

adelante.

BBVA,  
trabajamos  
por un futuro  
mejor para  
las personas



adelante.

Informe Anual 2007  
Responsabilidad Corporativa

ÍNDICE

Este es el primer informe de Responsabilidad Corporativa de BBVA Banco Francés y contiene información relativa al desempeño del Banco en esta materia durante el año 2007. Hemos plasmado la información siguiendo una estructura cuyo eje central son los asuntos considerados

relevantes por nuestros grupos de interés, planeamiento que consideramos es el que nos permite centrar la discusión y afrontar con mayor claridad cuáles son nuestros principales compromisos y actuaciones.

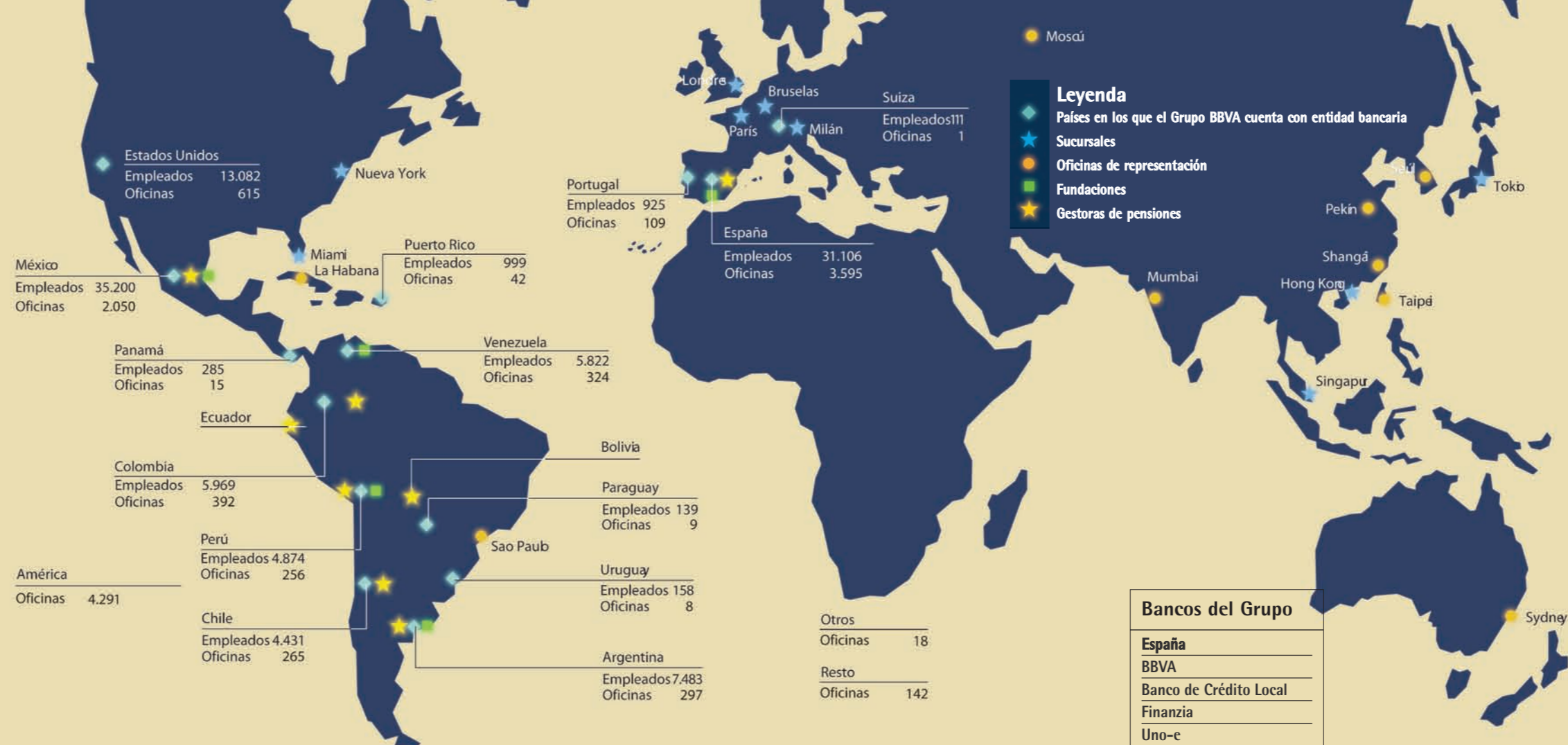
		PÁGINA
	PERFIL BBVA – DATOS RELEVANTES	PORTADA
	CARTA DEL PRESIDENTE	1
	ALCANCE	2
PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE RC	Visión, principios corporativos y posicionamiento Los siete principios corporativos Posicionamiento Estrategia de Negocio La Responsabilidad Corporativa en BBVA Objetivos Gestión y gobierno de la política de responsabilidad corporativa Sistema de Gobierno Corporativo Sistema y función de cumplimiento Misión de Cumplimiento Normativo Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales Código de conducta Códigos específicos de áreas funcionales Políticas complementarias Acuerdos internacionales suscritos.	6
PARTICIPACIÓN GRUPOS DE INTERÉS	Identificación y diálogo con los grupos de interés en BBVA Asuntos relevantes: riesgos y oportunidades Comunicación a los grupos de interés	12
ORIENTACIÓN AL CLIENTE	Accesibilidad a servicios financieros Canales de servicio Migración de transacciones Consultas a través de los Canales Centro de Soluciones Seguridad y protección de datos Código de Prácticas Bancarias Descripción del Modelo Teórico de Gestión de Reclamos Instancias de Gestión Control de la Gestión de la Actividad de Reclamaciones Tramitación de Reclamaciones Evaluación de la satisfacción del cliente reclamante Cuadro de Mando de Indicadores Mínimos Identificación e implantación de planes de mejora	14
COMPROMISO CON LOS ACCIONISTAS	Crecimiento sostenido del Valor Relación con Inversores	22
FINANZAS RESPONSABLES	Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas	24
PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES	Productos y Servicios Responsables Apoyo a las Pymes	25
GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	El compromiso de BBVA Banco Francés y sus empleados Perfil de empleados Empleo y selección Proceso de valoración por competencia, desarrollo profesional y compensación Formación y Gestión del conocimiento Comunicación y diálogo con empleados. Principales canales corporativos comunicación interna Principales Canales Corporativos de Comunicación Interna Formas para compartir información Encuesta de clima Encuesta de satisfacción cliente interno Programa Innova Beneficios sociales y económicos al personal Programas Especiales para ayudar a los empleados a equilibrar su vida personal y familiar Actividades y aportes para una mejor calidad de vida Servicios para los empleados en el ámbito de trabajo Programas para apoyar en ocasiones de necesidad Celebraciones Libertad de asociación, representación sindical y resolución del conflicto Salud y seguridad laboral	26
COMPRAS RESPONSABLES	Modelo Corporativo de Compras Creación de valor y relación con proveedores Estructura organizativa Sistema de homologación de proveedores Herramientas de gestión y aprovisionamiento	37
GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO	Política Política Medioambiental Impacto ambiental directo: ecoeficiencia Obras ejecutadas en los Edificios de Áreas Centrales Obras realizadas en la red de sucursales Servicio de Agua corriente y Gas natural Gestión de Residuos Control periódico de la contaminación ambiental Emisiones atmosféricas Gestiones futuras Lucha contra el cambio climático	39
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	Aspectos relevantes en la sociedad Acciones diseñadas por el Grupo Ruta Quetzal BBVA Premio Fundación BBVA fronteras del conocimiento Exposición de arte latinoamericano Fundación Carolina Acciones BBVA Banco Francés Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés "Un futuro mejor para todos" Premio al Emprendedor Agropecuario Fundación Banco Francés Apoyo a Terceras Organizaciones Promoción de Responsabilidad Corporativa	44
VOLUNTARIADO		57
PACTO MUNDIAL	Objetivos de desarrollo del milenio.	58

## BBVA, UN LÍDER GLOBAL

BBVA es hoy un grupo global de servicios financieros que ofrece la más completa gama de productos y servicios a sus clientes –particulares y empresas–. Tienen una sólida posición de liderazgo en el mercado español y una fuerte presencia internacional en 31 países.

El Grupo cuenta con una franquicia líder en América Latina y una creciente presencia en Estados Unidos y Asia. Emplea a unas 111.000 personas en todo el mundo, atiende a 47 millones de clientes y tiene más de 889.000 accionistas.

Datos Básicos del Grupo			
	2007	2006	2005
<b>Resultados</b> (millones de euros)			
Margen ordinario	18.133	15.701	13.024
Margen de explotación	10.544	8.883	6.823
Beneficio antes de impuestos	8.495	7.030	5.592
Beneficio atribuido	6.126	4.736	3.806
<b>Balance</b> (millones de euros)			
Activos totales	502.204	411.916	392.389
Créditos sobre clientes	317.998	262.969	222.413
Recursos de clientes	485.621	425.709	401.907
Volumen de negocio	803.619	688.678	624.320
<b>Actividad</b>			
Número de países en los que opera	31	32	31
Número de accionistas	889.734	864.226	984.891
Número de clientes (millones)	47,4	42,4	38,4
Número de empleados	111.913	98.553	94.681
Número de oficinas	8.028	7.499	7.328
Número de principales proveedores	3.248	3.329	2.319
<b>Otros datos</b>			
Capitalización bursátil (millones de euros)	62.816	64.788	51.134
Beneficio por acción	1,70	1,39	1,12
P/V (Precio/Valor contable; veces)	2,5	3,6	3,9
Rentabilidad por dividendo	4,37	3,49	3,52
ROE-Rentabilidad sobre recursos propios	34,2	37,6	37,0
Ratio de eficiencia con amortizaciones	41,3	42,6	46,7
Tasa de morosidad	0,89	0,83	0,94
Volumen de negocio por empleado (millones de euros)	7,2	7,0	6,6
Dividendos	2.717	2.220	1.801
Gasto de personal	4.335	3.989	3.602
Impuestos sobre beneficios	2.080	2.059	1.521



### Principales hitos del Grupo en el 2007



### Ranking por cuota de negocio en los principales países en el 2007

	Créditos	Depósitos	Pensiones
España	2º	3º	1º
Argentina	2º	2º	3º
Bolivia	---	---	1º
Colombia	4º	4º	3º
Chile	4º	4º	1º
Ecuador	---	---	1º
México	1º	1º	2º
Panamá	4º	4º	---
Paraguay	1º	1º	---
Perú	2º	2º	3º
Uruguay	5º	5º	---
Venezuela	4º	4º	---

Alcance: España y América Latina

### Organigrama y estructura del negocio



### Beneficio atribuido por área de negocio

	2007	2006	2005
España y Portugal	2.397	1.919	1.692
Negocios Globales	909	862	497
México y Estados Unidos	2.084	1.775	1.370
América del Sur	623	509	379
Actividades Corporativas	113	-329	-132
<b>Total</b>	<b>6.126</b>	<b>4.736</b>	<b>3.806</b>

Notas: Grupo BBVA  
Datos en millones de euros

### Bancos del Grupo

**España**  
BBVA  
Banco de Crédito Local  
Finanzia  
Uno-e

### América Latina

BBVA Banco Continental (Perú)  
BBVA Banco Francés (Argentina)  
BBVA Banco Provincial (Venezuela)  
BBVA Bancomer (México)  
BBVA Chile  
BBVA Colombia  
BBVA Panamá  
BBVA Paraguay  
BBVA Puerto Rico  
BBVA Uruguay

### Resto del Grupo

Compass Bank (Estados Unidos)  
Laredo National Bank (Estados Unidos)  
State National Bank (Estados Unidos)  
Texas State Bank (Estados Unidos)  
BBVA Portugal  
BBVA Suiza

### Informes anuales de responsabilidad corporativa publicados en otros bancos del grupo

BBVA Banco Provincial	2006
BBVA Banco Continental	2005 y 2006
BBVA Bancomer	2007

### Fundaciones

Fundación BBVA (España)  
Fundación BBVA para las Microfinanzas  
Fundación BBVA Bancomer  
Fundación Banco Continental  
Fundación Banco Provincial  
Fundación Banco Francés

### Gestoras de pensiones

Afore Bancomer (México)  
AFP Génesis (Ecuador)  
AFP Provida (Chile)  
Consolidar AFJP (Argentina)  
AFP Horizonte (Perú)  
AFP Horizonte (Colombia)  
Previsión AFP (Bolivia)

### Indicadores Clave de Responsabilidad Corporativa

	2007	2006	2005
<b>ECONÓMICOS</b>			
Beneficio por acción (euros)	1,70	1,39	1,12
Capitalización bursátil (millones de euros)	62.816	64.788	51.134
Consejeros independientes (%)	78,6	73,3	66,7
Valor económico añadido (EVA) (millones de euros) <sup>(3)</sup>	27.850	21.882	18.062
Fondos de inversión socialmente responsable respecto al total de fondos de inversión gestionados (%)	1,38	1,57	1,53
<b>SOCIALES</b>			
Número medio de días en resolver una reclamación (SAC)	20	18	15
Mujeres en puestos directivos (Comité de Dirección y Directivos Corporativos/Directivos) (%)	8,76/17,33	8,48/16,61	4,73/15,82
Diversidad hombres y mujeres (%)	51/49	53/47	55/45
Horas de formación por empleado	39	39	43
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido (%)	1,13	1,19	1,22
Índice de satisfacción de proveedores (escala: 1 a 100) <sup>(1) (2)</sup>	-	82	-
Índice de satisfacción de clientes (%) <sup>(2)</sup>	78,6	78,5	76,3
Índice de satisfacción de empleados (%) <sup>(2) (4)</sup>	-	-	61,1
<b>MEDIOAMBIENTALES</b>			
Total CO <sub>2</sub> emitido por empleado (kg)	3,0	3,2	2,9
Energía directa consumida por empleado (GJ)	24,2	24,6	21,9
Consumo de papel por empleado (t)	0,12	0,13	0,11
Consumo de agua por empleado (m <sup>3</sup> )	25,5	29,2	38,6
Alcance ISO 14001 sobre total de empleados (%)	4,0	2,1	1,8

Alcance: Grupo BBVA

(1) Encuesta bienal.

(2) Datos España.

(3) Calculado según la metodología desarrollada en SPI-Finance, 2002.

(4) Por introducción de mejoras, la encuesta de clima laboral (de carácter bienal) se ha aplazado al 2008.

## CARTA DEL PRESIDENTE



El BBVA Banco Francés deja evidenciadas en éste, su primer informe de Responsabilidad Corporativa, las principales líneas de acción concretadas a lo largo de 2007 como empresa responsable.

La Responsabilidad Corporativa que amplía el papel de la empresa en el mundo moderno, entendida como práctica y desafío superador, aportó el marco conceptual y ético de fondo para mejorar las formas de gestión, tanto en el desarrollo del negocio y la relación con cada uno de nuestros grupos de interés, como en el ámbito del compromiso con el medio ambiente y la comunidad.

Creemos que en una empresa el desafío nunca termina. El liderazgo exige una mentalidad de continua renovación y la búsqueda por una mejora adicional es nuestro planteo cotidiano. Generar el cambio es nuestra constante. Una constante apoyada en una sólida trayectoria de más de cien años que convalida nuestro posicionamiento como proveedor estratégico de servicios financieros y no financieros a distintos segmentos de mercado.

Siendo una entidad financiera, y conscientes del papel crucial que nos toca desempeñar en la actividad económica de nuestra sociedad, nos asumimos como agente fundamental de la creación de valor para cada uno de nuestros grupos de interés: clientes, accionistas, empleados, proveedores y la sociedad donde opera la compañía.

Nuestros clientes son el centro de nuestro negocio, en tanto que con nuestros accionistas tenemos el deber de aportar valor y asegurar la sostenibilidad del negocio. Con nuestros empleados construimos un ambiente de trabajo que genere entusiasmo y compromiso y nuestro propósito es convertirnos en la mejor empresa para trabajar en la Argentina, estimulando el crecimiento compartido. En cuanto a los proveedores los consideramos nuestros aliados de largo plazo y con quienes construimos relaciones de mutuo beneficio, incorpo-

rando progresivamente criterios de sostenibilidad en la gestión de compra.

Para materializar estos compromisos el BBVA Banco Francés, alineado con la política de Responsabilidad Corporativa del Grupo BBVA centra su actividad en una serie de asuntos relevantes tales como orientación al cliente, finanzas responsables, oferta de productos y servicios responsables, gestión responsable de recursos humanos, compras responsables, gestión ambiental y cambio climático, y el compromiso con la sociedad.

Este informe tiene como principal finalidad rendir cuentas sobre estos asuntos, reflejar el nivel de cumplimiento de los objetivos marcados y establecer los que se desarrollarán en el futuro, para seguir integrando la Responsabilidad Corporativa a nuestra estrategia de negocio. A su vez, a través de este informe, comunicamos nuestro compromiso con el cumplimiento de los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas al que adherimos desde 2004.

Una estrategia de negocio con clara orientación al cliente, basada en la rentabilidad ajustada a los principios y a rigurosos criterios éticos como la integridad, la transparencia y las buenas prácticas.

En suma, se presenta en este informe un mapa de intereses estratégicos con un punto principal de confluencia: "Trabajar por un futuro mejor para las personas".



Agosto de 2008  
Jorge Bledel

# ALCANCE

Seguros de ser una empresa integrada y comprometida con el desarrollo del país, BBVA Banco Francés cumple con su compromiso de desarrollar sus acciones de manera responsable.

La Responsabilidad Corporativa es concebida en BBVA Banco Francés como un compromiso que va más allá del negocio. En este sentido, el primer Informe Anual de Responsabilidad Corporativa muestra las acciones que en 2007 desarrolla con sus grupos de interés comparándolos con años anteriores, dentro del alcance de las operaciones que realiza BBVA Banco Francés en la Argentina.

Dicho informe recoge la actividad que hemos desarrollado y nuestro compromiso de creación de valor con nuestro público: accionistas, clientes, empleados, autoridades, proveedores, y por supuesto, la sociedad toda.

Para cada uno de ellos hemos materializado las acciones que nos corresponden como empresa socialmente responsable, cumpliendo con nuestro principio básico de hacer del deber social un componente indispensable en la estrategia del Banco; aspirando al mejoramiento continuo de nuestras actividades y poniendo de manifiesto la

visión, la identidad y los principios corporativos alineados a la estructura global del Grupo BBVA, del cual formamos parte.

Estamos seguros que como empresa integrada y comprometida con el desarrollo del país, cumplimos con nuestro compromiso de ser socialmente responsable; pero más seguros estamos de continuar y mejorar cada día las políticas y acciones que hagan realidad este compromiso.

