buenos Aires. La máxima distinción de la Vigésima Edición del Premio BBVA Banco Francés al Emprendedor Agropecuario le fue otorgada a Cabaña Argentina, de Roque Pérez, Provincia de Buenos Aires.

Fundación BBVA Banco Francés

La Fundación Banco Francés es una institución sin fines de lucro que inició sus actividades en 1988 y es sustentada por el Banco. Tiene como sede la "Casona Alsina" declarada Monumento Histórico Nacional, ubicada frente a las barrancas de Belgrano en la ciudad de Buenos Aires.

Su objetivo general es contribuir con el mejoramiento del bienestar de la comunidad en su conjunto, para lo cual colabora con emprendimientos de organizaciones de la sociedad civil relativos a la educación, la asistencia social y la promoción del arte como expresión cultural de la comunidad, además desarrolla acciones de fomento de la actividad empresarial y de la responsabilidad corporativa.

En particular, su principal actividad es la gestión, coordinación, administración y control de calidad del Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés. A su vez, gestiona el Programa de Donaciones del Banco el cual entregó en 2009, por cuenta y orden de BBVA Banco Francés, 14 computadoras y 9 impresoras en perfecto estado a 12 establecimientos educativos e instituciones sin fines de lucro que nos hicieron llegar su pedido. Las mismas fueron seleccionadas de acuerdo a las necesidades

expresadas, la distribución geográfica y a los antecedentes de cada institución. A su vez, entregó durante este año mobiliario en buenas condiciones de estado a 12 establecimientos educativos e instituciones sin fines de lucro.

Programa de promoción de la Colección Badií

En cuanto a las acciones de promoción de la colección Badií, en noviembre de 2009 en el Museo Nacional de San Carlos, en la ciudad de México D.F., se realizó la inauguración de la Exposición "Confluencias. Dos siglos de modernidad en la Colección BBVA", en la cual participamos con dos obras de arte seleccionadas del patrimonio de BBVA en la Argentina.

A su vez, en 2009 realizamos contratos por renovación y préstamo de obras de la Colección Fundación BBVA Banco Francés a distintas áreas del BBVA Banco Francés y empresas vinculadas.

Por su parte, continuamos con el Programa La Escuela y el Museo con visitas guiadas didácticas a escuelas privadas y públicas, de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, en el cual participaron 1.500 alumnos pertenecientes a nivel inicial, EGB, secundario y polimodal. En particular, organizamos dos visitas especiales para las alumnas del taller de práctica N° 5 de la carrera terciaria "Profesorado de Educación Inicial" y alumnos adultos que asisten a los Talleres del Hospital Pirovano.

Apoyo a la biblioteca Las Tunas

Por sexto año consecutivo, apoyamos a la Biblioteca Las Tunas, a través de la donación destinada a sustentar las actividades y fortalecer el funcionamiento de la biblioteca, la cual recibió durante 2009 1.200 visitas (retiros de libros o consultas in situ) de los miembros de la comunidad.

En este año el espacio de la biblioteca fue utilizado por 50 jóvenes de la localidad de Tigre, provincia de Buenos Aires, que participan del Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés;

los mismos asistieron a una tutoría individual semanal y una tutoría grupal quincenal. A su vez, preparamos actividades de huerta, orquesta, tutorías y para que los becarios realicen sus tareas por la suspensión de clases, en la época de la gripe H1N1.

Asimismo, formamos una biblioteca rodante en el Centro de Desarrollo Local, donde alumnos de los distintos programas retiraron un libro. Se impartieron también talleres en 10 salas del Jardín de Infantes N° 915 Pucará y 6 talleres en el Jardín de Infantes N° 943.

Programa Jug-Arte

Por sexto año consecutivo la Fundación colaboró con el Programa Jug-Arte. Esta iniciativa son talleres creativos de expresión artística dirigidos a niños y adolescentes internados en el Hospital de Clínicas José de San Martín. En esta ocasión se donaron materiales de plástica. Participaron del mismo 288 niños entre 4 y 16 años y 86 madres adultas y adolescentes (14 y 16 años); acompañantes de los pacientes de las Salas de Pediatría que desarrollan talleres de artesanías, juguetes, etc. procedentes de localidades del Paraguay y Gran Buenos Aires (Jose C. Paz, Lanús, Avellaneda, Grand Bourg, Laferrere, y Moreno) y de la provincia de Entre Ríos.

La Noche de los Museos

La Fundación Banco Francés participó junto a 149 museos públicos, privados, nacionales, universitarios y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y espacios de arte, de la sexta edición de "La Noche de los Museos", organizado por la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y se recibió durante este evento la visita de 2.420 personas.

Programas originados por BBVA los cuales BBVA Banco Francés adhiere y ejecuta localmente

Colaboramos con la difusión específica y la ejecución dentro de la Argentina de todos los programas generados por BBVA, nuestro accionista mayorita-

rio. Esa difusión y promoción se realiza entre el público en general y entre los mismos empleados del Banco.

Premio Fundación BBVA

El objetivo del Premio es reconocer la investigación básica y la creación de excelencia, plasmada en avances teóricos, modelos y perspectivas fundamentales para entender el mundo natural, social y artificial o tecnológico, así como innovaciones y desarrollos tecnológicos, y la creación de obras, estilos artísticos e interpretativos en la música clásica de nuestro tiempo. Se reconocen también contribuciones significativas a la comprensión y/o actuaciones sobresalientes respecto a dos retos centrales de la sociedad global del siglo XXI: el cambio climático y la cooperación al desarrollo. La segunda edición se convocó hasta el 31 de junio del 2009 y el fallo de los Premios se llevará a cabo el 31 de enero 2010.