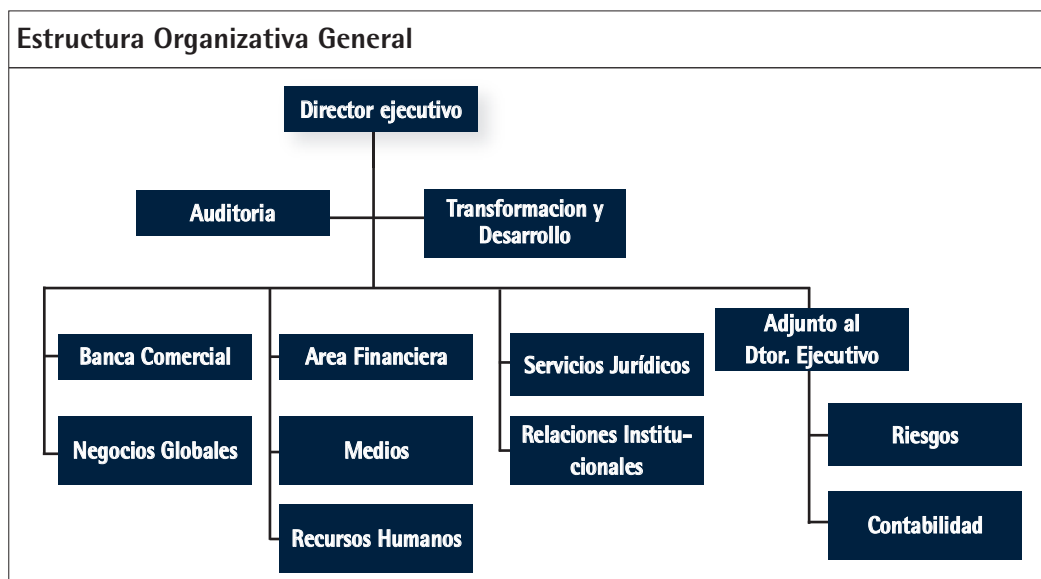
BBVA lleva más de 10 años en la Argentina y nuestras acciones en todos los ámbitos están enmarcadas en principios de transparencia hacia la sociedad, y en consecuencia al desarrollo del país en las diferentes actividades que asumimos.

Por lo anterior, queremos compartir con la opinión pública en general nuestros principales lineamientos de actuación como una empresa responsable que desarrolla sus acciones en Argentina.

## Perfil

Banco Francés (del Río de la Plata) se fundó en Buenos Aires el 14 de octubre de 1886, por lo que resulta ser el banco privado nacional más antiguo de la Argentina y uno de los decanos de América La-

DATOS RELEVANTES (En miles de pesos, excepto resultados por acción, resultados por ADS y porcentajes)			
	31-12-2007	31-12-2006	31-12-2005
<b>Cuentas Patrimoniales</b>			
Total de activos	19.427.135	16.680.322	14.165.136
Préstamos netos	10.350.516	8.659.831	7.778.932
- Sector Público	1.415.352	2.118.381	3.956.725
- Sector Privado	8.935.164	6.541.450	3.822.207
Total de depósitos	15.077.949	12.648.890	10.743.946
Patrimonio neto	2.056.837	1.954.584	1.801.547
<b>Cuentas de Resultados</b>			
Resultado neto	235.049	180.037	117.204
Total acciones ordinarias en circulación para el ejercicio (miles)	471.361	471.361	471.361
Total ADS para el ejercicio (miles)	157.120	157.120	157.120



tina. Desde un principio fue reconocido como un banco líder en la prestación de servicios a grandes empresas en la Argentina.

En la década de 1980, realizó una expansión de la red de sucursales por todo el país lo cual le permitió ampliar su clientela a las pequeñas y medianas empresas y a individuos. Su capacidad de adecuarse a las diferentes condiciones y necesidades del mercado le ha valido el reconocimiento de sus clientes a lo largo de su extensa trayectoria.

En diciembre de 1996, el Banco Bilbao Vizcaya S.A. (actualmente Banco Bilbao Vizcaya Argentina, "BBVA") adquirió el 30,04% del capital de Banco Francés como parte de su estrategia de expansión en América Latina, incrementando progresivamente su participación hasta alcanzar actualmente el 75,97% del capital accionario del Banco.

BBVA Banco Francés continúa ocupando uno de los primeros lugares entre los bancos líderes de Argentina. Registra más de \$ 19.500 millones de activos administrados al 31 de Diciembre de 2007 y una base de depósitos de \$ 15.072 millones. BBVA Banco Francés es uno de los principales proveedores de servicios financieros y no financieros a los diferentes segmentos de mercado, a través de su red de 297 sucursales. Estructura que le permite dar respuesta a la demanda más exigente.

BBVA 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.

### Estructura del Negocio

En BBVA Banco Francés se ha caracterizado siempre por ser una de las entidades más sólidas del sistema financiero argentino, dinamizadora del sector bancario y con importantes aportes al desarrollo del país. Esto lo ha llevado a ocupar los primeros lugares en el sector de manera permanente.

### Marca BBVA Banco Francés:

Posicionamiento, fortaleza, lenguaje y modo de expresarse del Grupo BBVA.

BBVA Banco Francés, como parte del Grupo BBVA, entiende la marca como la promesa que la entidad hace a sus grupos de interés y, a la vez, como una experiencia que éstos viven en su relación con ella en todos los puntos de contacto (sucursales, publicidad, informes).

Una marca fuerte requiere coherencia entre estos dos componentes: la promesa (lo que decimos) y la experiencia (lo que hacemos).

Desde este punto de vista, en BBVA Banco Francés la gestión de la marca está absolutamente vinculada a la cultura, los valores y el comportamiento de los empleados, pudiendo establecer una equivalencia entre marca y personas/ empleados.

Este modo de entender la marca nace en 2003 como estrategia de grupo y se denomina "Experiencia BBVA".

### Posicionamiento o territorio de la marca

Alineados al Grupo, BBVA Banco Francés definió

un posicionamiento corporativo para su marca, que se basa en tres ejes: "Liderazgo", "Innovación" y "De personas para personas".

Estos tres elementos configuran el modo en que el Grupo quiere ser percibido por el mercado y se entienden de la siguiente manera:

- El liderazgo, concebido como reconocimiento y no como magnitud. Significa ir por delante y establecer las reglas del juego.

No deriva sólo del tamaño, sino también de la capacidad de desarrollar proyectos nuevos y generar confianza.

- La innovación, que implica poseer mentes abiertas y la generación de nuevas ideas, así como estimular el desarrollo tecnológico para facilitar la vida a los clientes.

- De personas para personas, descansa en la convicción de la importancia del factor humano. Las personas que pertenecen al BBVA Banco Francés son la verdadera ventaja competitiva de la compañía y son quienes establecen relaciones a largo plazo con sus clientes y con la sociedad.

### **Grado de fortaleza de la marca**

BBVA Banco Francés cuenta con una gran presencia y reconocimiento en la mente del consumidor. Esta fortaleza es producto de un importante esfuerzo comunicacional en el cual se puso especial atención para que la marca esté presente en todas las piezas publicitarias de los diferentes productos y servicios ofrecidos por la compañía.

- BBVA Banco Francés se ha consolidado a lo

largo de los años teniendo en la actualidad resultados muy favorables en TOM (Top of Mind), Imagen y Equity marcario, que muestran una clara tendencia positiva.

- Es un banco cercano que se identifica con un target amplio "es un banco para mí, a mi medida" "es un banco para toda la familia"

- Refuerza su imagen entre los clientes y no clientes del banco, al mismo tiempo que se establece como atractivo para los jóvenes

- El vínculo que los usuarios mantienen con la marca se fortalece a consecuencia de una comunicación coherente y sostenida a lo largo del tiempo.

- BBVA Banco Francés afianza su posicionamiento fortaleciendo su imagen en innovación, liderazgo y cercanía a través de su plataforma de comunicación: "Disfrutá la vida hoy" enfatizada a través de la voz de aliento "adelante".

"adelante":

- no es un eslogan publicitario sino una forma sintetizada de expresar su visión en una sola palabra.

- es un concepto derivado de la visión: "En BBVA, trabajamos por un futuro mejor para las personas".

- sintetiza el mensaje clave de la empresa a sus principales grupos de interés.

- significa: "si querés, podés".

- es un mensaje de confianza, que anima a las personas a perseguir sus sueños y proyectos, en los que BBVA se implicará para su realización.

<b>Cuadro Datos Básicos de BBVA Banco Francés</b>			
	<b>31-12-2007</b>	<b>31-12-2006</b>	<b>31-12-2005</b>
<b>Información adicional</b>			
Sucursales	297	232	230
Empleados	4.094	3.692	3.418
<b>Tipo de cambio (peso - dólar)</b>			
	3.1510	3,0695	3,0315
<b>Participación de mercado (3) (4) (%)</b>			
Depósitos	7,0%	7,3%	7,7%
Préstamos	7,6%	8,1%	8,5%
Depósitos del Sector Privado	9,6%	10,1%	10,4%
Préstamos al Sector Privado	7,6%	8,1%	7,0%
<b>Información seleccionada</b>			
Resultado por acción	0,50	0,38	0,25
Resultado por ADS	1,50	1,15	0,75
Dividendo en efectivo por acción (6)	0,34792	0,19093	0,05728
Dividendo en efectivo por ADS (6)	1,04378	0,57280	0,17184
Retorno sobre Activo promedio (1)	1,30%	1,17%	0,82%
Retorno sobre Patrimonio neto promedio (2)	11,72%	9,59%	6,72%
<b>Ratios a nivel individual</b>			
Solvencia (7)	11,84%	13,27%	14,57%
Liquidez (8)	43,74%	43,30%	36,29%
Inmovilizado (9)	24,12%	39,76%	56,15%
Endeudamiento (10)	8,45x	7,53x	6,86x
<b>Ratios a nivel consolidado</b>			
Solvencia (7)	10,30%	11,58%	12,70%
Liquidez (8)	55,63%	55,42%	48,20%
Inmovilizado (9)	26,98%	43,01%	60,75%
Endeudamiento (10)	9,71x	8,64x	7,87x
Cantidad de proveedores	3.264	3.177	
Cantidad de accionistas	6.911	5.416	6.741
Cantidad de clientes	2.000.000		
<p>(1) Resultado neto como porcentaje del total de activos promedio, computando el promedio de saldos al inicio y fin de ejercicio.  (2) Resultado neto como porcentaje del patrimonio neto promedio, computando el promedio de saldos al inicio y fin de ejercicio.  (3) Fuente: Banco Central de la República Argentina. Año 2005: última información de muestra.  Año 2006: última información de muestra.  Año 2007: última información de muestra  (4) BBVA Banco Francés S.A. respecto del total sistema financiero.  (5) Incluye el efecto de ajustes de resultados de ejercicios anteriores.  (6) La distribución de utilidades deberá contar con las previas autorizaciones regulatorias y contractuales.  (7) Resultado neto como porcentaje del total del patrimonio neto sobre el pasivo.  (8) Resultado neto como porcentaje de la suma de disponibilidades y títulos públicos y privados sobre depósitos.  (9) Resultado neto como porcentaje de la suma de bienes de uso, bienes diversos y bienes intangibles sobre patrimonio neto.  (10) Resultado neto como índice del total del pasivo sobre patrimonio neto.</p>			

# PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE RC



## Visión, principios corporativos y posicionamiento

**«En BBVA Banco Francés, trabajamos por un futuro mejor para las personas»**

En este marco de referencia, BBVA Banco Francés entiende la Responsabilidad Corporativa como el compromiso real, basado en la acción de aportar el máximo valor posible y equilibrado a sus grupos de interés directos –accionistas, clientes, empleados y proveedores- y al conjunto de la sociedad en las que opera la compañía.

## Los siete principios corporativos

Los Principios Corporativos del Grupo BBVA concretan la visión de la compañía en la relación con cada uno de sus grupos de interés, sintetizando los valores básicos que guían su actuación y la forma de entender el papel de la empresa en la sociedad. Estos principios constituyen la base de la cultura corporativa de BBVA Banco Francés y son los siguientes:

## Posicionamiento

Para BBVA Banco Francés la identidad y el posicionamiento de la marca corporativa vienen definidos por la combinación de tres ejes básicos, que resumen la visión del Grupo y que son los pilares sobre los que construye su estrategia de negocio, su marca y su reputación: los principios corporativos, la prioridad de la innovación y la idea de trabajar «de personas para personas». La marca “adelante” sintetiza todos estos planteamientos y simboliza el espíritu de constante impulso que guía la actividad de la compañía en el día a día y que determina su horizonte en el largo plazo.

## Estrategia de Negocio

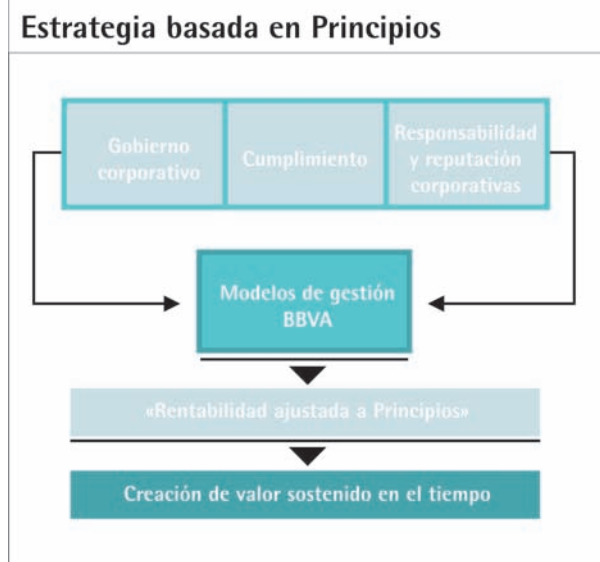
Los Principios constituyen los fundamentos de nuestro proyecto. Nuestro modelo de gestión no sólo se sirve de la rentabilidad ajustada al riesgo (RAR) como la herramienta para medir el valor que creamos, sino que va más allá, observando además rigurosos criterios éticos: la integridad, la transparencia y las buenas prácticas.

## LOS SIETE PRINCIPIOS CORPORATIVOS DE BBVA





Por tanto, nuestra estrategia y modelo de negocio se basan también en una rentabilidad ajustada a los principios y las buenas prácticas. Para BBVA Banco Francés ésta es la clave que garantiza la creación de valor de forma sostenida en el tiempo.



## La Responsabilidad Corporativa en BBVA

### Objetivos

La Política de Responsabilidad Corporativa de BBVA Banco Francés define los compromisos e impulsa los comportamientos que permitan generar valor para los grupos de interés (valor social) y también para BBVA Banco Francés (valor reputacional y valor económico directo).

Para ello, es fundamental que estos compromisos y comportamientos sean, al mismo tiempo expresión de la visión y de los principios del Banco, respondan lo mejor posible a las expectativas de los grupos de interés y refuercen la estrategia de negocio de la compañía.

Los principales compromisos que pretenden cumplir por medio de la Política de Responsabilidad Corporativa son los siguientes:

- Desarrollar en todo momento nuestra actividad principal de forma excelente.
- Minimizar los impactos negativos derivados de nuestra actividad de negocio.
- Desarrollar «oportunidades sociales de negocio» que generen valor social y valor para BBVA.

- Invertir en las sociedades donde estamos presentes mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente las relacionadas con la educación.

### Gestión y gobierno de la política de responsabilidad corporativa

La Política de Responsabilidad Corporativa en BBVA Banco Francés viene desarrollándose desde hace muchos años, pero desde el año 2006 se presenta un estructurado Plan de Acción Social en el que se estipularon las acciones que el banco debía desarrollar durante 2007 y en donde se estableció el destino de 0,7% de las utilidades para la financiación de proyectos de apoyo social, especialmente enfocados en educación.

Este Plan de Acción Social incluye la creación del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC). Dicho Comité es el órgano encargado de impulsar la integración de los criterios, actuaciones y políticas de RC en todas las áreas de negocio y de apoyo del Grupo. En la Argentina este Comité se creará a partir del 2008.

En BBVA Banco Francés, el principal órgano que se encarga de la gestión de la responsabilidad y la reputación corporativa es la Dirección de Relaciones Institucionales que integra dos funciones diferenciadas, pero vinculadas y complementarias: la coordinación de la Política de Responsabilidad Corporativa y la gestión de la Reputación. Estas dos funciones se materializan en tres líneas de actuación:

- Seguimiento y evaluación de la opinión de los grupos de interés (escuchar).
- Propuesta de criterios, políticas y comportamientos responsables en todas las áreas de la actividad y de manera transversal (hacer).
- Comunicación y diálogo de las actuaciones realizadas (comunicar).

### Sistema de Gobierno Corporativo

El Sistema de Gobierno Corporativo es un elemento central en el desarrollo de la actividad de BBVA Banco Francés. Este sistema orienta la estructura y el funcionamiento de sus órganos sociales para el interés de la entidad y de sus accionistas. Asimismo, busca la complementariedad con los



objetivos que tienen los restantes grupos de interés respecto al Banco, por lo que es un elemento también fundamental para la Responsabilidad Corporativa.

Los directivos de BBVA Banco Francés asumen la importancia que tiene para las grandes instituciones contar con un Sistema de Gobierno Corporativo, que oriente la estructura y el funcionamiento de sus órganos sociales, en interés del mismo Banco y de sus principales grupos. El Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA Banco Francés se concibe como un proceso dinámico en función de la evolución de la sociedad, de los resultados que se hayan producido en su desarrollo, de la normativa y de las recomendaciones que se hagan sobre las mejores prácticas del mercado adaptadas a su realidad social.

El punto de partida obligado del Sistema lo constituyen la visión y los objetivos corporativos definidos; y su pilar fundamental es el comportamiento ético del Banco y de sus empleados como un todo, en sus negocios, en su actividad y en sus relaciones de toda índole.

## Sistema y función de cumplimiento

### Misión de Cumplimiento Normativo

BBVA Banco Francés ha atribuido, a la Misión de Cumplimiento Normativo, el objetivo de promover el desarrollo y velar por la efectiva operatividad de las normas y procedimientos necesarios para asegurar:

- El cumplimiento de las disposiciones legales y estándares de comportamiento ético relevantes

que afecten a cada uno de los negocios y actividades del BBVA Banco Francés, así como de los criterios y pautas de actuación contenidos en el Código de Conducta.

- La identificación de eventuales incumplimientos y la gestión apropiada de los riesgos que de ellos pudieran derivarse.
  - La prevención del lavado de dinero y de la financiación de actividades terroristas.
  - Las normas de conducta en los mercados de valores.
  - La protección de datos de carácter personal.
- Entre las responsabilidades asignadas a la Gerencia de Cumplimiento Normativo y Control Interno se encuentran la coordinación de los siguientes comités:

Comité de la Gestión de la Integridad Corporativa, que se convoca para deliberar sobre las denuncias referidas al Código de Ética, como así también para promover cambios que permitan fortalecer la integridad corporativa.

Comité y Sub Comité de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, se convocan para:

- Tratar todos los temas referidos a la prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo.
- Delinear políticas de actuación, revisando continuamente su grado de avance.
- Prestar apoyo al Sub-comité de Prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo, a fin de resolver denunciar ante las autoridades competentes, operaciones que resulten inusuales o sospechosas, o bien tomar la decisión de desestimarlas, cuando así se lo requiera.
- Asignar funciones a las diferentes áreas implicadas.

## Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

### Código de conducta

Aprobado por el Directorio del Banco el 19 de diciembre de 2003, el Código de Conducta es aplica-

ble a la totalidad de los trabajadores del Banco y refleja públicamente al conjunto de los compromisos del BBVA Banco Francés con la sociedad recogiendo explícitamente el compromiso con la aplicación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, además de otros convenios y tratados de organismos internacionales como Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico y la Organización Internacional del Trabajo.

A fin de preservar la confianza de clientes y accionistas y asegurar transparencia ante la sociedad, el BBVA Banco Francés cuenta con un Código de Conducta que define y desarrolla los fundamentos de comportamiento ético sistemático que han de aplicarse a todos los negocios y actividades del Banco. Se basa en cuatro valores: Respeto a la dignidad y valores de la persona, Estricto cumplimiento de la legalidad, Respeto a la igualdad de las personas y a su diversidad, y Objetividad profesional.

El Código de Conducta es considerado un elemento clave. Define las pautas de actuación necesarias para que la Integridad Corporativa se manifieste en:

- las relaciones establecidas con sus clientes, empleados y directivos, proveedores y terceros (integridad relacional),
- en sus actuaciones en los diferentes mercados, tanto como emisor como operador (integridad en los mercados),
- a través de la actuación individual de sus empleados y directivos (integridad personal),
- y en el establecimiento de órganos y funciones específicas a las que se atribuye la responsabilidad de velar por el cumplimiento del contenido del Código y de promover las acciones necesarias para preservar, eficazmente, la Integridad Corporativa en su conjunto (integridad organizativa).

Para ello han sido habilitados canales para registrar denuncias de situaciones éticamente cuestionables (vía mail / telefónico).

Se ha formado un Comité de Gestión de la Integridad Corporativa (integrado por Servicios Jurídicos, Auditoría Interna, Cumplimiento Norma-

tivo, RRHH, Medios, Banca Minorista y Banca Mayorista), que evalúa el correcto cumplimiento del Código y da tratamiento y solución a las denuncias.

### **Códigos específicos de áreas funcionales**

Además el Código de Conducta para los empleados, BBVA Banco Francés se ha dotado de instrumentos específicos tales como:

- Código de Conducta en ámbito de los mercados de valores.
- Código de Prácticas Bancarias.

### **Políticas complementarias**

Son las que se refieren a las políticas relacionadas específicamente con la Responsabilidad Corporativa, para tal fin, el Banco cuenta con numerosos canales de actuación en este ámbito.

Las acciones de esta naturaleza son desarrolladas por la Dirección de Relaciones Institucionales, las que se constituyen y formalizan en políticas que se traducen en compromiso con la sociedad.

La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, lo que hace improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o grandes riesgos sobre libertad de asociación. El Código de Conducta de BBVA incluye el compromiso explícito con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo. Los principales mecanismos de supervisión para garantizar el cumplimiento de dichos compromisos es el comité de dirección y la representación sindical y los distintos comités y organismos de supervisión. Respecto a la formación del personal de seguridad en materia de Derechos Humanos, BBVA Banco Francés ha realizado actuaciones para información y formación, proceso que se realiza a través de las respectivas empresas que prestan los servicios al Banco.

### **Acuerdos internacionales suscritos**

Los más destacados son la Iniciativa Financiera del

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI) a la que BBVA está adherida desde 1998 ([www.unepfi.org](http://www.unepfi.org)), el Pacto Mundial de las Naciones Unidas con el que la compañía está comprometida desde el 2002 ([www.globalcompact.org](http://www.globalcompact.org)), y los Principios de Ecuador a los que BBVA se sumó en el 2004 ([www.equator-principles.com](http://www.equator-principles.com)).

### **PACTO MUNDIAL:**

El Grupo BBVA y su filial en la Argentina han suscrito al Pacto Mundial, con su adhesión en los años 2002 y 2004 respectivamente. Asimismo, desde el año 1998, BBVA ha participado en el Programa Medioambiental de la ONU para Instituciones Financieras, una iniciativa para promover la sostenibilidad ambiental en todos los niveles de las entidades financieras. En el Código de Conducta, el Banco reconoce públicamente su respeto a las normas internacionales incorporadas en la Declaración Universal de Derechos Humanos de la ONU, el Pacto Mundial de la ONU (de lo cual el BBVA y el BBVA Banco Francés son signatarios), y los Convenios de la OIT. Específicamente, el Código de Conducta incorpora temas como la no discriminación y la igualdad de oportunidades para el personal del Banco; compromisos con la salud y la seguridad del personal; los principios relacionados con la selección y la gestión de proveedores, prevención de lavado de dinero; los principios ambientales; la confidencialidad y la transparencia en las relaciones con los clientes y en los mercados, y

criterios para la prevención de conflictos personales de interés.

### **Creación de valor para los grupos de interés**

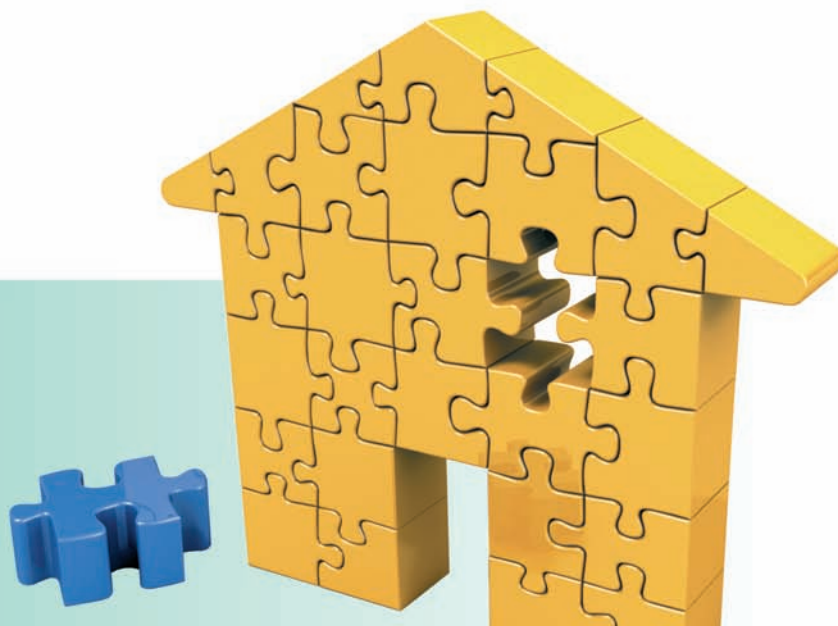
Las entidades financieras desempeñan un papel crucial en la actividad económica de las sociedades. Entre otras muchas funciones, canalizan recursos desde los agentes con excedentes de financiación hacia los agentes que la necesitan para la inversión o el consumo (desarrollando además una labor de multiplicación de los recursos financieros básica para el funcionamiento de la economía), intermedian y facilitan los intercambios y los pagos y ejercen una función decisiva en el análisis de las oportunidades y las decisiones de inversión.

Ocupan así una posición clave en el sistema económico, como facilitadoras esenciales de la actividad de todos los agentes (administraciones públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro y familias). Se han convertido, por eso, en agentes fundamentales en la creación de valor.

El segundo de los principios corporativos del Grupo plantea «la creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resultado de la actividad». BBVA Banco Francés entiende la creación de valor como una de sus funciones principales y la aportación más importante a las sociedades en que actúa, pues no se trata sólo de valor económico para los accionistas, sino que se crea valor también para los clientes, los empleados, los proveedores y la sociedad en general.

<b>Generación de valor</b>		
(Millones de Pesos Arg.)	2007	2006
Margen Financiero Neto	875,6	869,2
Otros Ingresos Operativos Netos	540,1	414,8
Otras ganancias y pérdidas netas	-311,6	-396,4
<b>TOTAL (por productos y servicios y otros ingresos)</b>	<b>1.104,1</b>	<b>887,6</b>
<b>Proveedores y otros gastos de administración</b> (Gastos de transformación menos Gastos de Personal)	356,5	289,4
<b>VALOR AÑADIDO GENERADO</b>	<b>747,6</b>	<b>598,2</b>
Dividendos	164,0	90,0
Reservas	47,0	82,1
Resultado atribuido al BBVA Banco Francés	211,0	172,1
Resultado atribuido a la minoría	50,7	41,3
Impuestos	0,0	0,0
Gastos de Personal	512,6	418,1
<b>VALOR AÑADIDO DISTRIBUIDO</b>	<b>723,6</b>	<b>590,2</b>
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO</b>	<b>24,0</b>	<b>8,0</b>

# PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS



## Identificación y diálogo con los grupos de interés en BBVA

BBVA Banco Francés define los grupos de interés como todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente su actividad y sus decisiones y/o que se ven afectadas por ellas. El concepto de grupo de interés es central para el modo en que BBVA entiende la Responsabilidad Corporativa, puesto que su objetivo esencial es aportar el máximo valor posible y equilibrado a estos grupos.

El diálogo se convierte, de esta manera, en una herramienta de gestión orientada a conocer mejor la realidad de las actividades de la organización.

Mediante el contacto con los grupos de interés, se comprende qué esperan estos colectivos, se detectan los aspectos que resultan más controvertidos, se identifican nuevas oportunidades y se entra en contacto con nuevas perspectivas e ideas que enriquecen su visión del conjunto de la sociedad.

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



Esta información resulta privilegiada a la hora de tomar decisiones en entornos sociales y económicos tan cambiantes, ya que facilita establecer prioridades y responder de forma adecuada a las demandas que la sociedad plantea a entidades como la nuestra.

En definitiva, un contacto activo con los grupos de interés a través del diálogo aporta una percepción más certera de la amplia y compleja realidad que configura el entorno de negocio, contribuyendo a neutralizar posibles amenazas y considerar nuevas posibilidades.

### **Asuntos relevantes: riesgos y oportunidades.**

La Política de Responsabilidad Corporativa se desarrolla en torno a los asuntos relevantes para BBVA Banco Francés, además de la visión, principios y estrategia de negocio, las expectativas de los grupos de interés obtenidas a partir de los múltiples canales de diálogo y relación.

Estos asuntos se traducen en riesgos para el Banco, pero también en oportunidades para generar valor social y valor para ésta. Alineados al Grupo, BBVA Banco Francés centra su actividad de responsabilidad corporativa en los siguientes asuntos:

1. Orientación al cliente.
2. Inclusión financiera.
3. Finanzas responsables.
4. Oferta de productos y servicios responsables.

5. Gestión responsable de recursos humanos.
6. Compras responsables.
7. Gestión ambiental y cambio climático.
8. Compromiso con la sociedad.

### **Comunicación a los grupos de interés**

Como parte del proceso de comunicaciones con los grupos de interés, BBVA Banco Francés comunica las acciones que desarrolla en respuesta a las expectativas y demandas de los grupos de interés. Esto se realiza a través de la interacción cotidiana de los departamentos con los grupos con los que se relacionan y mediante los canales de comunicación empleados por la entidad.

Uno de los principales instrumentos que reúne esta información es el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa que desde este año, BBVA Banco Francés comienza a implementar y que tiene como principal objetivo rendir cuentas sobre el desempeño de la compañía en los temas más relevantes de la responsabilidad corporativa, reflejar el nivel de cumplimiento de los objetivos propuestos así como establecer los futuros.

Además, BBVA Banco Francés dispone de diferentes medios de contacto con sus públicos de interés entre ellos la comunicación externa proactiva, una política de transparencia, atención de quejas y otros canales de comunicación utilizados para informar a todos los públicos, para lo cual se apoya en las diversas herramientas tecnológicas desarrolladas para interactuar con todos ellos.

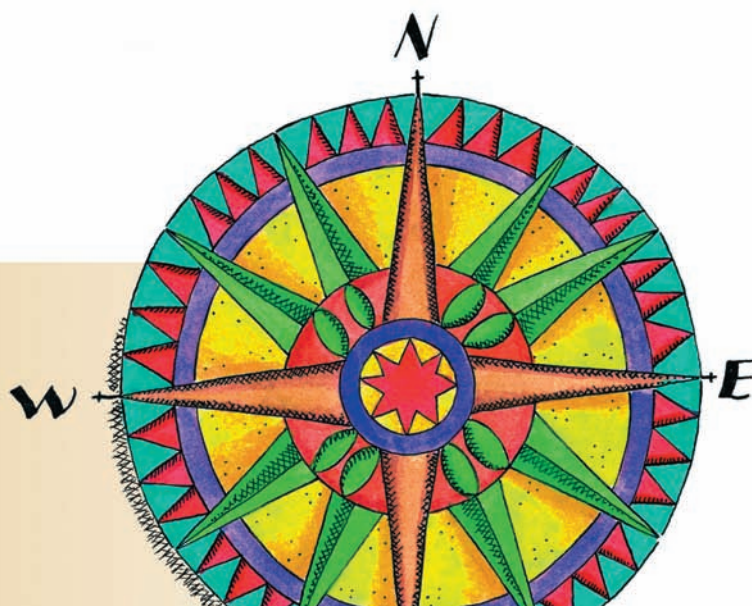
### **Materialidad del Informe Anual de RC 2007**

Al ser el primer IARC de BBVA Banco Francés, para la elección de estos temas el Banco se focalizó en las temáticas desarrolladas por su casa matriz en España, considerando que estos a su vez cumplen con la primera aproximación al Análisis de Materialidad realizado en base a los lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global y la serie AA1000 de Accountability.

Esta primera aproximación se realizó teniendo en cuenta las principales fuentes internas y externas que tiene el Banco que dan marco a su accionar en materia de Responsabilidad Corporativa. Entre ellos, los acuerdos internacionales a los que adhiere, los principios y políticas del Grupo, las actividades con los grupos de interés con valor social y ambiental, las publicaciones internas y externas del Banco y el Grupo, entre otros.

# ORIENTACIÓN AL CLIENTE

El cliente es lo que ha dado sentido a todo lo que hacemos en BBVA Banco Francés. Nuestro compromiso es ofrecerle un servicio de calidad para acompañarlo en las principales etapas de su vida, aportándole a tiempo la mejor solución.



Clientes

**2.000.000**

Sucursales

**297**

## Accesibilidad a servicios financieros

BBVA Banco Francés está en constante búsqueda de alternativas para estar más cerca de sus clientes, no solamente en su estilo de gestión y en su presencia a lo largo y ancho del país con su amplia red de oficinas, sino también a través de diferentes canales de atención, aprovechando los avances tecnológicos.

## Canales de servicio

Los principales canales directos los constituye la red de sucursales y los autoservicios, además de los servicios de banca telefónica, cajeros automáticos y banca por Internet que permiten a los clientes realizar operaciones las 24 horas del día y los 365 días del año.

Entre los servicios ofrecidos de BBVA Banco Francés se destacan:

Francés net y Francés net Empresas: Es el servicio de Banca por Internet para clientes individuos y empresas respectivamente. Ofrece un conjunto de transacciones de consulta y operaciones, orientadas a satisfacer las principales necesidades financieras y de información de los clientes, con miras a brindar un mejor servicio y una nueva manera de vincularse con la entidad.

Francés net VIP: Exclusivo servicio de Banca por Internet para los clientes VIP, a través del cual, los clientes pueden realizar sus operacio-

nes financieras desde cualquier lugar, en cualquier momento, de una manera rápida y segura, con herramientas diferenciales.

Banca Móvil (SMS): Servicio de envío de mensajería de texto con información financiera. El cliente puede contratar este servicio a través de Francés net.

Banca Móvil (Navegación Wap): Es el servicio de Banca por celular que BBVA Banco Francés ofrece a sus clientes físicos y jurídicos. A través de este servicio los clientes pueden consultar sus cuentas y tarjetas de crédito, realizar transferencias entre cuentas, pago de servicios, pagos de tarjetas de crédito, entre otros.

Página Web [www.bancofrances.com.ar](http://www.bancofrances.com.ar): Es el sitio Web de BBVA Banco Francés, disponible para todos los clientes y público interesado en solicitar información de los productos y servicios ofrecidos por la entidad. La página se presenta en forma de "Portal vertical de información financiera y servicios en línea", estructurada en una sección principal con despliegue promocional y enlaces a los mismos y en cuatro sub-secciones que corresponden a los principales segmentos de negocio al que BBVA Banco Francés se dirige en su oferta de servicios financieros: Individuos, Comercios y Negocios, Empresas, Corporativas, VIP BBVA.

Este despliegue en Internet brinda la oportunidad al cliente de consultar detalladamente la



oferta de productos y servicios que el Banco ofrece, los beneficios de estos productos y los requisitos para poder contratarlos.

Cajeros automáticos y Terminales de Francés Autoservicio: El parque de Atms de BBVA Banco Francés está distribuido en todo el territorio argentino en las oficinas del Banco, empresas vinculadas, centros comerciales y demás puntos estratégicos. Nuestra red permite a los clientes operar con sus cuentas bancarias las 24 horas del día, los 365 días del año, brindando una manera rápida y sencilla de obtener su dinero.

Las terminales Francés Autoservicio ubicadas en todas las sucursales permiten realizar depósitos tanto en cuentas propias como en cuentas de terceros, además de obtener información de sus saldos, cuentas, movimientos, transferencias, etc.

Adicionalmente se realizan diferentes campañas para promocionar nuevos productos y servicios y para posicionar los ya existentes. En este sentido a lo largo del año se realizan Campañas de Telemarketing con la finalidad de comunicar a los clientes las promociones de la temporada.

Otro medio de comunicación utilizado es el envío de correos masivos (emailings) para dar a conocer nuevos productos y para promocionar eventos patrocinados por el Banco.

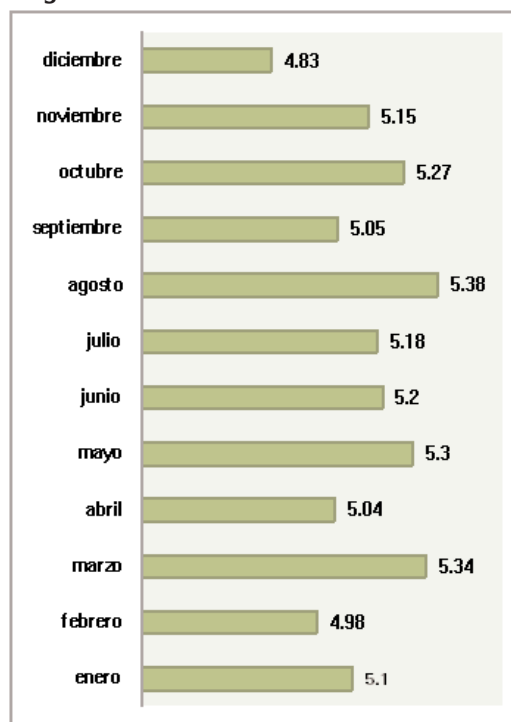
### Migración de transacciones

En 2007 se mejoraron los índices alcanzados durante el 2006 en relación a la migración de transacciones por caja a otros mecanismos. Vale destacar, que en el mes de Diciembre se llegó al mejor indicador desde el comienzo del proyecto con sólo un 4,83% de transacciones migrables realizadas por caja. El 95,17% de las transacciones migrables fue realizada por los distintos canales.