Ruta Quetzal

Ruta Quetzal BBVA es un proyecto multidisciplinario, declarado de Interés Universal por la UNESCO, que combina educación, cultura y formación para nuevas generaciones. Desde su primera edición en 1993, en el programa participaron más de 8.000 jóvenes.

Con la participación de 272 jóvenes de 53 países, durante este año la "Ruta Quetzal BBVA 2009, Rumbo a la Isla de Robinson Crusoe. La Tierra de Juan Fernández en Chile", rememoró la enviada en 1519 por el Emperador Carlos V hacia las Islas Malucas y que permitió al hombre dar la vuelta al mundo por primera vez.

La primera infancia en Iberoamérica

BBVA y la Organización de Estados iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) firmaron un acuerdo para mejorar la atención, cobertura social y educación en América Latina. Para ello, BBVA aportará 576.000 euros en los próximos tres años. Parte de ese monto es provisto por el BBVA Banco Francés.

El proyecto “La primera infancia en Iberoamérica”, destinado a la población infantil de la región, permite reflexionar y establecer el estado de situación de niños hasta 6 años, y ofrece los instrumentos necesarios para generar y fortalecer programas nacionales destinados a este grupo.

Programas de terceras organizaciones patrocinados por BBVA Banco Francés

Con el fin de integrar nuestra actuación con la comunidad en todo el país, durante 2009 realizamos donaciones a diversas organizaciones de la sociedad civil (ONG's), entre las que se destacan.

En el ámbito Educativo

- Junior Achievement. Auspiciamos diversas actividades con el fin de colaborar con la educación de los jóvenes de la Argentina, y promover así el espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus metas, en un marco de responsabilidad y libertad. La Fundación realizó por décimo año consecutivo una nueva edición de “Socios X un día”, un programa educativo que tiene como objetivo brindarles la posibilidad a estudiantes del último año del secundario de compartir un día de trabajo con un profesional de la carrera que tienen pensado estudiar. Somos por cuarto año consecutivo Sponsor Nacional de esta Actividad. Participamos en los cursos de “La Compañía” con el fin de que los alumnos aprendan todas las etapas de formación, desarrollo y cierre de una compañía. Todos estos programas contaron con la colaboración de empleados del BBVA Banco Francés como voluntarios para dictar dichos cursos.
- OEI (Organización de Estados Iberoamericanos). Firmamos un acuerdo para mejorar la educación de la población infantil en América Latina. El proyecto, denominado, “La Primera Infancia en Iberoamérica”, está destinado a mejorar la atención, la cobertura social y la educación de la población infantil en la región.
- Voces y Ecos. Participamos con un aviso en el

programa de la 4° Cena Anual “Por todos los medios hay que volver al corazón”. Se recaudaron 378.558 pesos que serán utilizados para las distintas acciones que se realizan para promover la difusión de los valores en los medios de comunicación para construir una sociedad con mayor desarrollo humano.

- Fundación Carolina. Colaboramos con las actividades orientadas a profundizar la cooperación en materia educativa, cultural y científica entre la Argentina y los países de Iberoamérica.
- Universidad San Andrés. Auspiciamos la XVII Cena Anual, “20 años en la educación para una Argentina mejor” los fondos recaudados en la cena permitirá ofrecer 67 nuevas becas educativas a estudiantes que no cuentan con los medios económicos necesarios.

En el ámbito de Acción Social

- La Casa de Ronald McDonald Asociación Argentina de Ayuda a la Infancia. Participamos de la Cena Anual 2009, con el objetivo de recaudar fondos para financiar los proyectos de la Asociación. Los beneficiarios son Las Casas de Ronald McDonald de Buenos Aires, Mendoza y Córdoba brindaron alojamiento, desde su inauguración en 1998, 2003 y 2008 respectivamente, a 5.000 familias provenientes de diferentes provincias de nuestro país. En la cena se recaudaron 688.000 pesos.
- Fundación Compromiso: Auspiciamos la XV JORNADA ARGENTINA DEL SECTOR SOCIAL: “Sociedad Civil 2.0: de las agendas paralelas a la acción colectiva” en la Universidad Argentina de la Empresa a la misma asistieron 420 participantes y el II Seminario RSE y Desarrollo Sustentable.
- Fundación San Martín de Tours. Auspiciamos la Kermés 2009. Se recaudaron 58.300 pesos que serán destinados para el apoyo social que la Fundación brinda a los habitantes de los barrios Sol y

Verde, El Ceibo y Sagrada Familia en José C. Paz, Provincia de Buenos Aires; y el Torneo de Tenis donde se recaudaron 12.555 pesos para solventar y mantener el proyecto de desnutrición Infantil.

- Fundación Hospital Fernández. Auspiciamos la Cena de Fin de año 2009.
- Fundaluba. Participamos con un aviso en el Programa de de la Cena de Recaudación de Fondos.
- FACCOMA (Federación Argentina de Centros Comunitarios Macabeos). Auspiciamos las 18° Macabeadas Mundiales Israel 2009 a través de la publicación en el Libro de Oro de las Macabeadas.
- Fundación Nordelta. Participamos como Sponsor Principal de la Noche Solidaria de la Fundación Nordelta.