### Consultas a través de los Canales:

BBVA Banco Francés, a través de los principales canales de atención ofrece a sus clientes una variedad de operaciones de consulta de productos contratados, orientada a satisfacer sus necesidades informativas y a brindar más comodidad y libertad al realizar sus operaciones.

### Migraciones 2007



Transacciones Francés Net	
<b>Transacciones Fnet</b>	
Individuos	67.025.096
<b>Transacciones Fnet</b>	
Empresas	18.515.350
<b>Transacciones Francés Net</b>	
<b>Totales</b>	<b>85.540.446</b>

Transacciones Banca Móvil	
wap	276.963
java	18.667
sms	778.742
<b>Total Banca Móvil</b>	<b>1.074.372</b>

Transacciones Banca Móvil	
<b>Total Transacciones</b>	<b>52.988.179</b>

### Centro de Soluciones

En abril de 2007 se implementó el Nuevo Modelo de Atención, y cuya particularidad es la de centralizar la gestión de pedidos, consultas y reclamos en los canales alternativos. A partir de ese momento, se creó el sector llamado Centro de Soluciones. En mayo de ese año, se comenzó con la centralización de pedidos y, a partir de octubre, con la

**Volúmenes de transacciones realizadas por canal en el 2007**

Canal	Total Anual	Promedio Mensual
Cajeros Automaticos	53.670.757	4.472.563
Francés Autoservicio	13.424,089	1.118.674
Débito Directo	5.378.236	448.186
Francés Movil	787.284	65.607
Francés Inversiones	1.015.206	84.601
Francés Net	86.996.847	7.249.737
Línea Francés	10.779.717	898.310

**Consultas realizadas a través de canales tecnológicos durante 2007**

	Consultas	Operaciones
Fnet Individuos	61.345.381	5.679.715
Fnet Empresas	17.450.901	1.064.449
ATM's	17.391.683	35.596.496
Francés Autoservicio	6.162.788	7.261.314
Línea Francés	10.641.791	841.075
Banca Móvil	292.091	3.539
SMS	785.914	

gestión y resolución de reclamos.

**Seguridad y protección de datos**

La información no pública que BBVA Banco Francés dispone sobre sus clientes y sus operaciones, tienen carácter confidencial. La entidad ha adoptado normas y procedimientos para garantizar la seguridad de sus sistemas informáticos y dar cumplimiento a las exigencias legales en materia de protección de datos de carácter personal. Estas dis-

	Total Anual	Promedio Mensual
Cantidad de mails respondidos	40.454	3.371
% dentro de las 48 hs	-	87%
Reclamos gestionados	1185	395

posiciones están en el Código de Conducta establecido para todo el Grupo BBVA.

**Código de Prácticas Bancarias**

Vale recordar que el Código de Prácticas Bancarias, al que el BBVA Banco Francés está adherido desde su implementación en diciembre de 2005, establece el marco de referencia para la relación con los clien-

tes, fijando las pautas para ejecutar las mejores prácticas bancarias en el país.

Su principal objetivo es afianzar los derechos del usuario y acentuar la transparencia en la información que las entidades brindan a sus clientes. La gerencia responsable del cumplimiento del Código es Canales Complementarios, mientras que la de Línea Francés colabora llevando el seguimiento de los reclamos, contribuyendo al cumplimiento de los mismos en tiempo y forma.

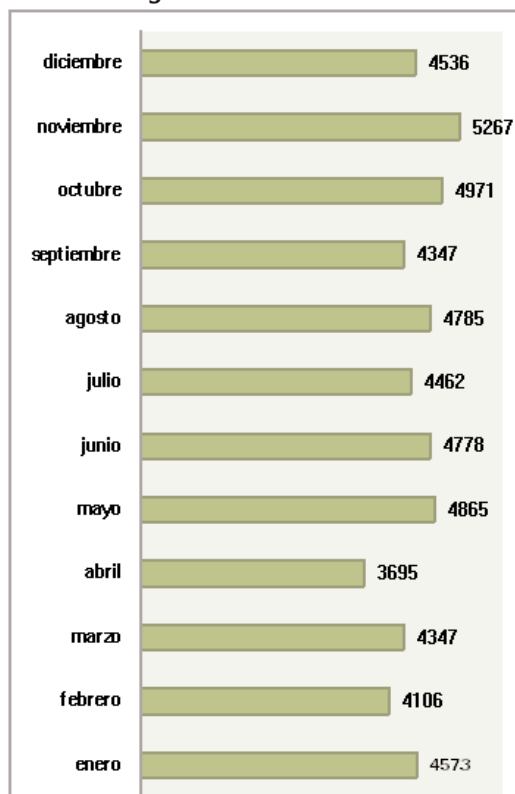
Durante 2007 se registraron 54.732 reclamaciones, ninguna de las cuales excedió las fechas de respuesta o solución estipulados por el Código (30 días).

**Descripción del Modelo Teórico de Gestión de Reclamos**

Se trata de un modelo de gestión mixto con una jerarquía de instancias establecidas y donde participan tanto unidades de contacto directo con el cliente como otras unidades centrales con funciones específicas en materia de reclamaciones.

El modelo se estructura en tres niveles

**Trámites ingresados**



donde todas las unidades se encuentran en un mismo escalafón del proceso, excepto las Estructuras intermedias de Negocio y las Áreas y unidades de Apoyo internas del Banco que constituyen un segundo nivel. El tercero corresponde a la Alta Dirección.

Cabe destacar que este modelo no cuenta con una unidad independiente y especializada en la resolución de reclamaciones desvinculada de las unidades de negocio, como podría ser la figura del Defensor del Cliente.

Igualmente, es destacable la actividad que desempeña tanto Banca Telefónica como Banca por Internet en materia de reclamaciones, ya que tienen capacidad para actuar en todas las fases del proceso de gestión exceptuando la regularización.

Con relación al Servicio al Cliente (denominado Centro de Soluciones), se aceptan dos formatos para la presentación de reclamaciones: teléfono y correo electrónico.

## Instancias de Gestión

### PRIMER NIVEL

**Banca Telefónica – Call Center :** Gestiona y resuelve reclamaciones, con y sin contenido económico, que puedan ser solucionadas on line según procedimientos definidos que delimitan sus atribuciones y competencias en la materia. Se cuenta adicionalmente con una plataforma con equipos especializados para la atención y resolu-

ción de reclamaciones, la cual presta sus servicios a BBVA Banco Francés.

**Banca por Internet – Plataformas de Internet:** Tanto las plataformas que gestionan web de acceso libre como de acceso exclusivo a clientes identificados cuentan con atribuciones para la gestión de reclamaciones siguiendo procedimientos definidos, para que los clientes canalicen sugerencias, consultas, reclamaciones, etc.

Si el expediente supera las competencias asignadas, se envía a la agencia o sucursal correspondiente para su resolución.

En cumplimiento de la normativa legal, tanto las páginas web abiertas como cerradas disponen de un enlace específico al “Portal de Defensa del Consumidor” (organismo externo) para que los clientes puedan formular reclamaciones.

Además tanto la web abierta como cerrada dispone de un espacio.

Esperamos en el corto plazo poder diferenciar los accesos que motivan el contacto del cliente, mediante formularios específicos para trámites, consultas, sugerencias y reclamaciones de forma que el cliente auto complete el motivo de contacto.

**Agencias o sucursales:** Tienen capacidad para participar en todo el proceso de gestión de reclamaciones aunque, en función de la tipología del reclamo y para expedientes que excedan sus atri-

Canales y Formatos de Admisión	
Canales	Formatos de Admisión
Banca Telefónica	Teléfono
Banca por Internet	Web (abierta y cerrada), correos electrónicos de clientes.
Agencias o sucursales	Escritos en cualquier formato, visitas o verbales, teléfono, correo electrónico de clientes.
Estructuras intermedias de negocio	Teléfono, presencial, escrito, correos electrónicos.
Áreas y uds. De apoyo internas del banco	Escritos recibidos de Comisionados.
Uds. Centrales con atención al cliente externo	Escritos en cualquier formato, teléfono, correo electrónico de clientes.
Otras Sociedades del Grupo	Escritos en cualquier formato, visitas o verbales, teléfono y correos electrónicos de clientes
Servicio de Atención al Cliente	Teléfono y correos electrónicos de clientes
Alta Dirección	Escritos en cualquier formato y correos electrónicos de clientes

buciones económicas, pueden asignar la gestión a terceras unidades.

Cuentan con limitación de atribuciones para la gestión de algunas tipologías de reclamaciones que conlleven devoluciones comerciales, errores operativos, bonificación de intereses, comisiones, etc.

## SEGUNDO NIVEL

**Estructuras intermedias de Negocio:** Tienen competencias para intervenir en todas las fases del proceso de gestión de reclamaciones y pueden encargarse tanto de reclamaciones registradas en sus agencias como de otras que les sean asignadas.

Intervienen cuando la agencia no puede resolver el reclamo (límites para bonificaciones comerciales o en errores operativos), en casos de complejidad o cuando el cliente requiera que se revise la reclamación por una instancia superior.

**Áreas y unidades de apoyo internas del Banco:** En general, participan en el proceso mediante la tramitación de reclamaciones que le son trasladadas desde otras unidades. Dado que no tienen contacto directo con el cliente, la comunicación de la resolución corresponde a la unidad de registro.

Si es necesario reasignar la reclamación, se realiza en función de la tipología.

Realizan además una función de apoyo para unidades en contacto directo con el cliente mediante el asesoramiento, la verificación de operaciones o autorizaciones.

Por su parte, Servicios Jurídicos es la unidad de apoyo encargada del registro y gestión completa de las reclamaciones recibidas de los Comisionados.

Además, interviene en la resolución de reclamaciones escritas que, según su tipología, le son trasladadas por las agencias o sucursales.

**Unidades centrales con atención directa al cliente externo:** Participan en todas las fases del proceso de gestión de reclamaciones tanto en aquellas que se reciben por este canal (Línea At. Francés Inversiones, CE Comercio Exterior, etc.) como en otras que les son asignadas.

Si la gestión del expediente excede a sus

competencias, se le asigna la gestión a la línea comercial (Red, Directores Zonales, Territoriales)

**Servicio de Atención al Cliente:** Denominado Centro de Soluciones (Servicios al Cliente) y con dependencia de la Gerencia de Distribución Masiva (Negocio) se trata de una unidad especializada en la recepción, tramitación y gestión tanto de las reclamaciones recibidas por teléfono (trasladadas desde Línea Francés) como de aquellas recibidas por Francés Net y correos electrónicos de clientes. Presta sus servicios a BBVA Banco Francés.

Sus funciones están recogidas en un reglamento interno de carácter público donde se establece que posee capacidad para actuar en todas las fases del proceso de gestión (registro, tramitación, resolución y comunicación) excepto en la regularización económica propiamente dicha que recaerá en la sucursal, si la resolución o decisión se encuentre en manos de la agencia y ésta demore la respuesta, el Centro de Soluciones escala el tema según normativa vigente hasta instancias de Dirección.

Además, existen materias que se excluyen de sus funciones como son inversiones, comercio exterior, seguros y productos gestionados por la AFP.

Este servicio interviene en la gestión de reclamaciones que le sean dirigidas en primera instancia o asignadas desde otras unidades. A su vez, también puede delegar la gestión de las reclamaciones en otras unidades según el motivo o cuestión económica.

Complementariamente esta unidad realiza el control, seguimiento y reporting a distintos niveles del tiempo de respuesta a las reclamaciones, incluidos los expedientes que se encuentren en gestión en las agencias o sucursales.

## TERCER NIVEL

**Alta Dirección:** Participa en el proceso de gestión de reclamaciones a través del registro y comunicación de la respuesta al cliente. La gestión de estas reclamaciones es asignada a unidades de apoyo.

## Control de la Gestión de la Actividad de Reclamaciones Tramitación de Reclamaciones

Los canales alternativos como Banca Telefónica y Banca por Internet cuentan con una unidad especializada, denominada Centro de Soluciones Servicios a Clientes, con personal cualificado en la atención, recepción y respuesta a las reclamaciones que además realiza el control y seguimiento de tiempos de resolución de las agencias.

## Evaluación de la satisfacción del cliente reclamante.

Se elabora bimestralmente una encuesta telefónica donde se evalúa la satisfacción del cliente reclamante. Entre los atributos considerados, se encuentra el tiempo y forma de resolución de reclamaciones.

Están disponibles en BBVA Banco Francés para clientes de sucursales minoristas tanto aquellos calificados como VIP como aquellos que no. Cuadro de Mando de Indicadores Mínimos. Se dispone de indicadores de actividad de reclamos para todo el sistema de instancias que intervienen en el proceso de gestión: número de reclamaciones registradas y número de reclamaciones en instancia normativa (Código de Prácticas Bancarias) con variables de análisis por canales y tipología.

En relación a los indicadores de tiempos de gestión, se cuenta con indicadores tanto del tiempo real del proceso como datos de desviaciones frente al tiempo objetivo, definido éste por el Código de Prácticas Bancarias, así como por el indicador tiempo final de respuesta al cliente.

La adhesión del BBVA Banco Francés al Código de Prácticas Bancarias, exige controles constantes sobre tiempos de resolución, que no deben exceder los 20 días de gestión.

## Identificación e implantación de planes de mejora.

Función desempeñada por la Unidad de Calidad a partir de la explotación de la información obtenida del proceso de gestión de quejas y reclamos. En este sentido, se han mejorado los procesos comerciales u operativos relacionados con Tarjetas y con las materias vinculadas con el Código de Prácticas Bancarias.

Adicionalmente, el proceso local de reclamaciones cuenta con la Unidad de Calidad como instancia de seguimiento y control del proceso de respuestas a los clientes, denominado Sistema Post Venta. Su labor consiste en elaborar dos tipos de informes: uno para las unidades cuyos reclamos se encuentran próximos a vencer el tiempo interno estipulado para su respuesta y otro reporte que informa al responsable de la unidad y su línea de supervisión, sobre aquellos reclamos que ya están vencidos.

BBVA Banco Francés cuenta también con una Certificación de Calidad en el proceso de gestión de atención al cliente, en tiempos de respuesta de operadores.

La adhesión de BBVA Banco Francés al Código de Prácticas Bancarias, exige un constante control, revisión y mejora de los procesos en los productos y servicios afectados, ya que su incumplimiento deriva en sanciones.

Volumen de Reclamaciones Recibidas		
	2007	2006
<b>BBVA Banco Francés</b>	64.064	47.609

### Volumen de Reclamaciones por Medio de Comunicación o Interposición. Medios de entrada

	escrito		e-mail		visitas		teléfono		formularios específicos	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
<b>BBVA Banco Francés</b>	3.201	3.003	1.705	1.262	46.425	33.759	11.583	8.512	1.150	1.073

### Volumen de Reclamaciones según el Canal o Instancia utilizado por el Cliente

	Canal o Instancia	2007 N°	2006 N°	TAM %
<b>BBVA Banco Francés</b>	Oficinas y Unidades de Negocios	50.975	37.835	34,70%
	Banca telefónica	10.981	7.980	37,60%
	Banca por internet	1.766	1.322	33,60%
	Estructuras intermedias	342	472	-27,50%

### Cuadro de Actividad Conjunta y Formas de Resolución

	2007 Resueltos N°	Pendientes de Resolución N°
<b>BBVA Banco Francés</b>	60.545	3.519

### Impacto Económico de las Reclamaciones (Importe Reconocido)

	2007 Importe reconocido €	2006 Importe reconocido €	TAM % Importe reconocido %
<b>BBVA Banco Francés</b>	300.078	221.247	35,6%

### Tiempos Medios de Resolución de reclamaciones en 2007 (días)

	2007 Días	2006 Días	TAM %
<b>BBVA Banco Francés</b>	19,7	24,0	-17,7%

### Volumen de los reclamos recibidos por la Suprabancaria

		2007 N°	2006 N°	TAM %
<b>BCRA</b>	BBVA Banco Francés	46	36	27,8%
<b>Defensor Consumidor</b>	BBVA Banco Francés	250	74	237,8%

### Situación de los reclamos recibidos por la Suprabancaria

		2007		2006	
		Favorable Cliente	Favorable Entidad	Favorable Cliente	Favorable Entidad
<b>BCRA</b>	BBVA Banco Francés		45		36
<b>Defensor</b>					
<b>Consumidor</b>	BBVA Banco Francés			15	20

### Volumen de reclamaciones según Tipología 1er nivel de agregación

En este apartado solamente se muestran las tipologías en un primer nivel de agregación.

		2007 N°	2006 N°	TAM %
<b>BBVA Banco Francés</b>	Cuenta Visa	25.357	13.041	94,4%
	Cuenta Master	9.324	6.625	40,7%
	Caja de Ahorro - Pesos	9.012	7.704	17,0%
	Caja de Corriente - Pesos	6.759	7,152	-5,5%
	Cajeros Automaticos			
	Tarjetas	3.972	2.967	33,9%
	Tarjeta Crédito Visa	2.519	1.829	37,7%
	Canales Complementarios	1.658	1.637	1,3%
	Servicios Generales	1.504	1.285	17,0%
	Seguros	1.253	1.998	-37,3%
	Prestamos C/Ajuste	616	676	-8,9%
	Servicios de sucursal	461	432	6,7%
	Tarjeta Crédito Master	348	303	14,9%
	Caja de Ahorro - Dolares	261	267	-2,2%
	Plazo Fijo - Peso	234	132	77,3%
	Préstamos	146	162	-9,9%
	Información / Datos del Cliente	117	189	-38,1%
	Políticas del Banco	114	98	16,3%
	Programa Plan Puntos	103	722	-85,7%
	Domiciliaciones	73	110	-33,6%
	Cuenta Custodia	61	95	-35,8%
	Buzones Autoservicios	39	38	2,6%
	Ley Emergencia Económica	30	30	0,0%
	Pago a Comercios	28	43	-34,9%
	Cuenta Corriente -Dolares	26	12	116,7%
	Transferencia Extranjero	24	20	20,0%
	Caja de Seguridad	10	23	-56,5%
	Caja Ahorro - Euros	9	18	-50,0%
	Leasing	6		
	Cuenta Corriente - Euros		1	
	<b>Total</b>	<b>64.064</b>	<b>47.609</b>	<b>34,6%</b>

# COMPROMISO CON LOS ACCIONISTAS



## Accionistas

# 6.911

Hemos asumido un compromiso con nuestros accionistas, inversores institucionales y analistas, tanto locales como del exterior el cual se basa en proporcionarles rentabilidad sostenida en el tiempo, excelente atención e información oportuna, completa y exacta, cumpliendo prácticas de Gobierno Corporativo adecuadas a los criterios más exigentes.

### Crecimiento sostenido del Valor

BBVA Banco Francés tiene como principal objetivo ser el banco líder del sistema financiero argentino, generando valor para el accionista de forma sostenida en el tiempo, a través del crecimiento y la rentabilidad sobre una base sólida de capacida-

## Acciones

# 471.361.306

des y compromisos, dentro de un marco de exigentes criterios de ética, transparencia y equidad.

A su vez, BBVA Banco Francés asume un compromiso con el resto de los grupos de interés aportando mejores soluciones a sus clientes y contribuyendo al progreso social y económico del país.

### Relación con Inversores

La Oficina de Atención al Accionista es responsable de mantener la comunicación y el diálogo con los accionistas, tanto locales como del exterior, particulares e institucionales, con el objetivo de brindar la mayor transparencia en la información, la cual incluye la estrategia de negocios, la situación económico-financiera y la posición competitiva del Banco, diferenciándolo del resto de los competidores. A su vez, atiende todo tipo de consultas, sugerencias y opiniones que los accionistas

Rasgos Básicos	2007
Accionistas	6.911
Acciones	471.361.306
Propiedad acciones % s/capital	
Particulares	
< 4.500 acciones	1,25%
> 4.500 acciones	3,27%
BBVA	75,97%
BONY (ADRs)	10,13%
Inversores Institucionales	
Nacionales	5,09%
Extranjeros	1,37%
Empleados	2,92%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

### Principales datos de la acción de BBVA Banco Francés

	2007	2006
Beneficios por acción	0,50	0,38
Rentabilidad (dividendo/precio; %)	4%	2%
Precio/valor contable (veces)	1,94	2,31
PER (precio/beneficio;veces)	16,9	25,26
Capitalización Bursátil (Millones de pesos)	3.865.163	4.430.796

Alcance: BBVA Banco Francés



podieran plantear.

Relaciones con Inversores, define la estrategia de comunicación hacia los mercados nacionales e internacionales, manteniendo una vía de comunicación permanente con la “Comunidad Inversora” (Analistas, inversores, accionistas, bolsas de Buenos Aires, de New York y Madrid, etc.) a través de comunicados de prensa trimestrales, que incluyen toda la información relevante sobre la entidad, es decir, toda aquella información que pueda impactar en el valor de cotización de la

acción.

Además Relaciones con Inversores mantiene el contacto con los entes de control en los países donde la acción de BBVA Banco Francés cotiza, como la Securities & Exchange Commission y la New York Stock Exchange, en EEUU y la Comisión Nacional de Mercado de Valores y la Bolsa de Madrid, en España. Siendo responsable por el cumplimiento de las regulaciones y los requerimientos de información de dichos entes.

## FINANZAS RESPONSABLES



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

La Oficina de Atención al Accionista es responsable de mantener la comunicación y el diálogo con los accionistas, tanto locales como del exterior, particulares e institucionales, con el objetivo de brindar la mayor transparencia en la información, la cual incluye la estrategia de negocios, la situación económico-financiera y la posición competitiva del Banco, diferenciándolo del resto de los competidores. A su vez, atiende todo tipo de consultas, sugerencias y opiniones que los accionistas pudieran plantear.

Relaciones con Inversores, define la estrategia de comunicación hacia los mercados nacionales e internacionales, manteniendo una vía de comunicación permanente con la “Comunidad

Inversora” (Analistas, inversores, accionistas, bolsas de Buenos Aires, de New York y Madrid, etc.) a través de comunicados de prensa trimestrales, que incluyen toda la información relevante sobre la entidad, es decir, toda aquella información que pueda impactar en el valor de cotización de la acción.

Además Relaciones con Inversores mantiene el contacto con los entes de control en los países donde la acción de BBVA Banco Francés cotiza, como la Securities & Exchange Commission y la New York Stock Exchange, en EEUU y la Comisión Nacional de Mercado de Valores y la Bolsa de Madrid, en España. Siendo responsable por el cumplimiento de las regulaciones y los requerimientos de información de dichos entes.



## PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES

Stock de financiaciones de las PYMES  
2007

**\$2.470 millones**

### Productos y Servicios Responsables

En BBVA Banco Francés trabajamos para generar una oferta adaptada a las necesidades de cada persona o comunidad de personas.

### Apoyo a las Pymes

Las pequeñas y medianas empresas constituyen el sector más dinámico de la economía, aportando más del 70% de los puestos de trabajo y más del 40% del Producto Bruto Interno del país.

Es por ello, que BBVA Banco Francés ha tomado el desafío de ser parte importante del desarrollo de las Pymes, ofreciendo una completa gama de productos y servicios para atender, tanto sus necesidades de tesorería como de financiamiento, ya sean de corto o largo plazo.

Conscientes de la importancia que han adquirido las Micro y Pequeñas empresas, en el marco del plan estratégico de bancarización y fidelización, hemos, por primera vez, puesto a disposición de este segmento una línea pre acordada de financiamiento para capital de trabajo con requisitos mínimos, facilitando de esta forma el acceso al crédito a más de 5 mil clientes.

El stock de financiaciones de las Pymes se incrementó en un 50% respecto de 2006, pasando

2006

**\$1.650 millones**

de 1.650 millones de pesos a 2.470 millones de pesos.

Se dio fuerte impulso a las líneas de financiamiento provenientes de organismos gubernamentales, como el Programa Global de Crédito, implementado por la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa con fondos del Banco Interamericano de Desarrollo, y al programa del Fondo Nacional de Tecnología, sumando en conjunto 100 millones de pesos destinados a financiar proyectos de inversión a mediano y largo plazo.

En el escenario económico actual, el comercio exterior representa una alternativa de desarrollo muy importante para las Pymes. Ante la necesidad de aportar conocimiento en una materia tan compleja y, a tal efecto, hemos firmado un convenio de complementación con la Universidad del Salvador. De esta manera la Universidad aporta al Banco la capacidad de su cuerpo docente y una infraestructura adecuada para la realización de jornadas de capacitación y talleres, como así también el acceso a nuevos ámbitos de actuación.

Se suman a este importante convenio los firmados con la Cámara de Importadores y el Centro de Despachantes.

# GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS

La captación y retención de talento, la diversidad, la conciliación de vida profesional y laboral, la igualdad de oportunidades...

Todos ellos son retos a los que pretendemos dar la mejor respuesta desde BBVA Banco Francés para poder ser el mejor lugar para trabajar.



Total de empleados  
2007

**4.094**

Hombres/Mujeres\*

**60/40%**

Horas de formación  
por empleados

**42**

## El compromiso de BBVA Banco Francés y sus empleados

En BBVA Banco Francés, buscamos generar un espacio apto para el libre desarrollo personal y profesional, de manera de lograr un crecimiento compartido tanto en lo individual como en lo institucional.

BBVA en Argentina, comparte una cultura corporativa que se inspira en su Visión:

“Trabajamos por un futuro mejor para las personas”

Nos comprometemos a aportar las mejores soluciones a los clientes, crecimiento rentable a nuestros accionistas y progreso para la sociedad.

Esta visión pone especial énfasis en el concepto de futuro con una fuerte vocación humanista y de servicio. La visión tiene importantes implicaciones en el modelo de negocio, la cultura corporativa, el comportamiento de los empleados y la comunicación en todas sus dimensiones.

Actualmente, estos contenidos se encuentran integrados en el material de inducción que trabajamos en Jornadas de Bienvenida con todos los ingresantes, trabajando en forma conjunta con ellos en actividades donde tratamos de identificar nues-

tros principios en cada acción que realizamos.

Adicionalmente mantenemos viva la Experiencia BBVA, trabajando sobre distintos planes que se encuadran en esta orientación: Lanzamiento del Código de Conducta, Código de Ética, Proyecto Pasión por las Personas y Gente para la Gente.

Nuestras comunicaciones cotidianas tanto de campañas comerciales dirigidas a los clientes como de campañas internas dirigidas a los empleados, profundizan asimismo este concepto.

Permanentemente asociamos cada logro al compromiso de nuestra gente, cada éxito de ellos se transforma en éxito organizacional y viceversa. Si la empresa avanza, la gente avanza.

La Dirección de Recursos Humanos ha definido un slogan propio y con el cual acompaña todas las acciones de comunicación que realiza. “Gente para la Gente” transmite la idea de “personas para personas”, todos somos parte de un mismo equipo y por ende compartimos los mismos esfuerzos, compromisos y logros.

En relación a la incorporación de talento, durante 2007 ingresaron 329 empleados a BBVA Banco Francés, a nivel nacional y en distintos puestos, con énfasis en las áreas de Negocio.

En este marco, debemos destacar 20 ingresos derivados del Programa de Jóvenes Profesionales, el cual tiene como propósito la formación y

Empleados por categoría Profesionales Rasgos Básicos			
	2007	2006	2005
Total Empleados	4094	3692	3444
% Mujeres	40%	39%	37%
% Hombres	60%	61%	63%
Edad Media	38,4	38,5	38,6
Antigüedad	12,1	12,2	12,5

Composición Funcional			
	2007	2006	2005
Equipo Directivo	1,2%	1,5%	1,5%
Mandos Medios	13%	13%	14%
Especialistas	40%	40%	39%
Fuerza Ventas	22%	23%	22%
Puestos Base	23%	22%	23%

Tasa absentismo en BBVA Banco Francés			
	2007	2006	2005
BBVA Banco Francés	1.73%	1.81%	1.95%

el desarrollo de graduados universitarios que evidencien las principales habilidades genéricas requeridas por el Grupo BBVA de acuerdo al programa de gestión por competencias. La finalidad es asignarlos a áreas o puestos donde existe mayor dificultad para la cobertura interna o externa de vacantes.

### Perfil de empleados

Queremos que cada empleado, rodeado de un ambiente de trabajo positivo y saludable, pueda desarrollarse como profesional y como ser humano, logrando un equilibrio entre su vida personal y laboral. Para ello, hemos creado la Propuesta de Valor BBVA que completa la oferta que tiene para cada uno de nuestros empleados. Dicha propuesta busca brindar una red de beneficios que cubre las necesidades personales, en un entorno armonioso que posibilita sumar calidad a la vida cotidiana, gestionando el talento y las capacidades intelectuales, priorizando el desarrollo de nuestra gente y creando nuevos espacios que desafíen los límites y aseguren un futuro mejor para las personas.

### Empleo y selección

El área de Selección cuenta con una política global y un código de actuación para garantizar la igualdad de oportunidades y el principio de “no discriminación”.

Con presencia activa en las principales universidades y escuelas de negocios del país, el Plan de Atracción de Talentos convoca a estudiantes y graduados para que conozcan y apliquen las diversas oportunidades de empleo y desarrollo profesional que BBVA Banco Francés ofrece.

El modelo cuenta con herramientas para la evaluación de candidatos en su perfil de competencias y una base corporativa, “e-preselec”, para la selección y gestión de las candidaturas, con el fin de garantizar la eficiencia del proceso e incorporar a los mejores candidatos.

El área de Selección trabaja además con la máxima independencia y confidencialidad, asegurando que todos los candidatos reciban el mismo tratamiento y cumplan con los mismos procesos, basando todas las decisiones de selección en el mérito y la capacidad profesional.

Número de altas de empleados			
	2007	2006	2005
Altas	329	200	104

Rotación no deseada de la plantilla (utrn-over)			
	2007	2006	2005
%	1,48	2,48	3,38

### Proceso de valoración por competencia, desarrollo profesional y compensación

BBVA Banco Francés, en consonancia con las políticas corporativas, hace del desarrollo personal y profesional de sus empleados una meta empresarial, partiendo de la igualdad de oportunidades y del reconocimiento del mérito medido a través de la evaluación de desempeño.

Así, el Proceso de Valoración por Competencias se lanza bianualmente de forma simultánea en todos los países. La base del modelo está en el contraste entre los perfiles profesionales esperados

y los perfiles personales del ocupante del puesto, lo que permite identificar el “gap” individual a la vez que articular de manera personalizada la aplicación de distintas herramientas de desarrollo.

Asimismo, anualmente se realiza una Evaluación de la Actuación, que hace referencia al nivel de consecución de los objetivos del ejercicio previamente comunicados a cada colaborador y es la base de equidad para los sistemas de pago variable.

Finalmente, el Código de Conducta establece, para los empleados con personas a cargo, las siguientes pautas:

- Informar a los empleados sobre los aspectos críticos a tener en cuenta para el apropiado desarrollo de sus funciones.
- Identificar las necesidades formativas.
- Facilitar la asistencia y aprovechamiento de las acciones formativas.
- Realizar los procesos periódicos de evaluación.

En cuanto a Compensaciones, la política de remuneraciones del Banco como refuerza el alto desempeño por su capacidad de atraer y retener el capital humano y facilita la generación de un adecuado ambiente de trabajo. En este sentido se busca:

- Compensar a las personas de acuerdo a su nivel de responsabilidad, tomando como referencia la escala salarial que encuadra su puesto. Estas bandas se actualizan periódicamente tanto por ajustes inflacionarios como por comparación con mercado externo.
- 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 la actualización de la información del mercado.

BBVA Banco Francés participa en encuestas de mercado salarial del sector a los fines de asegurar la competitividad de sus remuneraciones fijas.

A efectos de compensar la aportación de resultados tangibles BBVA Banco Francés posee un sistema de retribución variable que abarca al 100% de la dotación.

Las bandas salariales son conocidas por los supervisores quienes hacen propuestas salariales selectivas por desempeño, siempre dentro del recorrido que permite la banda salarial en relación al puesto y seniority (antigüedad)

Los empleados conocen este sistema tanto a través de su supervisor directo como del Gestor de Recursos Humanos.

Si hubiera disconformidad con la retribución o percepción de inequidad interna, el canal es a través del supervisor quien lo analiza y resuelve en conjunto con el Gestor de Recursos Humanos.

## Formación y Gestión del conocimiento

El Plan Anual de Formación se determina a través de un proceso de detección de necesidades de capacitación de cada unidad de negocios. Este relevamiento se complementa con las necesidades individuales identificadas a través de nuestra herramienta de gestión por competencias, que determina los Planes de Desarrollo Individual (PDI) de cada profesional.

Es así como las distintas acciones formativas colaboran en el desarrollo de aquellas brechas de desempeño. Su finalidad es ajustar el perfil actual con el perfil requerido de los respectivos puestos de trabajo, tanto en habilidades como en conocimientos técnicos.

Igualmente, el plan contempla la capacitación necesaria para hacer posible la consecución exitosa de proyectos comerciales, estrategias de negocio y acciones contempladas en el plan de negocio para 2007.

También están presentes programas directivos corporativos que apoyan la construcción de líderes efectivos con un estilo acorde a los valores de la cultura corporativa, capaces de desarrollar a sus equipos, motivarlos y guiarlos en la consecución

ción de los objetivos estratégicos.

La formación en BBVA Banco Francés se lleva a cabo a través de tres canales: presencial, a distancia (en papel) y vía e-learning, desarrollando un modelo homogéneo para todo el Grupo.

El plan también apuesta por la acreditación de conocimientos de sus profesionales según los estándares internacionales, a través de certificaciones.

BBVA Banco Francés dio una muestra del decidido apoyo que brinda al desarrollo profesional de sus empleados con la ejecución de más de 250.000 horas formativas y 20.000 participaciones al año, con una inversión de 1.000.000 de dólares.

El Plan de Formación de 2007 generó una media de 42 horas de capacitación por empleado basadas en sus necesidades individuales y los requerimientos del negocio.

Un 40% de las horas de formación se invirtieron en programas relacionados con el cliente.

Para dar continuidad a los planes de carrera de los distintos puestos de la red de sucursales, más de 200 personas participaron en distintos planes de desarrollo para futuros nombramientos.

Asimismo, se lanzó un programa de formación en conocimientos y habilidades comerciales para personal de áreas centrales, a fin de que pudieran postularse a puestos de gerentes u oficiales de la red de empresas.

En cuanto al desarrollo de líderes, continuamos con nuestros programas de Management, tanto locales como corporativos a los que asistieron 60 personas durante 2007.

Hay que destacar el alto grado de compromiso de la Dirección con la formación de sus equipos, puesta de manifiesto en la presencia regular de los miembros del Comité de Dirección en los programas corporativos de formación, y cuyo fin, no es otro que crear foros de encuentro que permitan compartir opiniones, generar debate y ofrecer una visión global del Grupo BBVA.

Además, en 2007 marcamos el inicio de una tendencia en la que el canal e-learning, CO-NOCE, ha dado sus primeros pasos para, gradualmente, posicionarse como el principal canal de formación a distancia, el cual se ha convertido en una

realidad para todos los empleados del Grupo BBVA, al estar disponible en todos los países donde tiene presencia.

A través de este canal se ha contado con más de 2.500 participaciones en los diferentes cursos ofrecidos, lo cual lo constituye en una red global de aprendizaje a través de Internet, orientada a aportar soluciones formativas homogéneas alineadas con la estrategia de BBVA.

Cuadro de actividades formativa		
Horas de Formación		
Modalidad	Acumulado 2007	Distribución total de horas acumuladas
Presencial	188.105	65,3%
Distancia	70.865	24,6%
E-learning	29.288	10,2%
	<b>288.258</b>	<b>100%</b>

### Comunicación y diálogo con empleados. Principales canales corporativos comunicación interna.

Las herramientas de comunicación interna que BBVA Banco Francés pone a disposición de sus empleados, tienen como objetivo crear un clima de confianza basado en una relación abierta, en el respaldo al equipo y en la comunicación transparente. Se estructuran a través de dos ámbitos de actuación: la comunicación en cascada a través de la supervisión y los canales corporativos de comunicación.

Otros canales son las encuestas de satisfacción, los grupos focales, el diálogo con la representación sindical y las iniciativas para la gestión del conocimiento.

### Principales Canales Corporativos de Comunicación Interna

**Buenos Días** Boletín electrónico de actualización diaria, disponible en la Intranet del Banco. Comprende una noticia central (Global o Local) y un espacio de opinión que denominamos Tribuna donde un empleado cualquiera opina voluntariamente sobre un tema que puede ser de interés a otras personas.

**Intranet corporativa:** Se publican informaciones de corte noticioso que sean de relevancia

para el Grupo BBVA en el mundo.

**Revista adelante:** Publicación corporativa trimestral dirigida a los empleados del Grupo BBVA, de contenido mixto (páginas globales y locales).

**Portal del Empleado:** Facilita la gestión de procesos e informa sobre los sistemas de gestión de Recursos Humanos – recibos de sueldos, beneficios, productos, etc., permitiendo el acceso al cronograma de cursos de formación y a otros servicios.

**Servicio de Consulta del Empleado (ECO):** Es un aplicativo en Intranet que el área de Recursos Humanos pone a disposición de los empleados, mediante el cual se permite la consulta de distintos apartados a modo de “Preguntas Frecuentes”.

### Formas para compartir información

El mecanismo de comunicación más utilizado por la alta gerencia para compartir información con los empleados son las reuniones o comité de trabajo.

Una vez a la semana, el Comité de Dirección se reúne para definir temas de negocio, estrategia, objetivos, entre otros temas de interés.

Posteriormente, cada director se reúne con su primera línea de reporte para compartir información del Comité de Dirección y para trabajar sobre los temas propios de cada área. A partir de allí, los jefes poseen reuniones periódicas con sus equipos para comunicar y compartir diferentes temas.