En el ámbito Empresario

- Fundación Mediterránea. Realizamos un aporte institucional para almuerzos con funcionarios públicos, análisis de situación política y económica y fuimos sponsor del 32° aniversario.
- Fundación FIEL. (Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas). Realizamos un aporte institucional para las actividades que realiza esa fundación, y al ciclo de seminarios que realiza mensualmente de Economía para Periodistas. Auspiciamos la Conferencia Anual FIEL 2009 con el objetivo de difundir los resultados de las investigaciones llevadas adelante durante el año por la Fundación. Además se organizó en la Fundación Banco Francés un cocktail de bienvenida a los expositores.
- Cámara Española de Comercio de la República Argentina. Se auspiciaron diversas actividades durante el 2009, entre las que se destacan, la III Copa de España de Golf, para colaborar con las fundaciones de ayuda a discapacitados y a los que más lo necesitan (Fundación Heme Aquí, Asociación Mensajeros de la Paz, Fundación del Padre Tomás Llorente (Parroquia Santa Rosa de Lima), Un techo para mi país y EMA (Asociación de Esclerosis Múltiple); la X edición del Torneo de Golf Copa “Cámara Española de Comercio de la República Argentina”; el 1° Congreso “El rol de las cámaras en el Siglo XXI” con la participación de

100 personas de entidades asociadas a la Cámara; el Seminario de Responsabilidad Social Empresaria, Competitividad y Acción Social; el acto de entrega de Premio a la labor Social Empresaria; y el Concierto de navidad organizado por la entidad.

- R.A.P. (Red de Acción Política). Participamos como sponsor “Adherente” del V Encuentro Anual de Políticos RAP, participaron del mismo 108 políticos pertenecientes a la red, representando a 18 provincias del país y 20 partidos políticos nacionales, provinciales y municipales.
- Comisión Nacional de Justicia y Paz. Participamos del Foro Nacional “De Habitantes a Ciudadanos”, con el objetivo de la elaboración de propuestas de políticas públicas, con miras al bien común en el mediano y largo plazo a través del consenso entre los distintos sectores sociales. Los beneficiarios del mismo fueron 120 Miembros de Justicia y Paz Nacional y diocesanos, y de los distintos Foros “De habitantes a ciudadanos”.
- Fundación Libertad. Auspiciamos la publicación “Índice de Desempeño Provincial 2009, el 5° Congreso de Economía Provincial: Santa Fe 2015 y la Cena Anual 2009.

Promoción de la Responsabilidad Corporativa

Foro Ecueménico Social

En pos de la promoción de valores que hagan sostenible a la comunidad, como socios fundadores continuamos con la promoción difusión y participación en sus actividades. Espacio que tuvo su origen en la Argentina en el año 2001 y se ha propuesto extender sus actividades hacia Latinoamérica para promover la Responsabilidad Social, con los mismos objetivos que se fijaron en su creación, tales como impulsar y difundir conceptos y acciones de Responsabilidad Social de empresas, organizaciones de la sociedad civil y personas; rescatar valores fundamentales y resaltar la importancia de las organizaciones de la sociedad civil y de los empresarios en la transformación de los países. En este marco, somos Miembro Fundador y Promotor del Premio al Emprendedor Solidario.

Este año, participamos en la Primera sesión de la Cátedra Abierta de Responsabilidad Social y Ciudadana 2009 que organizó el Foro Ecuménico Social en el Palacio San Martín, en el Ministerio de Relaciones Exteriores de la Argentina, de la Tercer sesión de la Cátedra Abierta de Responsabilidad Social y Ciudadana, que organizó el Foro en la Alianza Francesa de Buenos Aires, y de la Cuarta sesión 2009 de la Cátedra Abierta de Responsabilidad Social y Ciudadana en la Casa de Madrid en la Argentina.

Premio al Emprendedor Solidario

Tiene como objetivo reconocer a empresas y organizaciones de la sociedad civil que hayan realizado acciones para el mejoramiento de las condiciones de

vida de la comunidad y estimular el espíritu solidario. En 2009 realizamos la octava Edición 2008, en la cual se presentaron 800 trabajos. El Jurado otorgó distinciones a 7 empresas y 10 organizaciones de la sociedad civil.

Cenarsecs (Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social)

Auspiciamos la segunda edición del Premio Amartya Sen para 100 jóvenes brillantes, el Programa tiene por finalidad central formar una nueva generación docente a los más altos niveles de excelencia en nuevas áreas del conocimiento sobre el desarrollo y las ciencias gerenciales con perspectiva ética y del desarrollo humano.



Voluntariado corporativo

↳Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad Fundación BBVA Banco Francés (en Pesos ARG)

Campo actuación/ Nombre del proyecto	Número de proyectos	Aportación monetaria	Cesión de espacios y aportación en especies	Valor del tiempo	TOTAL
Desarrollo social y económico	3	0	35.394,00	4.242,70	39.636,70
Educación - Programa Niños Adelante	1	0	0	458.211,60	458.211,60
Educación - Resto de Programas	3	66.798,00	32.672,00	6.061,00	105.531,00
Promoción de la responsabilidad social	1	0	0	1.322,40	1.322,40
Asistencia social	6	1.790,80	16.336,00	23.252,20	41.379,00
Arte, cultura y deportes	7	23.667,10	0	31.958,00	55.625,10
Gastos de estructura de la Fundación	0	462.722,15	0	0	462.722,15
TOTAL	21	554.978,05	84.402,00	525.047,90	1.164.427,95

↳Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad BBVA Banco Francés (en Pesos ARG)

Campo actuación/ Nombre del proyecto	Número de proyectos	Aportación monetaria	Cesión de espacios y aportación en especies	Valor del tiempo	TOTAL
Desarrollo social y económico	12	106.815,00	0,00	3.581,50	110.396,50
Educación - Programa Niños Adelante	1	2.706.241,23	138.288,00	826,50	2.845.355,73
Educación - Resto de Programas	15	441.896,50	0,00	4.683,50	446.580,00
Promoción de la responsabilidad social	2	40.893,70	0,00	551,00	41.444,70
Asistencia social	20	89.699,00	0,00	5.510,00	95.209,00
Otros campos	5	659.163,75	0,00	57.799,90	716.963,65
Promemoria - Fundación Banco Francés	1	849.000	0,00	275,50	849.275,50
TOTAL	66	4.893.709,18	138.288,00	73.227,90	5.105.225,08

La educación es una de las prioridades en nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa. En esta línea, en agosto de 2009 en BBVA Argentina lanzamos el Programa Voluntarios BBVA.