Por otro lado, cada Unidad de Negocios (Minorista, Mayorista, Corporativa) tiene su propio comité mensual de gestión y seguimiento de resultados, donde se comunican en cascada el grado de cumplimiento presupuestario y los objetivos de negocio del mes siguiente.

En el ámbito global, trimestralmente se transmite por video conferencia a todo el equipo directivo (2000 personas en todo el mundo, 75 en la Argentina) los resultados del Grupo y de cada unidad de negocios. El mismo día se presenta al mercado, a la prensa y a los accionistas los resultados económicos y de gestión del período. Internamente, lo informamos por todos los canales de comunicación interna (que detallaremos a continuación) a todos

los empleados.

Si bien toda la información se transmite en cascada vía comité, se garantiza también la gestión de la comunicación con alcance masivo. Para ello se utilizan canales de comunicación interna que llegan a todos los empleados del Grupo, los mismos son:

- Casilla de mail comunicaciones internas.
- Noticias en intranet. Estas siempre tienen que ver con temas de actualidad del grupo y todos los días se carga una noticia nueva.
- Columnas de opinión en intranet. Se trata de un espacio que invita a los empleados a compartir sus experiencias con el resto.
- House organ. Trimestralmente se realiza una revista para todos los empleados, dedicando en cada número una nota a los resultados del período económico finalizado, además de otras secciones fijas que contienen temas relacionados tanto con el negocio como con los empleados.

### Encuesta de clima

BBVA Banco Francés realiza una encuesta a través de la cual los empleados pueden opinar sobre las condiciones de trabajo y el clima laboral. La encuesta constituye uno de los canales de participación más importantes y sirve para impulsar acciones de mejoras. Así, por ejemplo, los resultados de la edición de la encuesta de 2006, fue una de las fuentes para la elaboración, de nuestra Propuesta de Valor y el fortalecimiento de nuestra marca como empleadores, que lanzamos en 2007.

Con el fin de garantizar al máximo la confidencialidad, la encuesta es realizada por una empresa consultora externa y cada empleado recibe un código personal aleatorio.

Los resultados de la Encuesta de Clima 2007 nos sitúan en el puesto número 25 de las mejores empresas para trabajar en la Argentina y en el puesto número 7 en las empresas de más de 1.000 empleados con mejor índice de satisfacción.

Los resultados se deben en parte a la evolución de las políticas y herramientas de Recursos Humanos, que se han traducido en avances significativos en lo relativo al desarrollo profesional y personal, promoviendo el equilibrio entre la vida



privada y la vida laboral.

La dirección de Recursos Humanos comunica los resultados de la encuesta a toda la organización, a partir de lo cual se encaran distintos planes de acción por área con la activa participación de sus integrantes.

Evolución en el Ranking últimos 3 años Ranking general y ranking especial de más de 1.000 empleados. Resultado de encuesta de clima			
	2007		
Ranking general	60	26	25
Ranking especial	12	9	7

Fuente: GPTW (great place to work).

### Encuesta de satisfacción cliente interno

Para medir la calidad de servicio ofrecido por las áreas centrales, todos los años se realiza una encuesta interna que, además sirve para detectar oportunidades de mejora y fomentar la sensibilidad de la plantilla con relación al tema.

Esta encuesta permite a las dependencias evaluar los servicios que reciben de sus proveedores internos, con base a tres indicadores:

**Disponibilidad:** facilidad para ser contactado

**Calidad:** eficacia en la solución de los requerimientos, rapidez y precisión en las respuestas.

**Actitud:** trato, amabilidad, compromiso en brindar respuestas y soluciones.

Asimismo se consideran la frecuencia y la criticidad de los contactos entre los clientes y proveedores internos.

Los resultados de la Encuesta tienen un peso asignado en las evaluaciones de desempeño de la plantilla, el cual varía de acuerdo a la naturaleza del área, en los pagos variables y en el fortalecimiento de la cultura interna de la Calidad de Servicio.

### Programa Innova

INNOVA es un proyecto diseñado para promover la innovación y mejora interna en BBVA Banco Francés a partir del talento y aporte de los empleados en Proyectos de Mejora.

INNOVA responde al principio corporativo: "la Innovación como palanca de progreso".

INNOVA consolida uno de los compromisos que BBVA adquiere con sus empleados de estimular la participación, colaboración y aportes creativos para mejorar el desempeño de procesos y servicios.

En 2007 hemos incorporado la herramienta enfocándonos en los procesos certificados bajo ISO 9001 para evaluar las iniciativas que propongan soluciones creativas y viables, que se puedan implantar en un horizonte razonable de tiempo y que, además, aporten valor a la actividad.

El objetivo es seguir buscando mejores formas de hacer lo que sabemos hacer y realizar lo que todavía no hemos emprendido, porque hasta lo cotidiano puede ser fuente de innovación.

### Beneficios sociales y económicos al personal

En BBVA Banco Francés 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.

- Los Tickets diarios de almuerzo.
- La tarjeta regalo de fin de año.
- Los incentivos a estudios universitarios o de postgrado.
- Las ayudas vinculadas a hijos desde que nacen (ajueros), asisten a la guardería, hasta que inician su escolaridad (mochilas con útiles escolares).
- Obsequios y Agasajos en Días Especiales: Regalo y Espectáculo del Día del Niño, Día de la Mujer, etc.
- Planes de Medicina Prepaga a precio diferencial respecto del mercado.
- Sistema de Compra con Interesantes Descuentos para empleados:
  - 300 Beneficios estables en todo el país.
  - 20 propuestas estacionales que varían todos los meses.
  - Compras On-line a través de promociones especiales.
  - Selección de beneficios por zona con buscadores.

- Impresión de cupones para los establecimientos que lo requirieren.
- Canal para proponer comercios, inquietudes y reclamos a través de un espacio destinado a sugerencias.

Estas facilidades van desde importantes descuentos en comercios de electrodomésticos, hasta planes de Leasing para la compra de automóviles 0km a precios bonificados, o la adquisición de computadoras personales con descuentos del orden del 30% y en cuotas fijas en pesos.

En Banco Francés, contamos con Planes de Medicina Prepaga entre prestadoras médicas de primer nivel, a elección del empleado.

Además, todos nuestros empleados son gestionados como clientes VIP y cuentan con una amplia gama de descuentos y promociones en productos financieros:

• **Caja de Ahorros / Libretón**

Está destinado a todo el personal y el beneficio es una cuenta o paquete por empleado y sin costo.

• **Tarjeta BANELCO y MASTERCARD**

Destinado a todo el personal, no tiene costo y pueden tener 2 tarjetas adicionales sin cargo.

• **Cajas de Seguridad**

Destinado a todo el personal. El empleado puede acceder a una caja de seguridad figurando como titular o cotitular. Bonificación del 70% de los costos abonados por el cliente por: Alquiler, cambio de titularidad, incorporación de titular y/o apoderado, forzamiento, cambio de cerradura, cambio de combinación, pérdida de llave, confección de llaves.

• **Plazo Fijo**

Está destinado a todo el personal, es sin costo y con tasas especiales.

• **Cuenta Corriente**

Dirigido a todo el personal con 3 meses, como mínimo, de antigüedad en el Banco quienes pueden acceder a una Cuenta Corriente en Pesos y sin costo de mantenimiento.

El acuerdo máximo en cuenta corriente se otorgará a solicitud del titular, siendo el importe correspondiente a 0.5 sueldos normales y habituales mensuales brutos (RTM). Gozará de una tasa

especial menor a la aplicada a los clientes.

• **Tarjeta de Crédito VISA**

Dirigido a todo el personal con 3 meses, como mínimo, de antigüedad en la empresa, quienes pueden acceder a una tarjeta de crédito como titular y hasta dos adicionales sin cargo. Sin gastos de mantenimiento, de emisión, renovación y resumen. Tasa de financiamiento preferencial y el límite de compra: 2.5 RTM bruto.

• **Tarjeta Recargable**

Dirigido a todo el personal con 3 meses, como mínimo, de antigüedad en la empresa. Se puede tener hasta 5 tarjetas recargables por empleado (el empleado debe figurar como "Ordenante") Los beneficios para empleados son: Emisión, carga inicial, reposición, renovación y extracción sin cargo tanto para la tarjeta nacional como para la internacional.

• **Préstamos Personales**

El empleado podrá acceder a un importe de préstamo de hasta 7 RTM con un máximo de \$50.000; con un plazo máximo de hasta 60 meses sin distinción de destino de fondos. La capacidad de repago en relación con el producto es de 25% para 36 meses y de 20% para 60 meses, en relación Banco: 45% y en relación Sistema: 50%.

Aquellos empleados que se encuentren casados podrán sumar los ingresos "netos" de su cónyuge para la definición de asistencia teniendo como tope el monto máximo.

• **Préstamos Hipotecarios**

Está destinado a los empleados BBVA Banco Francés y Empresas Vinculadas, que tengan un mínimo de 6 meses de antigüedad laboral, con tasas especiales.

• Por último, en el caso de Banco Francés, se ofrecen días adicionales a los que legalmente corresponden por vacaciones, de esta manera, los empleados cuentan con los siguientes períodos vacacionales:

Antigüedad	Ley de contrato de trabajo	Banco Francés
Hasta 5 años	14	19
Hasta 10 años	21	26
Hasta 20 años	28	33
Más de 20 años	35	35

## **Beneficios Sociales y otras iniciativas para empleados**

Además de los beneficios consignados en el punto Beneficios Sociales y económicos al personal, en BBVA Banco Francés contamos con los siguientes:

### **Programas Especiales para ayudar a los empleados a equilibrar su vida personal y familiar**

Este capítulo es un apartado sumamente importante de nuestro Programa Corporativo "Pasión por las Personas", que en Argentina a partir de 2007 hemos relanzado como "Propuesta de Valor", ya que el mismo está compuesto por una serie de prácticas tendientes a mejorar –entre otras cosas– la calidad de vida.

Bajo el lema "Construyamos juntos el mejor lugar para trabajar" promovemos beneficios especiales que alcanzan a los empleados y en muchos casos a su grupo familiar.

Las iniciativas se agrupan en 3 dimensiones:

- Programas de capacitación relacionados con temas de administración del tiempo, equilibrio y stress.
- Deportes, corrección de postura, técnicas de Relajación
- Proyectos familiares y personales

### **Actividades y aportes para una mejor calidad de vida:**

- **Cursos de verano.** Durante los meses de enero y febrero, y bajo el slogan "Refrescate", la Gerencia de Formación y Comunicaciones Internas, puso en práctica un innovador programa de cursos de verano. Los mismos tienen como objetivo refrescar los conocimientos incorporando herramientas útiles, tanto para la vida personal como para el desarrollo profesional de los empleados, en forma complementaria al P.D.I. (programa de desarrollo individual). Algunas de las actividades fueron: Taller de yoga y relajación, Conflicto, estrés y bienestar, Taller de Oratoria, Efectividad personal, Cómo enfrentar conversaciones pendientes, entre otros.
- **"Renovate en primavera".** Con el objetivo de renovar las energías en la última etapa del año,

realizamos esta iniciativa orientada a brindar herramientas para mejorar la calidad de vida de los empleados (y sus familias), enriqueciendo mente, cuerpo y emociones, ya que una mejora en cualquiera de estas áreas repercute positivamente en las demás. En esta propuesta incluimos cursos, charlas y talleres que responden a diferentes temáticas, desde automaquillaje hasta introducción a la fotografía, y desde nutrición hasta charlas de orientación vocacional para hijos adolescentes.

• **Libro "Nuestro Estilo de Dirección".** Durante este año, se recopilieron los comportamientos que el Grupo espera de sus directivos, esto se resume en un libro, "Nuestro estilo de dirección" que intenta ser una guía de todos los comportamientos que nos diferencian como colectivo, que marcan nuestro estilo, el Estilo BBVA. Por eso, lo recibieron todas aquellas personas que tienen responsabilidad sobre un equipo de trabajo, junto a una guía de comunicación en cascada. Lo que diferencia a las organizaciones es el talento y el compromiso de su gente. Los resultados extraordinarios los consiguen los equipos de trabajo motivados, esa es precisamente la responsabilidad de todos aquellos que dirigen a otras personas. El comportamiento del superior jerárquico tiene un impacto del 70% en la rotación no deseada; de un 80% en el clima laboral y del 90% en el aprendizaje en el trabajo.

En BBVA, todo aquél con responsabilidad directa sobre un equipo de trabajo tiene que ser un referente para su gente y se espera que predique con el ejemplo, poniendo en práctica los principios de nuestra Cultura Corporativa y comportamientos que conforman el estilo de gestión del Grupo.

### **Servicios para los empleados en el ámbito de trabajo**

• **Espacio Comedor y Cafetería libre:** se encuentra disponible en el edificio de la calle Venezuela un espacio destinado a los almuerzos del personal. En los restantes edificios, cada piso cuenta con una cocina-office dispuesta con heladera, microondas, máquinas expendedoras de servicio de cafetería sin cargo y sin límite para el empleado (Servicio brindado por Nescafé en todas sus ver-

siones de café, chocolate, etc.) y dispenser de agua fría y caliente.

- **Horario de atención preferencial para operaciones bancarias:** los empleados tienen cajas especiales para realizar sus operaciones bancarias entre las 15 y 16 hs.

- **Servicio Médico Laboral:** cuenta con un consultorio médico y uno de enfermería.

Las funciones de éste departamento son:

- prevenir los factores de riesgo que actúan sobre la salud del personal,
- promover y mantener la salud de los trabajadores,
- realizar la atención de las enfermedades presentadas durante el horario laboral,
- desarrollar programas de salud, educación sanitaria y vacunación de acuerdo al factor de riesgo presente.

Entre los empleados se organizan, desde RRHH distintos torneos deportivos (ajedrez, tenis, paddle, squash, golf, fútbol) con el objeto de promover la práctica deportiva y la integración en torno a un ambiente saludable.

### Programas para apoyar en ocasiones de necesidad

Contamos con ayudas gratificables, de carácter excepcional de montos que se manejan exclusivamente desde Relaciones Laborales, y que requieren una serie de autorizaciones, pasando por el supervisor, el gestor de RRHH y los gerentes de las áreas implicadas. Por lo general, se trata de ayudas cuyos motivos son gastos de salud extremos, de necesidad, que no cubren las prepagas y teniendo en cuenta la situación especial personal, familiar y económico-financiera del empleado. A su vez, en estas ayudas gratificables, incluimos ayudas por hijos discapacitados y, demás cuestiones relacionadas.

### Celebraciones

Nuestras prácticas formales que favorecen el festejo y la celebración de acontecimientos importantes son las siguientes:

- Anualmente se celebran convenciones de negocios donde se presentan resultados y objetivos, pero donde reservamos un espacio importante

para la celebración y divertimento (invitados especiales, grupos musicales, juegos, fiesta, etc.). A estos eventos asiste un número importante de empleados de cada negocio.

- Luego con motivo de fin de año, se hace entrega de un beneficio económico que la persona lo puede destinar, ya sea para celebrar con su equipo de trabajo o bien individualmente con su familia (por el valor equivalente a una “canasta navideña”).

- Otra celebración es el festejo del día del niño para todos los empleados que poseen hijos menores de 13 años. La elección del tipo de festejo varía de año a año, pero generalmente se trata de funciones completas de espectáculos infantiles de la temporada o bien entradas a parques de diversiones/temáticos. También se distribuyen regalos especialmente seleccionados por género y edad, que los empleados reciben semanas antes del día del niño.

- Además el personal jerárquico tiene autonomía para la realización de sus propios festejos, ya sea por resultados obtenidos u otros motivos, siempre que tenga una razón que lo justifique (integración del equipo, fusión de sucursales, despedidas, entre otros)

- Complementando la anterior, se agasaja a las empleadas mujeres con un obsequio que se entrega en cada puesto de trabajo el día de la mujer.

- También en el día del cumpleaños, cada empleado recibe un regalo acompañado de una tarjeta novedosa de felicitaciones. Cada cumpleaños está disponible en la Intranet, lo cual también promueve el festejo por parte de los compañeros.

- Acompañando las celebraciones familiares, se envía un ajuar a los empleados que reciben un nuevo integrante de la familia. Esta novedad también se comparte (a través de una fotografía) en la revista interna y en la intranet.

- Se distingue la antigüedad en el Grupo, donde se realiza un evento anual junto con la entrega del obsequio correspondiente.

- Desde Capacitación también se organizan actividades Outdoor de Trabajo en Equipo, donde se reserva un espacio para el ocio y el esparcimiento.

- También se cuenta con un calendario estandarizado (dos fechas por año) de torneos y campeonatos deportivos vigentes durante todo el año, y que abarcan golf, tenis, paddle, football, squash, basketball, bowling, ajedrez, ping pong, volleyball y finalmente maratón, que se ha vuelto por segundo año consecutivo integrante del programa deportivo para empleados y sus familias.
- En 2007 los 54 ganadores de los torneos locales (fútbol, tenis, básquet, bowling, paddle, entre otros) viajaron a España a jugar un torneo interno internacional con motivo de los 150 años del Grupo.

### **Libertad de asociación, representación sindical y resolución del conflicto.**

En BBVA Banco Francés existe un profundo respeto por la libertad sindical que permite y facilita la representación gremial de todos los empleados del Banco a nivel Nacional. Esto se traduce en hechos concretos como facilitar toda la información solicitada por la Asociación Bancaria, disponer lugares físicos para ejercer la función gremial, otorgamiento de licencias gremiales y total disposición para mantener reuniones con los representantes gremiales, llegando, en algunos casos, a ser diarias.

El Banco mantiene 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.

Se realizan reuniones frecuentes con todas las CGI. En estos encuentros se escuchan los planteos y peticiones de los representantes gremiales y se buscan soluciones a los problemas planteados, propiciando un diálogo abierto y constructivo para lograr mejoras genuinas y evitar conflictos, tanto a nivel individual como colectivo.

En estas reuniones participa, en representación del Banco, el Jefe de Relaciones Laborales en primera instancia y luego el Gerente de Relaciones Laborales y el Director de RR.HH.

Generalmente, las reuniones son a pedido de las CGI para tratar temas puntuales, aunque en algunas oportunidades, se realizan reuniones a pedido de la Gerencia de Relaciones Laborales o de

la Dirección de RR.HH. En cuyos casos la agenda es abierta.

En cuanto al marco convencional, existe un único convenio colectivo aplicable a la actividad bancaria, que abarca a todos los trabajadores (Convenio 18/75).

### **Salud y seguridad laboral**

La atención de la salud y seguridad laboral se cubre con una dotación básica de dos médicos y una enfermera de tiempo completo y una de tiempo parcial, para todo el país.

Legalmente no existe el requerimiento ni la posibilidad de delegados de prevención.

Durante 2007 hubo un total de 72 accidentes para una nómina promedio de 4.250 .

En la Argentina los accidentes In Itinere son considerados laborales, y la cantidad mencionada contempla los accidentes menores. También los asaltos en sucursales como In Itinere y accidentes de tránsito. El promedio de días perdidos mensuales es de 75, lo que resulta en una tasa promedio mensual de 8%.

Asimismo, se gestiona con la Aseguradora del Riesgo del Trabajo el reintegro de la incapacidad laboral transitoria. Por ley en la Argentina, a partir del día 10 de ausentismo por enfermedad profesional o accidente laboral, el salario debe abonarlo la Aseguradora de Riesgo del Trabajo.

La atención del 100% de los casos atendidos es auditado por la Aseguradora de Riesgos del Trabajo.

Se efectuaron 852 exámenes médicos pre ocupacionales también se efectuaron los exámenes médicos periódicos a los trabajadores de los centros de atención telefónica.

El ausentismo por enfermedad de larga duración (mayor a diez días) es del 0.89% y se da seguimiento hasta el alta, optimizando el tratamiento que recibe el empleado que sufre un problema de salud por parte del equipo médico tratante en el 100% de los casos. Además de la evaluación y seguimiento del personal del Departamento Médico del Banco, la dolencia que aqueja al empleado es motivo de interconsulta en las especialidades que corresponda.

Se efectúa asesoramiento para la correcta cobertura por parte de los seguros de gastos médicos, ya sean obras sociales o empresas de cobertura médica prepagadas.

En cuanto a los aspectos médicos legales laborales se da cumplimiento al 100% de la normativa y también se asesora en los casos de juicios

que aleguen cuestiones de salud impugnando las pericias, confeccionando pericias de parte y reduciendo a 0 el 10% de las incapacidades fácticas.

Los objetivos para el próximo año son planes de promoción y prevención de la salud con

programas de abandono del tabaquismo, reducción del estrés y evaluación del riesgo cardiaco de la población.

Además se publican notas médicas en la Intranet del Banco y en la revista Adelante.

# COMPRAS RESPONSABLES

Una gran empresa debe impulsar y extender la responsabilidad corporativa entre todas las empresas y entidades con las que colabora. El compromiso de BBVA es incorporar progresivamente en todo el Grupo criterios de sostenibilidad en la gestión de sus compras.



Número de proveedores

## 3.264

### Política y modelo corporativo de compras

#### Modelo Corporativo de Compras

Para BBVA Banco Francés, una negociación eficaz es aquella en la que se consigue satisfacer las necesidades reales del cliente interno con la mejor calidad y el mejor nivel de servicio al menor coste posible y en el plazo previsto.

Dada la importancia que la relación con proveedores tiene para la gestión del Grupo BBVA se ha desarrollado un Modelo Corporativo de Compras cuyos elementos básicos son:

- Gestión de las actividades de compras por procesos.
- Automatización de los procesos.
- Realización de encuestas de calidad y nivel de servicio.
- Planificación de aprovisionamiento.
- Selección de proveedores.
- Profesionalización de los compradores.
- Centralización de la función de compras.
- Negociación global con los proveedores a través de equipos de compras especializados.
- Adjudicación a través de Comisiones e Compras fomentando la transparencia y el consenso.

### Creación de valor y relación con proveedores

El volumen de compras de BBVA Banco Francés alcanza anualmente cifras relevantes, centrándose principalmente en servicios de tecnología, infraestructura, suministros y servicios al negocio, viajes y servicios profesionales.

Destacan dos aspectos fundamentales en la relación de BBVA Banco Francés con sus proveedores:

- La aplicación de criterios de objetividad, transparencia, profesionalismo e igualdad de oportunidades en la selección de proveedores y en la relación mantenida con ellos.
- El impulso entre sus proveedores de principios de ética y responsabilidad social corporativa.

Se celebran periódicamente reuniones con aquellos proveedores estratégicos, en las que se analizan los avances conseguidos en materia de aprovisionamiento y se intercambian conocimientos sobre mercados, productos y servicios, precios y demás cuestiones de interés para ambas partes, con el objeto último de afirmar con ellos relaciones sólidas y duraderas, que proporcionan estabilidad y calidad.

### Estructura organizativa

El área de Compras, Inmuebles y Servicios Gene-

rales se está renovando con un nuevo modelo estructurado en funciones holding y funciones país. Esta nueva organización permitirá continuar con una política sostenible de los costes de aprovisionamiento, mejora y transparencia de los procesos y un aumento de la calidad y servicios al usuario.

El área de Compras, Inmuebles y Servicios se divide en las siguientes áreas:

- Inmuebles
- Compras
- Servicios Generales
- Seguros Bancarios
- Control de Administración

<b>Principales proveedores BBVA Banco Francés</b>	
<b>Nº Proveedores clasificados 2007 por volumen de facturación</b>	
Mayores a 85.000 Euros	277
Menores a 85.000 Euros	2.987
<b>Total</b>	<b>3.264</b>

### Sistema de homologación de proveedores

Como parte de su política de compras, BBVA requiere que los proveedores sean sometidos a un proceso de homologación para asegurar que cuentan con las capacidades productiva, técnica, financiera, de calidad y comercial que el Grupo precisa.

En los cuestionarios de homologación se incluyen preguntas específicas sobre el cumplimiento de los diez Principios del Pacto Mundial de

las Naciones Unidas, relativas a derechos humanos, trabajo, medio ambiente, y lucha contra la corrupción. Asimismo, se pide una declaración firmada del cumplimiento de dichos principios y de que la contratación de sus trabajadores se realiza respetando la legislación laboral vigente.

En 2007 se ha distribuido el Pacto Mundial de las Naciones Unidas a la mayor parte de proveedores en España (1.444). Para 2008, se incluirán los criterios de homologación aplicados en España en todos los cuestionarios de homologación del Grupo.

### Herramientas de gestión y aprovisionamiento.

BBVA Banco Francés dispone de herramientas electrónicas orientadas a conseguir un aprovisionamiento cada vez más eficiente y transparente. Cabe destacar la conexión electrónica de los sistemas de BBVA Banco Francés con sus proveedores a través de la plataforma de comercio electrónico ADQUIRA, compañía española de soluciones de negociación y aprovisionamiento líder en España.

Es una iniciativa conjunta de Telefónica, Repsol, Iberia y BBVA. Su objetivo es facilitar las relaciones comerciales entre empresas a través del comercio electrónico, fomentando la accesibilidad y la transparencia.



# GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

**BBVA Banco Francés ha desarrollado en la Argentina una Política Medioambiental en la que concreta su compromiso con el fomento del desarrollo sostenible, el respeto al medio ambiente y la aspiración a la "eficiencia", ratificando su adhesión al contenido del Pacto Mundial de Naciones Unidas y del Programa Medioambiental de las Naciones Unidas para Instituciones Financieras.**



## Política Medioambiental

El desarrollo sostenible es una prioridad para el Grupo BBVA que, como entidad financiera, ejerce una destacable influencia sobre el medio ambiente, ya sea a través del consumo de recursos naturales en el desarrollo diario de la actividad empresarial (impactos directos), o a través de las consecuencias que tiene para el medio ambiente los productos y servicios que ofrece la compañía, especialmente aquellos relacionados con la financiación de proyectos (impactos indirectos).

Para compatibilizar bajo un modelo de desarrollo sostenible las dimensiones económica, social y ambiental de la compañía, el Grupo cuenta desde 2003 con una política medioambiental que afecta a todas sus entidades y actividades. Esta política busca impulsar la integración efectiva de los criterios ambientales en el conjunto de actividades que desarrolla BBVA, haciendo de estos criterios un elemento diferencial y de ventaja competitiva. El comportamiento responsable con el entorno de todas las unidades y personas que forman parte del Grupo es la mejor muestra de este compromiso con el medio ambiente.

Los objetivos generales de esta política son:

- Eficiencia en el uso de los recursos naturales.
- Cumplimiento de la normativa vigente.
- Inclusión de criterios ambientales en el análisis de riesgos en operaciones financieras.
- Desarrollo de productos y servicios financieros

en materia ambiental.

- Influencia positiva en el comportamiento ambiental de los grupos de interés.

La compañía cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), que permite desarrollar la política descrita y mejorar el desempeño ambiental de manera continua.

Durante 2007 BBVA ha participado activamente en los foros de la Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente ([www.unepfi.org](http://www.unepfi.org)). Esta iniciativa es una alianza entre las Naciones Unidas y el sector financiero para promover el respeto ambiental y la sostenibilidad en las instituciones pertenecientes a dicho sector. A través de las actividades desarrolladas en el ámbito regional, de las cuales el Grupo forma parte, se trabaja para identificar y promover las mejores iniciativas que persigan la sostenibilidad en todas las operaciones llevadas a cabo en el sector.

BBVA Banco Francés asume el respeto al medio ambiente y la eficiencia en el uso de recursos naturales como una de las dimensiones de su responsabilidad corporativa

Con la finalidad de integrar los factores medioambientales en su estrategia, en su gestión y en su actividad, BBVA Banco Francés cuenta con una Política Medioambiental de carácter integral, que recoge el compromiso del Grupo con el respeto al medio ambiente y la eficiencia en el uso de re-

cursos naturales en todos los ámbitos de su actividad.

### **Impacto ambiental directo: ecoeficiencia**

Por medio del control periódico de los consumos de electricidad, agua, combustibles fósiles, residuos gestionados y emisiones generadas, se implantaron en BBVA Banco Francés mecanismos de reducción enmarcados dentro de planes de ecoeficiencia.

Con el objetivo de reducir el consumo de energía eléctrica, agua y gas se han implementado varias medidas tanto en Edificios centrales como en las sucursales.

### **Obras ejecutadas en los Edificios de Áreas Centrales**

**Climatización:** Se reemplazaron e instalaron nuevos equipos de aire acondicionado para lograr mayor rendimiento y menor consumo eléctrico. En algunos casos se instalaron equipos de volumen variable tipo VRV, que son de última generación y de menor consumo energético. Dos de los equipos reemplazados eran maquinas enfriadoras de 200 toneladas de refrigeración cada una, que funcionaban con freón 11, producto que esta prohibido por ser uno de los agentes que afectan directamente a la capa de Ozono.

**Iluminación:** Se reemplazaron todas las luminarias incandescentes por nuevos equipos de alta eficiencia que utilizan lámparas de bajo consumo tipo Dulux. Por otra parte, se realizó la instalación de sensores de presencia en las kitchenette y sanitarios de los edificios de áreas centrales, que permiten racionalizar el consumo eléctrico ya que se encienden las luminarias sólo cuando detectan la presencia de los usuarios. Este sistema, además de permitir reducir el consumo eléctrico, prolonga la vida útil de las luminarias. En este punto el aporte hacia la preservación del medio ambiente es doblemente efectivo, ya que también se reduce la cantidad de residuos generados por las luminarias agotadas.

**Sistema de supervisión y control de las instalaciones:** Con el fin de seguir optimizando y reduciendo el consumo de energía eléctrica en los

edificios centrales, en algunos de ellos se instaló un sistema de supervisión y control automático que permite:

- **Aire Acondicionado:** Encendido y apagado automático de los equipos de acuerdo a los horarios de ocupación de cada uno de los pisos, evitando el funcionamiento innecesario de los mismos. El control de encendido produce un importante ahorro de energía por cada hora limitada y prolonga la vida útil de los equipos. Asimismo se instaló un control de temperatura por piso, lo que permite minimizar los reclamos, ya que se logran temperaturas uniformes y agradables por piso (23 C° promedio), además de ahorrar un 6% de la energía que consume cada motocompresor por grado de temperatura solicitado en exceso.
- **Iluminación:** También en este caso, el sistema enciende y apaga en forma automática la iluminación por piso de acuerdo con los horarios de ocupación, evitando el derroche de energía y prolongando la vida útil de las lámparas.
- **Monitoreo on line:** el sistema permite el monitoreo on line de cada edificio volcado al sistema, de cada tablero de control de iluminación y de equipos de aire acondicionado. A su vez, permite controlar la variación de los parámetros de funcionamiento (encendido y apagado de cada unidad en forma independiente, variación de la temperatura por piso, y posibilidad de seleccionar a voluntad las funciones de refrigeración, calefacción, ventilación).

### **Obras realizadas en la red de sucursales**

En la red de sucursales se ha trabajado para disminuir el consumo de electricidad, reemplazando todas las luminarias incandescentes por nuevos equipos de alta eficiencia que utilizan lámparas de bajo consumo tipo Dulux. Con los equipos de aire acondicionado se trabajó en función de la obsolescencia de los mismos, reemplazándolos por equipos de menor consumo energético y de mayor eficiencia.

### **Servicio de Agua corriente y Gas natural**

**Agua:** Con el objetivo de optimizar y reducir del consumo del suministro, se realizó la instalación

de válvulas presostáticas en los sanitarios. Estos juegos automáticos permiten reducir del 30 al 77% el consumo de agua, evitando su desperdicio. Dichas válvulas reemplazaron los antiguos sistemas automáticos de mingitorios que derrochaban grandes cantidades de agua en forma permanente.

**Gas Natural:** En áreas centrales y sucursales se redujo la utilización de gas natural exclusivamente a los servicios de calefacción.

## Gestión de Residuos

**Reciclado de papel en desuso / utilizado:** De acuerdo a una comunicación interna emitida el 9 de Agosto de 2002, se practica una división de los residuos que genera cada oficina. Esto permite proceder al reciclado del papel a través de un proceso de destrucción y enfardado, que luego es vendido a una empresa dedicada a la compra de papel. El monto recaudado es destinado al Club del Banco.

**Reducción de desechos tecnológicos:** De acuerdo a una comunicación emitida el 6 de Abril de 2004, se implementó el recupero y reciclado de todos los cartuchos de tonners. Actualmente los cartuchos utilizados son enviados al sector de suministros, a través del correo interno, para su reciclado.

**Baterías:** El 90 % del parque de baterías que utiliza el Banco proviene de los equipos denominados UPS. Las mismas son retiradas y recicladas por los proveedores y mantenedores de las fuentes de energía ininterrumpibles (UPS). El porcentaje restante corresponde a baterías utilizadas por los grupos electrógenos. En este caso las baterías son retiradas y recicladas por los mantenedores.

## Control periódico de la contaminación ambiental

ART Consolidar y consultoras externas efectúan permanentes controles en las oficinas, en lo que respecta a: contaminación sonora, contaminación lumínica, calidad del aire, estudios fisicoquímicos y bacteriológicos en los almacenamientos de agua (tanques y expendedores de agua) y tratamiento de residuos. A su vez, realizan estudios de impacto ambiental de los edificios de áreas centrales.

## Emisiones atmosféricas

Respecto al uso de sustancias que agotan la capa de ozono, ninguna instalación de los edificios del BBVA Banco Francés contiene CFCs (clorofluorcarbonos) en los sistemas de refrigeración.

Mediante el fomento de la realización de videoconferencias, se redujo el número de viajes efectuados y, por tanto, las emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

En BBVA Banco Francés se reemplazó la utilización del gas Hálón, nocivo para la capa de ozono, en el sistema de extinción de incendio en Centros de Cómputos por el FM-200, el agente extintor más limpio, seguro y favorable ambientalmente que existe en el mercado.

## Gestiones futuras

**Clasificación de residuos:** En el transcurso de 2008 se solicitará autorización para la colocación de recipientes especiales para la separación y clasificación de residuos en todos los edificios, según el tipo de material que compongan a los mismos.

Los materiales que forman parte de los residuos son los siguientes:

- Materia orgánica, procedente de alimentos principalmente.
- Papel y cartón: periódicos, revistas, bolsas y embalajes.
- Plásticos, procedente de envases (vasos plásticos).
- Vidrio: botellas, etc.
- Metales: latas de gaseosas, etc.

**Proveedores:** se les solicitará a las Empresas del Servicio de Mantenimiento Integral en 2008 la siguiente información:

- Gases refrigerantes: porcentaje anual en Kg. de refrigerantes reciclados.
- Porcentaje anual en Kg. de refrigerantes contaminados que no se pueden reciclar, método de tratamiento o disposición final.
- Envases o contenedores de refrigerantes, cantidad anual y método de tratamiento o disposición final: Lubricantes (aceites y grasas).
- Porcentaje anual de productos reciclados en Kg.: Porcentaje anual en Kg. de productos que no

se pueden reciclar, método de tratamiento o disposición final:

- Filtros descartables, de aire y línea de líquido:
- Cantidad anual y el método de tratamiento final:
- Detergentes Industriales. Marcas y características físico química, de los productos y cantidad anual en litros utilizados.
- Baterías (de Generadores y/o Luminarias de Emergencia)
- Cantidad anual y método de tratamiento

### Lucha contra el cambio climático

Para el Grupo BBVA el cambio climático supone un desafío que conlleva tanto riesgos para el sector financiero como oportunidades reales a las que es preciso dar respuesta. En este contexto, el Grupo quiere consolidarse como una compañía comprometida y responsable en la búsqueda de soluciones que mitiguen y prevengan las consecuencias de este proceso de cambio climático. Por eso, el 2007 ha sido un año de trabajo en la suma a diversas iniciativas y en el desarrollo de productos y servicios que contribuyen a la protección del clima.

La adhesión voluntaria a dos iniciativas internacionales es ejemplo de ello:

- «Preocupados por el Cambio Climático: Plataforma de liderazgo empresarial»: Se trata de una iniciativa auspiciada de manera tripartita por el Programa de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible. El Grupo BBVA suscribió esta declaración que implica un compromiso para avanzar en la búsqueda de soluciones frente al cambio climático.
- Firma del Comunicado de Bali. La organización forma parte del grupo de firmantes de este documento cuyo propósito es mostrar la disposición de los líderes empresariales de afrontar el

### Riesgo Kioto<sup>(1)</sup>

Porcentaje y Millones de euros	2007	2006	2005
Total riesgo Kioto	2,36	2,15	3,24
Total riesgo Kioto	8.562	6.367	3.492

(1) Incluye todas aquellas financiaciones a empresas pertenecientes a alguno de los siete sectores que establece el Plan Nacional de Asignación de Emisiones de España.  
Alcance: Grupo BBVA.

problema del cambio climático y trabajar para encontrar soluciones dentro del marco legal de las Naciones Unidas.

Otras medidas desarrolladas en el 2007 por el Grupo para luchar contra el cambio climático son:

- Banca Corporativa Global ha financiado, por un valor de 100 millones de dólares, proyectos para la reducción de emisiones de carbono en Centroamérica. Esta iniciativa se desarrolla desde el 2005 a través de la sucursal del Grupo en Tokio (Japón) en colaboración con el Banco de Japón para la Cooperación Internacional (JBIC).
- En el 2007 el Banco Europeo de Inversiones ha elegido a BBVA para comercializar su emisión de bonos que contribuyen a financiar iniciativas de protección del clima. Gracias a esta medida se promueve el desarrollo de energías renovables y la eficiencia energética.
- En el 2007 BBVA España ha comenzado a ofrecer productos para ayudar a gestionar los derechos de emisión de los clientes pertenecientes a sectores industriales que están sujetos al cumplimiento del Protocolo de Kyoto.
- Adicionalmente, BBVA ha participado en el 2007 en Carbon Disclosure Project, iniciativa internacional de transparencia informativa sobre las implicaciones de las empresas en el cambio climático.