El Programa de Voluntariado cuenta con tres alternativas de participación:

- Donación de útiles escolares nuevos y libros, que se entregan a los chicos que participen de cada kermés.
- Donación de dinero de los empleados, que se destina a la compra de más útiles.
- Colaboración de los empleados en la organización de los eventos.

Por su parte, los miembros del Equipo Directivo fueron invitados a apadrinar a uno o varios niños a través de una beca para que puedan conti-

nuar con sus estudios, presentando la metodología de la iniciativa en las reuniones del 5, 18 y 26 de agosto realizadas en el salón Directorio.

Conducido por la Dirección de Recursos Humanos, y con la colaboración de la Dirección de Relaciones Institucionales y de la Fundación Banco Francés, durante 2009 nuestro Programa Voluntarios BBVA se llevó adelante a través de la realización de cinco eventos solidarios en Neuquén, Mendoza, Salta, y en la Provincia de Buenos Aires, en las localidades de Virreyes y Las Tunas. Los mismos tuvieron el formato de kermés, brindando un espacio recreativo y educativo para las comunidades en donde ya se estaba llevando adelante el Programa Becas de Integración.

Durante 2009, realizamos los siguientes

eventos, en los cuales participaron 116 voluntarios y 1.650 chicos, entregamos 60 equipos electrónicos y muebles, 1.650 mochilas, más de 6.500 útiles y se recaudaron 16.327 pesos:

- 28 de agosto - Centro Educativo Fe y Alegría, Salta.
- 11 de septiembre – Colegio San José Obrero, Neuquén.
- 17 de octubre – Centro de Servicio para el Desarrollo Local, Barrio Las Tunas, General Pacheco, Provincia de Buenos Aires.
- 30 de octubre – Parroquia Nuestra Sra. de Itatí, Colegio Madre Teresa, Virreyes.
- 14 de noviembre - Centro Educativo Padre José María Llorens, Mendoza.

Para seguir mejorando nuestro programa y las iniciativas en las cuales nuestros voluntarios participan, realizamos evaluaciones en las instituciones donde se realizaron los eventos. La metodología implementada fue la de entrevistas en las cuales se preguntaron a los beneficiarios sobre los siguientes temas:

- El impacto del evento sobre los becarios y las familias que participaron del evento.
- El involucramiento y nivel de compromiso de los becarios y sus padres en la organización y realización del evento.
- Repercusiones de los becarios en la participación de estos eventos.
- Nivel de satisfacción del evento por parte de las instituciones.
- Oportunidades de mejora para el año próximo.
- Comunicación entre los Voluntarios, el Banco, la Fundación y la Institución en la realización, desarrollo y finalización del evento.

Entre los resultados de las encuestas realizadas podemos resaltar los siguientes testimonios:

“... (padres y becarios) invirtieron prácticamente todo el día en la preparación, realización y desarrollo del evento...” (Gabriel Romero, Centro Educativo Fe y Alegría de Salta).

“...creo que los becarios se acercaron más al Banco... pudieron tener un conocimiento directo de los empleados de BBVA... creo que fue un momento distinto, ya que siempre están relacionados al estudio, al esfuerzo, y esta vez tuvieron un vínculo, un día de diversión, de conocerse en un lugar diferente... encontrarse en un ambiente distinto para poder conocerse, recrearse y jugar...” (Dolores Irigoien, Centro de Servicios para el Desarrollo Local Las Tunas).

“...superó las expectativas. Nada quedó pendiente. Se hizo todo lo programado...” (Laura Sosa, Centro Educativo Padre José María Llorens de Mendoza).

“...la relación (entre voluntarios, la Fundación y la Institución) fue excelente. Tanto el personal de la institución como los voluntarios se sumaron con gran compromiso y entrega a la actividad, y se evidenció mucha alegría en todos ellos...” (Nora Manso, Colegio San José Obrero de Neuquén).

Con este Programa logramos canalizar la intención de los empleados de ayudar a quienes más lo necesitan de una forma segura, transparente y práctica, poniendo en marcha el poder social que tiene la empresa para nuclear estas buenas acciones.



Pacto Mundial de Naciones Unidas

El Pacto Mundial de Naciones Unidas es una iniciativa internacional cuyo objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de diez principios basados en los derechos humanos, laborales y medioambientales y de lucha contra la corrupción.

En BBVA Banco Francés somos uno de los socios fundadores de la Red en la Argentina, participando activamente desde 2004. Asimismo, durante 2009 formamos parte de la Mesa Directiva local.

Desde nuestra adhesión, elaboramos anualmente una Comunicación sobre el Progreso (COP), disponible en la web www.pactomundial.org, que recoge información detallada sobre políticas y las acciones específicas implantadas en materia de Responsabilidad Corporativa. Este año presentamos nuestra COP 2009 a partir de este Informe, en base al documento realizado por el Pacto Mundial y la Iniciativa de Reporte Global, “Estableciendo la conexión”. De esta forma, informamos a nuestros grupos de interés nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial; a través de nuestro desempeño económico, social y ambiental durante 2009.

Categorías	Principios	Indicadores GRI
Derechos Humanos	Principio 1 - Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	LA4, LA 7-8, LA13-14, HR 1-2,HR 4-7, S05, PR1
	Principio 2 - Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	HR 1-2, HR 4-7, S05
	Principio 3 -Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	LA 4-5, HR 1-2, HR5, S05
Trabajo	Principio 4 - Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR 1-2, HR7, S05
	Principio 5 - Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	HR 1-2, HR6, S05
	Principio 7 - Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	EC2, EN26, EN30, S05
Medio Ambiente	Principio 8 - Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	EN 1-4, EN8, EN 11-12, EN 16-17,EN21, EN26, EN28, S05, PR3
	Principio 9 - Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN2, EN26, S05
Anti-corrupción	Principio 10 - Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	S0 2

Los Objetivos del Milenio

Los ocho Objetivos del Milenio (ODM), promovidos por las Naciones Unidas, nacen de un acuerdo internacional que fija el año 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras significativas en la reducción de la pobreza y las desigualdades que afectan a millones de personas en el mundo. En

este sentido, adhiriendo a los lineamientos corporativos de BBVA, nuestro accionista de referencia, nos sentimos plenamente comprometido con este reto por medio de actividades de Responsabilidad Corporativa que desarrollamos en la Argentina.

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



Criterios del informe

Alcance, relevancia, materialidad y cobertura de la memoria

Desde 2007 elaboramos anualmente Informes de Responsabilidad Corporativa en la Argentina. Esta publicación es nuestro tercer Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC), segundo auditado por un tercero independiente. En él comunicamos a nuestros grupos de interés las actividades desarrolladas por BBVA Banco Francés en relación a nuestra gestión responsable del negocio informando sobre los resultados económicos, sociales y ambientales de 2009, incluyendo datos comparativos referentes a 2007 y 2008 con indicación del perímetro de los mismos.

La selección de contenidos y estructura del IARC 2009 de BBVA Banco Francés sigue los lineamientos de nuestro accionista mayoritario, BBVA, que fueron definidos en base a diálogos realizados en 2009 con los grupos de interés en todos los paí-

ses donde el Banco opera. Adicionalmente, tomamos la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative-GRI) y la serie AA1000 de Accountability.

Localmente involucramos en el proceso de elaboración del IARC a los responsables de todas las áreas del Banco los cuales fueron identificando los temas más importantes a comunicar en 2009 en base a su cercanía con los grupos de interés, fuentes internas y externas que dan marco a nuestro accionar en materia de Responsabilidad Corporativa y las herramientas habituales que emplean para su comunicación, resaltando su valor social logrado y las oportunidades de mejora para futuros procesos. A su vez, realizamos una encuesta a los responsables de cada área en la cual cada empleado ordenó por importancia los ocho temas seleccionados por el estudio

de nuestro accionista mayoritario, BBVA, con el objetivo de darle una mirada local al proceso de selección de contenidos a nivel corporativo.

Como resultado de nuestro trabajo local, este año decidimos no incluir el tema de Inclusión Financiera como un capítulo independiente.

Referencias básicas y estándares internacionales

Para la elaboración del IARC 2009 nos basamos en la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative - GRI) y en el Suplemento Sectorial para la Industria Financiera (Versión final, noviembre de 2008), adaptando los indicadores al contexto local, al negocio de BBVA Banco Francés, y a los perfiles particulares de los grupos de interés. En cuanto a los protocolos GRI, en el caso de los indicadores de Recursos Humanos, Comunidad y Medioambiente, estos fueron tomados de adaptaciones de los originales al negocio del Banco realizadas por

BBVA, nuestro accionista de referencia.

A su vez, este documento cumple con la Comunicación sobre el Progreso 2009 en el cual mostramos el cumplimiento a los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas a través de las actividades desarrolladas durante el año, siguiendo el documento realizado por el Pacto Global de Naciones Unidas y la Iniciativa de Reporte Global, “Estableciendo la conexión”.

Rigor y verificación

El IARC 2009 fue revisado, verificado internamente y auditado externamente. Las recomendaciones puestas de manifiesto en estos procesos de revisión se tuvieron en cuenta en el proceso de elaboración del IARC 2009 y algunos fueron considerados como oportunidades de mejora para los próximos informes.

→Indicadores GRI	Página IARC
1. Visión y estrategia	Páginas
1.1 Declaración del máximo responsable	1-2
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	CPA, 6-9, 63-65
2. Perfil	
2.1 Nombre de la organización.	CPA
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	CPA, 12
2.3 Estructura operativa	CPA
2.4 Localización de la sede principal	CPA
2.5 Países en los que opera	CPA
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	CPA
2.7 Mercados servidos.	CPA
2.8 Dimensiones de la organización informante.	CPA, 9, 66, (1)
2.9 Cambios significativos del periodo	(2)
2.10 Premios y distinciones recibidos.	66
3. Parámetros de la Memoria	
3.1 Periodo cubierto por la información.	57-58
3.2 Fecha de la Memoria anterior más reciente.	57-58, (3)
3.3 Ciclo de presentación de memorias.	57-58
3.4 Punto de contacto para cuestiones de la memoria.	67
3.5 Proceso de definición del contenido.	57-58
3.6 Cobertura de la Memoria.	57-58
3.7 Existencia de limitaciones de alcance.	57-58
3.8 Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	(4)
3.9 Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	57-58
3.10 Efectos de las correcciones de información de informes anteriores.	(4)
3.11 Cambios significativos respecto a periodos anteriores sobre alcance y cobertura.	(5)
3.12 Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web.	59-63
3.13 Política y práctica sobre verificación externa.	55-56
4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés	
4.1 Estructura de gobierno.	7, (1)
4.2 Características de la presidencia del Consejo	(1)
4.3 Consejeros independientes o no ejecutivos.	(1)
4.4 Comunicación entre accionistas y empleados, y el máximo órgano de gobierno.	(1)
4.5 Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	7, (1)
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	7, (1)
4.7 Capacitación de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad.	5-7
4.8 Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad	4-5, 8
4.9 Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo.	5-7
4.10 Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad.	7
4.11 Principio de precaución.	8, 36-37
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad.	36-39, 41-50
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación	8, 49
4.14 Relación de grupos de interés de la organización.	10-11
4.15 Procedimiento para la definición de los grupos de interés.	10-11
4.16 Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés.	10-11
4.17 Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés..	10-11

→Indicadores GRI	Página IARC
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO	
EC1 (P) Principales magnitudes económicas	CPA, 9, 66, (1)
EC2 (P) Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	N/D
EC3 (P) Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	(6)
EC4 (P) Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N/D
EC5 (A) Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	24
EC6 (P) Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales.	(7)
EC7 (P) Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales.	N/D, (8)
EC8 (P) Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público.	N/D
EC9 (A) Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos.	20-22, 42-45
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE	
LA1 (P) Desglose de empleados por tipo empleo, contrato y región.	24,30, 31
LA2 (P) N° total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	25
LA3 (A) Beneficios sociales para empleados con jornada completa.	29-30
LA4 (P) Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	(9)
LA5 (P) Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos	N/D, (10)
LA6 (A) Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud.	(11)
LA7 (P) Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y n° de víctimas mortales.	32
LA8 (P) Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves.	31-32
LA9 (A) Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	(12)
LA10 (P) Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	27
LA11 (A) Programas de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores.	26-27
LA12 (A) Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	N/D, (13)
LA13 (P) Órganos de gobierno corporativo y plantillas, por sexo, edad, pertenencia minoría.	7, 24
LA14 (P) Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional.	(14)
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS	
HR1 (P) Porcentaje y n° total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos.	N/D
HR2 (P) Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	33-34
HR3 (A) Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos.	27
HR4 (P) N° total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	(15)
HR5 (P) Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras.	N/D
HR6 (P) Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras.	(15)
HR7 (P) Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras.	(15)
HR8 (A) Porcentaje del personal de seguridad formado en derechos humanos.	N/D
HR9 (A) N° total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	(7)
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD	
SO1 (P) Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades.	43-44, 51-52
SO2 (P) Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción.	7-8, 18-19
SO3 (P) Porcentaje empleados formados en anti-corrupción.	19
SO4 (P) Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	N/D
SO5 (P) Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	N/D
SO6 (A) Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	N/D
SO7 (A) N° total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	N/D
SO8 (P) Valor monetario de sanciones, multas y n° total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes.	N/D

→Indicadores GRI	Página IARC
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
PR1 (P) Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	16
PR2 (A) N° total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios.	N/D
PR3 (P) Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios.	16, (16)
PR4 (A) N° total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	(15)
PR5 (A) Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.	12-15
PR6 (P) Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing.	N/D
PR7 (A) N° total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	N/D
PR8 (A) N° total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	(17)
PR9 (P) Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y el uso de productos y servicios.	N/D
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL	
EN1 (P) Materiales utilizados, por peso o volumen.	40
EN2 (P) Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	40
EN3 (P) Consumo directo de energía por fuentes primarias.	40
EN4 (P) Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.	40
EN5 (A) Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	N/D
EN6 (A) Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía.	N/D
EN7 (A) Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía.	37-38
EN8 (P) Captación total de agua por fuentes.	40
EN9 (A) Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	(7)
EN10 (A) Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	N/A
EN11 (P) Terrenos en propiedad, arrendados o gestionados de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas.	(7)
EN12 (P) Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos de alto biodiversidad.	(7)
EN13 (A) Hábitats protegidos o restaurados.	(7)
EN14 (A) Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	(7)
EN15 (A) N° de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	(7)
EN16 (P) Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	40
EN17 (P) Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	40
EN18 (A) Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	N/D
EN19 (P) Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	(7)
EN20 (P) NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	(7)
EN21 (P) Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	(7)
EN22 (P) Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	40, (18)
EN23 (P) N° total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	(7)
EN24 (A) Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	N/D
EN25 (A) Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	(7)
EN26 (P) Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios.	N/D
EN27 (P) Porcentaje de productos vendidos que son reclamados al final de su vida útil.	(7)
EN28 (P) Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	N/D
EN29 (A) Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	38
EN30 (A) Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	N/D

→ Indicadores GRI	Página IARC
SUPLEMENTOS SECTORIALES	
FS1 Políticas con componentes ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas.	6-7, 20-22
FS2 Procesos para evaluar y controlar los riesgos ambientales y sociales en las líneas de negocio básicas.	N/D
FS3 Procesos de monitoreo de la implementación y cumplimiento por parte de los clientes de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos o transacciones.	N/D
FS4 Procesos para mejorar las competencias de los empleados para implementar las políticas y procedimientos ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas.	18-19
FS5 Interacciones con clientes / sociedades participadas / socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades sociales y ambientales.	N/D
FS6 Porcentaje del total de unidades de negocio por región específica, tamaño y sector.	N/D
FS7 Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios sociales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.	49-50
FS8 Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios ambientales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.	N/D
FS9 Alcance y frecuencia de las auditorías que evalúan políticas y procedimientos de gestión de riesgos ambientales y sociales.	N/D
FS10 Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la empresa con las cuales se hayan interactuado en temas ambientales y sociales.	43
FS11 Porcentaje de activos sujetos a un control ambiental y social positivo y negativo.	N/D
FS12 Políticas de voto en materias medioambientales y sociales aplicables a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	N/D
FS13 Puntos de acceso en áreas poco pobladas o económicamente desfavorecidas por tipo.	N/D
FS14 Iniciativas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros.	6-7, 20-22, 42-44
FS15 Políticas para el diseño justo y venta de productos y servicios financieros.	N/D
FS16 Iniciativas para realzar la educación financiera por tipo de beneficiario.	16, 42-44
CPA: Contratapa anterior N/D: no disponible N/A: no aplica	
(1) Información en el Informe Anual 2008 de BBVA Banco Francés (https://www.bancofrances.com.ar/fbin/PDF_MemoriaBalance2008_tcm235-191624.pdf) (2) No se produjeron cambios significativos en BBVA Banco Francés durante 2009. (3) El Informe se publica anualmente por BBVA Banco Francés. (4) En caso de que algún indicador haya sufrido modificaciones en su cálculo o en la composición del mismo se indica en el Informe respectivamente. (5) No se registraron cambios significativos en el alcance y cobertura del IARC. (6) BBVA Banco Francés no emplea planes de pensión/jubilación por sobre los exigidos por la ley. (7) No material para BBVA, nuestro accionista de referencia. (8) El 98,15% del Equipo Directivo y el 83,33% de los Directores Corporativos de BBVA Banco Francés son argentinos. (9) El 100% de los empleados tienen un convenio colectivo, aún cuando las negociaciones y acuerdos salariales alcanzan hasta la categoría de Jefe Principal de Departamento. (10) El BBVA Banco Francés sólo notifica los vencimientos de Contratos a Plazo Fijo. (11) BBVA Banco Francés no cuenta con un Comité de Salud y Seguridad. (12) No hay acuerdos de asuntos de salud y seguridad cubiertos con sindicatos. (13) Al cierre del Informe 2009 los datos sobre la evaluación de desempeño no han sido procesados, se comunicarán en el IARC 2010. (14) En igual posición, función y responsabilidad, no existen diferencias salariales entre hombres y mujeres. (15) Ninguno. (16) Se opera según el entorno regulatorio argentino: Banco Central de la República Argentina (BCRA), Comisión Nacional de Valores (CNV), Defensa al Consumidor, Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN), Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias (CPB), Código de Conducta en ámbito de los mercados de valores y Código de Prácticas Bancarias. (17) Ver en página 16 las políticas en relación a la privacidad de la información de clientes. (18) La información publicada corresponda únicamente a la gestión de residuos de papel.	

→ Progresos 2009 y objetivos 2010				
	LINEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2009	PROGRESOS 2009	OBJETIVOS 2010
PLAN DE ACCION SOCIAL	Diseño y ejecución del Plan de Acción Social 2008	Cumplimiento de los programas diseñados para 2009.	- Iniciamos el Programa de Becas, con 872 becas, en 15 sitios del país. - Lanzamos 20ª Edición del Premio Emprendedor Agropecuario	Cumplimiento de los programas diseñados para 2010.
	Matriz Local de RRC Grupos de Trabajo Informe Anual de Responsabilidad Corporativa Formación en RRC para empleados	Creación y gestión de Grupos de Trabajo. Proceso de elaboración y publicación del IARC 2008. Diseño, planificación y ejecución.	- Diseñamos y confeccionamos un modelo básico de "Tablero de Control Reputacional" local, para análisis y maduración. - Creamos los cuatro grupos de trabajo. - Elaboramos y publicamos el IARC 2008. - Desarrollamos un Curso e-learning sobre RRC, y uno sobre Derechos Humanos y Pacto mundial a propósito del 60 aniversario de las Naciones Unidas. - Entregamos el libro "Primero la Gente", de Armartya Sen y Bernardo Kiklsberg	Actualizar el Tablero de Control Reputacional local. Reuniones periódicas de los grupos de trabajo para registrar los avances. Proceso de elaboración y publicación del IARC 2009. Ejecución de los cursos realizados.
DESARROLLO DE LA FUNCION DE RRC	Comunicación para el Progreso del Pacto Global en Argentina Talleres Pacto Global para empresas clientes PYME's Foro Ecuménico Social CENARSECS, Facultad de Ciencias Económicas, UBA	Publicación y presentación de COP 2008. Diseño y realización de talleres. Patrocinio y participación de actividades. Patrocinio de actividades.	- Publicamos la COP junto al IARC 2008. - Avanzamos con dos reuniones con el CENARSECS, para analizar el formato de los talleres. - Patrocinamos la 8ª edición del Premio Emprendedor Solidario del Foro. - Patrocinamos la entrega de la 3ª Edición del Premio Latinoamericano a las Mejores Prácticas de ONG's y empresas. - Participamos activamente en el programa de Prácticas Educativo Laborales. - Presentamos el Programa de Becas en la Cátedra de Valores. - Patrocinamos el programa 100 jóvenes líderes, organizado por el CENARSECS	Publicación y presentación de COP 2009. Realización de talleres. Patrocinio y participación de actividades.
COMPROMISO CON PRINCIPIOS DE RRC				

→PROGRESOS 2009 Y OBJETIVOS 2010

	LINEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2009	PROGRESOS 2009	OBJETIVOS 2010
VOLUNTARIADO CORPORATIVO	Voluntariado Corporativo	Desarrollo y perfeccionamiento del Programa.	- Lanzamos el Programa de Voluntariado Corporativo.	Patrocinio de actividades. Fomentar aun más la participación de los empleados en esta iniciativa
	Calidad de atención Reducción de riesgos, en la gestión comercial Mejora en el ambiente de trabajo Beneficios para clientes de Banca de Empresas	Modernización de modelo de atención en sucursales. Relevamiento de información y diseño del Programa. Medición de clima laboral. Convenio con la Universidad de El Salvador.	- Pusimos en funcionamiento en 8 sucursales el Proyecto Gestión de Filas, sistema para la administración y el llamado de turnos - Presentamos el plan de acción social en Mendoza, Bariloche y Salta. - Comenzamos a elaborar, junto a las áreas, los planes de acción de mejora a partir de los resultados obtenidos durante la encuesta tomada en 2008. - Realizamos charlas sobre comercio exterior junto a la Cámara de Importadores, El Centro de Despachantes y la Universidad de Salvador, con una convocatoria de 600 Pymes y 300 despachantes de aduana.	Implementar en 50 sucursales el Proyecto Gestión de Filas. Presentar la investigación comparativa de Programas de Becas del sector privado. Presentar el camino recorrido con el Programa de Voluntariado. Realizar la nueva encuesta de clima laboral. Continuar con actividades de actualización para clientes y no clientes, ampliando el alcance geográfico.
FORTALECIMIENTO DE REPUTACION EN LA GESTION COMERCIAL				
ACCESO AL SISTEMA DE SECTORES MENOS FAVORECIDOS	Bancarización de sectores menos favorecidos	Programa Becas de Integración 2009.	- Avanzamos con el inicio del Programa en 15 localidades.	Continuar con el Programa Becas de Integración 2010.
	BBVA Banco Francés y personas con discapacidad	Desarrollo e inserción laboral de personas con discapacidad.	- Integramos el Club de Empresas Comprometidas - Trabajamos con distintas ONG's y organismos públicos especializados en personas con discapacidad	Continuar trabajando para transformarnos cada vez más en un empleador comprometido con los criterios de diversidad.
FACILITAR LA ACCESIBILIDAD A COLECTIVOS DESFAVORECIDOS O NECESIDADES ESPECIALES				
	Promover la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres			Continuar trabajando junto a la Red de Empresas por la Diversidad Continuar promoviendo la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres.
DESARROLLO DE LA EQUIDAD DE GÉNERO				
	Observar y analizar desde la óptica de los valores corporativos y condicionamientos del entorno los mensajes emitidos por el BBVA Banco Francés	-Actualización de sitio Internet "niños adelante".	- Actualizamos el contenido del Programa Becas de Integración en el sitio de BBVA Banco Francés	Mantener actualizados los contenidos del Programa Becas de Integración en el sitio de BBVA Banco Francés
POSICIONAMIENTO DE BBVA BANCO FRANCÉS				

→Progresos 2009 y objetivosS 2010

	LINEAS DE TRABAJO	OBJETIVOS 2009	PROGRESOS 2009	OBJETIVOS 2010
	Política de financiación de armamento, prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo	Capacitación a empleados.	- Continuamos concientizando y sensibilizando a nuestros empleados sobre la importancia del tema para el Banco, dentro del marco definido por BBVA, nuestro accionista de referencia, en las modalidades de formación inicial y formación específica para colectivos críticos. - Capacitamos a 365 nuevos empleados en PLD. Se incorporo un nuevos sistema de monitoreo, denominado Matriz Unificada (MU) que permite revisar la lista de clientes versus la lista de terrorista.	Mantener el firme compromiso en el fortalecimiento de los principios éticos, incorporados en su Código de Conducta y procedimientos internos. Implementar nuevas herramientas informáticas de control y monitoreo Continuar las acciones de formación, concientización y sensibilización relativas a temas de Integridad, Protección de Datos Personales y Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.
POLITICA DE FINANCIACION DE ARMAMENTO				
	Factores ambientales y sociales en el análisis del riesgo crediticio	Capacitación a empleados.	Actualizamos la aplicación de los Principios del Ecuador en la Gestión de Riesgos y la Gestión Comercial. Inicio del Plan de Ecoeficiencia.	Aplicación del Plan de Ecoeficiencia Aplicación del Plan de Ecoeficiencia. Certificación Normas ISO 14001 para 5 edificios centrales.
CONSIDERACION DE FACTORES AMBIENTALES Y SOCIALES EN EL ANALISIS DEL RIESGO CREDITICIO				
	Ampliación de criterios RC en las compras Sistema de Gestión Ambiental Acción social con proveedores	Firma de la Carta de Adhesión a los principios del Pacto Mundial para proveedores. Comunicación interna. Diseño del Programa.	- Se firmó la Carta de Adhesión a los principios del Pacto Mundial para proveedores. - Capacitamos al personal de los edificios corporativos en la gestión de los residuos. Se realizaron reuniones de trabajo con proveedores para la implementación de Normas ISO 14001.	Aplicación Normas 14001 con proveedores. Publicación en Intranet sobre temas de medioambiente y capacitación a empleados por intranet Aplicación Norma ISO14001 a los proveedores.
COMPRAS Y GESTION AMBIENTAL				

→ Indicadores de Responsabilidad Corporativa

	2009	2008	2007
Valor económico generado distribuido			
ECONÓMICOS			
Resultado neto (en pesos)	718.462	321.510	235.049
Resultado por acción	1,47	0,68	0,50
SOCIALES			
Tiempos Medios de Resolución de reclamaciones (días)	10,83	13,285	19,98
Mujeres en cargos gerenciales	11	12	12
Diversidad hombres y mujeres (%)	58/42	59/41	60/40
Rotación no deseada Total	0,66%	1,51%	1,48%
Cantidad de horas de participación en formación anual (1)	138.220	158.065	288.258
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido (%)	1,6	1	0,7
MEDIOAMBIENTALES			
Consumo Papel por empleado (kg) (2)	289,13	100,04	90,88
Reciclado de Papel (Kg) (2)	176.830,00	12.870,00	3.970,00
Consumo Agua (m3)	98.255,20	123.880,80	116.286,35
Consumo de Energía Eléctrica (kwh)	33.130.628,40	33.292331,26	32.101.554,58

(1) El dato calculado para 2007 corresponde a BBVA Banco Francés y Consolidar, mientras que para los años 2008 y 2009 el indicador alcanza solo a BBVA Banco Francés.
 (2) El aumento se debe a un mayor alcance en la sistematización del indicador durante 2009.

→ Premios y reconocimientos 2009

BBVA Banco Francés, fue distinguido como el mejor banco en Argentina por la revista Euromoney. Euromoney Awards for Excellence

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

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

Diseño:
 Tosi Loza Cecilia

Impresión:
 FP Compañía Impresora

Facilitadores externos en el Proceso de elaboración del IARC 2009:
 ReporteSocial.com
 www.reportesocial.com