## Indicadores Medioambientales

BBVA Banco Francés	2006	2007	Consumo Acumulado 2005	Coefficiente Emision CO2	Emisiones CO2
Consumo de Agua	109.988	116.286	226.274 m <sup>3</sup>		
Consumo de Energía Eléctrica	31.386.291,30	32.100.073,00	63.486.364 Kw/h	0,309 * Kg CO2 / KWh (Argentina)	119.617.287 Kg CO2
Consumo Gas Natural	163.548,00	176.174,00	339.722 m <sup>3</sup>	1,93 Kg CO2 / m <sup>3</sup>	655.663 Kg CO2
Consumo Diesel (1)	9.980	13.200,00	23.180 l	2,68 Kg CO2 / l	62.122 Kg CO2
Kilómetros recorridos Flota vehículos Directivos	16.105,00	200.930,00	217.035 kms	0,14 Kg CO2 por pasaj/Km	30.385 Kg CO2
Kilómetros recorridos Flota vehículos Servicios	378.802,00	547.209,20	926.011 kms	0,184 Kg CO2 por pasaj/ Km	170.386 Kg CO2
Kilómetros recorridos Vehículos propiedad empleados	85.363,00	1.153.812,00	1.239.175 kms	0,184 Kg CO2 por pasaj/ Km	228.008 Kg CO2
Kilómetros recorridos Avión en tramos hasta 452 Kms	279.708,00	172.770,00	452.478 kms	0,18 Kg CO2 por pasaj/ Km	81.446 Kg CO2
Kilómetros recorridos Avión en tramos hasta 1.600 Kms	4.449.858,30	5.036.792,00	9.486.650 kms	0,126 Kg CO2 por pasaj/ Km	1.195.318 Kg CO2
Kilómetros recorridos Avión en tramos sup. A 1.600 Kms	4.766.496,00	6.947.616,80	11.714.113 kms	0,11 Kg CO2 por pasaj/ Km	1.288.552 Kg CO2

(1) No incluir consumo vehículos.

Materiales utilizados y valorizados	2007	2006
Papel A4	280738 Kg.	349347Kg.
Papel Oficio	22032 Kg.	22723,2 Kg.
Reciclado de papel	62410 Kg.	3970 Kg.
Videoconferencias	265,00	267,00
Tonners nuevos	4.425,00	6.337,00
Tonners reciclados	4.402,00	6.337,00

## COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

BBVA Banco Francés esta comprometido con el desarrollo social del país.



Total de recursos destinados a becas de integración

**\$400.000**

Niños beneficiados en Programa Becas de Integración

**172**

### Aspectos relevantes en la sociedad

El compromiso con la calidad de vida y el desarrollo de las comunidades en las que está presente constituye uno de los principios corporativos de Grupo BBVA. Este compromiso es el motor que impulsa a la acción de la compañía de muy diversas formas.

Como ha quedado de manifiesto a lo largo de todo este informe, la principal contribución del Grupo BBVA a la sociedad tiene lugar a través de su actividad empresarial habitual. Lo hace con los productos y servicios que ofrece y que repercuten positivamente en la sociedad en general y, en ciertos colectivos más desprotegidos, en particular. La creación de empleo y la atención a las necesidades de sus distintos grupos de interés son otros aspectos por los que la propia acción de la compañía tiene un impacto beneficioso en las comunidades en las que opera.

El Grupo canaliza su compromiso con la sociedad por medio de una intensa política de apoyo a la comunidad, con actuaciones específicas sin ánimo de lucro y orientadas a contribuir directamente al bienestar y a la satisfacción de necesidades básicas.

En esta línea Banco Francés define sus proyectos sociales ajustándose a las principales necesidades y condicionantes del entorno de la Repú-

blica Argentina, gracias a la estrecha relación mantenida con sus grupos de interés. La compañía focaliza sus esfuerzos en los ámbitos de actuación más próximos a su actividad, manteniendo siempre una alineación con la estrategia y gestión del Grupo.

Esta política general de compromiso con la comunidad constituye una destacada vertiente de la Responsabilidad Corporativa en BBVA y cada vez más, posee un carácter estratégico y sinérgico, siempre bajo las siguientes premisas:

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

### Acciones diseñadas por el grupo

Desde BBVA Banco Francés apoyamos las iniciativas del Grupo en toda América Latina con la difusión local y la participación de jóvenes y profesionales de las distintas áreas del Banco en la Argentina.

#### Ruta Quetzal

Ruta Quetzal BBVA es un proyecto multidisciplinario que aúna educación, cultura y formación de



las nuevas generaciones en el que han participado un total de 8.000 jóvenes, desde su primera edición en 1993. La Ruta es, sin duda, uno de los patrocinios que mejor enlaza con la visión de BBVA: Trabajamos por un futuro mejor para las personas, al compartir en la Ruta valores tan importantes como el esfuerzo, la solidaridad, la tolerancia, el respeto, la convivencia y la cooperación internacional entre personas de diferentes culturas.

En 2007 tuvo lugar la XXII edición de la Ruta Quetzal BBVA "La huella de la Nao de la China en México", que consistió en un recorrido por la costa del Pacífico en México para culminar en Bilbao, donde la expedición celebró el 150 aniversario del nacimiento del Grupo BBVA. Fueron seleccionados para esta edición seis estudiantes argentinos para integrar el contingente de 325 expedicionarios pertenecientes a 55 países. Este programa organizado y patrocinado por el Grupo BBVA fue declarado de Interés Universal por la UNESCO.

**Premio Fundación BBVA fronteras del conocimiento.**

Los Premios Fundación BBVA fronteras del conocimiento, lanzados a fines de 2007, pretenden hacer emerger el reconocimiento latente que existe en la sociedad hacia la comunidad científica por su aporte a la mejora de la vida. Para ello se han destinado 3,2 millones de euros. Los que los convierte en los segundos más importantes del mundo, sólo superados por los Premios Nobel por amplitud de disciplinas y dotación asignada. Tiene periodicidad anual y abarcan las siguientes categorías: Ciencias Básicas; Biomedicina; Ecología y Biología de la Conservación; Tecnologías de la Información y la

Comunicación; Economía, Finanzas y Gestión de Empresas; Arte; Cambio Climático; y Cooperación al Desarrollo, con una dotación de 400.000 euros para cada una.

Estos galardones reconocen la excelencia en investigación y creación, con un énfasis en proyectos de futuro que tengan incidencia en los grandes retos de la sociedad global del siglo XXI, como lo son sin duda el Cambio climático y la Cooperación al Desarrollo.

**Exposición de arte latinoamericano**

La exposición Arte Latinoamericano de la Colección BBVA que se inauguró en septiembre de 2007 en Madrid, ofreció un recorrido histórico desde las culturas precolombinas hasta las últimas décadas del siglo XX. La muestra abarcó una selección de 80 piezas procedentes de la Colección latinoamericana de BBVA representativas de América Andina prehispánica (hacia el 200 A. C.) del período precolombino, de la etapa de los virreinos y de los siglos XIX y XX.

Entre ellas se destacaron vasijas pertenecientes a la cultura Moche o Nazca, óleos como *Mujer sentada* de Diego Rivera, o esculturas en mármol como la de Lika Mutal.

Con Arte Latinoamericano en la Colección BBVA, el banco acerca a España las tendencias artísticas que se han ido sucediendo a lo largo de la historia en el sur y centro del continente americano, con especial énfasis en el arte desarrollado entre los siglos XVII y XX.

Parte del patrimonio de la Argentina que conforma la Colección BBVA de América Latina y que se seleccionó para participar de esta muestra, son obras maestras que pertenecen al BBVA Banco Francés y a la Fundación Banco Francés. Artistas de fines del siglo XIX como Cesáreo Bernaldo de Quirós con *"Paisaje Impresionista"* y del siglo XX, de la talla de Lino Enea Spilimbergo, con *"Figura de Muchacho"*, Ary Brizzi con *"Focus 47"*, Luis Seoane con *"Dos mujeres"*, Romulo Macció con *"Figuras"*, Carlos Alonso con *"El taller"* y Líbero Badiú con *"Ariadna"*.

La exposición "Colección BBVA de América Latina" se realizó en el Palacio del Marqués de

Salamanca, en la ciudad de Madrid, y permaneció abierta desde el 20 de septiembre al 9 de diciembre de 2007.

#### Fundación Carolina

Las fundaciones BBVA y Carolina conceden 22 becas en Medicina, Medio Ambiente y Economía y Finanzas a jóvenes licenciados latinoamericanos. El programa de formación, iniciado en 2002, ha recibido un total de 1.395 solicitudes para la edición 2008. La respuesta a la convocatoria muestra el éxito de esta iniciativa entre los jóvenes graduados. Todos ellos se incorporaron a distintos centros de excelencia repartidos en las comunidades autónomas españolas.

El programa de Medicina tiene ocho becarios. El programa de Medio Ambiente recibirá a diez licenciados y del programa Economía y Finanzas participarán cuatro jóvenes.

#### Acciones BBVA Banco Francés

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

BBVA está firmemente comprometido con las políticas de Responsabilidad Corporativa en todos los mercados donde opera. Dicho compromiso se enmarca dentro de su cultura corporativa y se resume en el lema de “BBVA, Trabajamos por un futuro mejor para las personas”.

A partir de 2007 el Plan de Acción Social del Grupo BBVA tiene un foco común: brindar ayuda para la educación infantil, básica o secundaria de sectores desfavorecidos y a concretar en cada país, para lo cual, ha destinado el 0,7% de las ganancias. Para ello se desarrolló una línea de actuación principal: el Programa Becas de Integración.

Este programa beneficia a más de 16 mil jóvenes y niños pertenecientes a los diez países participantes: Argentina, Chile, Colombia, México, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela. En cada país el programa se aplica en función de criterios locales de acuerdo a las necesidades específicas.

En la Argentina, el Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés tiene como obje-

tivo abordar el problema entre educación y pobreza, fortaleciendo la integración y la permanencia en el sistema educativo de los jóvenes de familias de bajos ingresos. Las acciones llevadas a cabo para lograr esto son: disminuir la deserción escolar, el ausentismo a clases y el índice de repitencia; elevar el rendimiento académico de los jóvenes; integrar a los jóvenes que quedaron fuera del sistema educativo, facilitándoles el desarrollo de habilidades técnicas; estimular la formación integral de los jóvenes; acompañar a las familias de los jóvenes en el proceso de escolarización; y fomentar los valores fundamentales de la educación y el esfuerzo personal.

El Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés se inició en la Argentina en 2007 y está coordinado por la Fundación Banco Francés. Mediante esta iniciativa la entidad asume la misión de disminuir el riesgo de perder la continuidad en los estudios de niños y adolescentes, otorgándole a cada beca un potencial que excede el aporte económico ofrecido.

Sus destinatarios son jóvenes entre 12 y 19 años, provenientes de familias de 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.

En 2007, primer año de funcionamiento del programa, se otorgaron un total de 172 becas a jóvenes y niños residentes en distintas localidades de la ciudad de Buenos Aires, del Gran Buenos Aires, y de San Marcos Sierra, provincia de Córdoba.

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 julio de 2007, el programa fue declarado de Interés Educativo Nacional por el Ministe-



rio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación por medio de la Resolución N° 836/07.

Para llevar adelante este programa se cuenta con tres actores imprescindibles: La Dirección de Relaciones Institucionales de BBVA Banco Francés, la Fundación 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 proceso de selección de beneficiarios comienza con la definición de las zonas y las ONG's con las que se formarán las alianzas, en función de los objetivos del programa y de las necesidades relevadas. Luego cada institución localiza los potenciales aspirantes a la beca, de acuerdo a los antecedentes que poseen.

Para acceder a las becas, los profesionales de la ONG aliada deben observar que los aspirantes cumplan los siguientes requisitos:

- No tener vínculo familiar con directivos de la ONG asociada.
- No estar percibiendo otra beca de estudios.
- Estar cursando el 6° año de EGB o el 9° año de ESB o nivel secundario.
- Tener entre 12 y 19 años.
- Demostrar interés, deseo y compromiso con el estudio.
- Pertener a una familia de bajos ingresos.
- Contar con un adulto que se haga responsable por el uso de la beca.
- Tener DNI argentino en vigencia.
- Otros por definir con la ONG asociada.

Las becas deberán ser al "mérito", para acercarse a un modelo que pugne por la promoción social del individuo y se distancie de las prácticas



meramente asistencialistas.

Definimos al mérito como el compromiso de estudio; esmero por acceder a buenas calificaciones, presentismo; actitud proactiva, acompañamiento familiar, una idea muy cercana al "esfuerzo" (que sin dudas se traducirá en "logro").

La selección se hará sobre la base de dos aspectos:

- Compromiso de la familia con la educación de niños y jóvenes.
- Desempeño escolar: asistencia, calificaciones, informe de los docentes.

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) que forman parte del programa en la Argentina y colaboran con el seguimiento y tutoría de cada becario son:

- En la Provincia de Buenos Aires: el Centro de Servicios para el Desarrollo Local -Asociación Civil-, del Barrio Las Tunas, Talar de Pacheco. la Fundación Claritas, en el Barrio Plátanos, de Berazategui y Cáritas San Isidro, en Tigre.
- En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: la Fundación Nuestra Señora de la Paz de Villa Lugano.

Entidades asociadas al Programa Becas para la integración BBVA Banco Francés		
Entidad	Localidad	Becarios 2007
Fundación Misionera María de la Esperanza	San Marcos Sierra - Córdoba	28
Cáritas San Isidro (La Lechería de la Solidaridad)	Tigre - GBA	16
Cáritas San Isidro (Centro Marcelino Champagnat)	Tigre - GBA	13
Cáritas San Isidro (Centro de Apoyo Familiar San Juan Bautista)	Tigre - GBA	11
Centro de Servicios para el desarrollo Local -Las Tunas-	Talar de Pacheco - GBA	23
Fundación Cláritas	Berazategui- GBA	40
Fundación Nuestra Señora de la Paz	Villa Lugano- Cdad. de Buenos Aires	41

- En la Provincia de Córdoba: Fundación Misionera María de la Esperanza, de San Marcos Sierra.

Asociados al Programa: Promediando 2007, BBVA Banco Francés y "Bodegas y Viñedos Casa Montes" firmaron un acuerdo con el objetivo de trabajar juntos para el bienestar de la comunidad en el área de la educación a través del Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés.

Mediante este acuerdo, Bodegas y Viñedos Casa Montes (ganador del Gran Premio Banco Francés al Emprendedor Agropecuario, en su edición 2006) y su importador europeo Gustoworld se comprometieron a donar parte de lo producido por la exportación de vino argentino a Europa. Con lo producido se constituyó un fondo de becas denominado Help People's Future, que está gestionado por la Fundación Cláritas.

### Premio al Emprendedor Agropecuario

El Premio al Emprendedor Agropecuario se ha constituido en "un clásico" del sector. Es un reconocimiento y un estímulo para aquellos empresarios, productores y profesionales del agro que han innovado en sus empresas y logrado una mejora en la rentabilidad debido a esa innovación.

El prestigio ganado por el Premio al Emprendedor Agropecuario fue logrado fundamentalmente por la labor transparente del Jurado a lo largo de las dieciocho ediciones realizadas.

La prueba más elocuente de este reconoci-

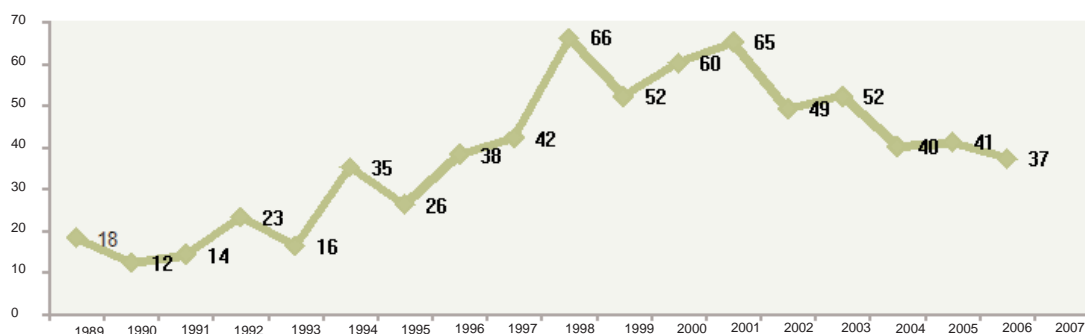


miento es la creciente participación de concursantes. En la primera edición que se llevó a cabo en 1989 se presentaron 18 trabajos, mientras que en la decimoctava se presentaron 37 trabajos, provenientes de casi todas las provincias del país. A lo largo de las diecisiete ediciones han sido evaluados más 670 trabajos.

Año tras año, el Jurado compuesto por las máximas autoridades de las entidades del sector agropecuario se enfrentó con una tarea ardua y compleja.

Los emprendedores que han concursado a lo largo de las distintas ediciones han demostrado que el hombre de campo argentino puede realizar

**Premio BBVA Banco Francés al Emprendedor Agropecuario, 18ª Edición, 2007**  
Cantidad de Concursantes por edición



sus emprendimientos de manera profesional, con ingeniosidad empresaria, calidad y eficiencia y estar abiertos a la incorporación de nuevas alternativas o técnicas de producción, en busca de una mejor calidad de vida y un mayor compromiso con la comunidad.

Rodeado de gran expectativa, el acto de entrega de premios genera una gran emoción, ya que hasta ese momento se desconoce quiénes son los ganadores.

En la Decimoctava Edición (2007) se entregaron el Gran Premio al Emprendedor Agropecuario y 10 distinciones en las cinco categorías en que se divide el certamen.

En esta edición se presentaron 37 trabajos, provenientes de 13 provincias: Buenos Aires, Córdoba, Corrientes, Chaco, Chubut, Entre Ríos, Formosa, Neuquén, San Luis, Salta, Santa Cruz, Santa Fe y Tucumán y se distinguió como siempre a aquellos empresarios, productores y profesionales del agro que, gracias a la aplicación de la innovación, han logrado una mejora en la rentabilidad de sus empresas.

Premios y Menciones: El Gran Premio correspondió a la categoría "actividad agropecuaria con orientación tecnológica y productiva" y le fue otorgada al señor Federico Calcagno por su trabajo "Pastoril Agropecuaria S.A. Cría y Cabaña en Formosa", de la provincia de Formosa, una empresa de productores de Córdoba con la necesidad de trasladar la producción ganadera de los campos con aptitud agrícola al norte del país.

El paquete tecnológico utilizado consiste en un programa de mejora genética con inseminación artificial o repaso con toros de alta calidad, instalación de diversas especies de pasturas adecuadas a las distintas condiciones de suelos, con desmalezados estratégicos, confección de reservas y cosecha de semilla para abaratar los costos de implantación, además de un manejo sanitario adecuado de los rodeos que suman 21 mil cabezas.

Las demás categorías en las que se otorgan premios y menciones fueron:

- 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.

Por otra parte, se otorgó una mención especial, fuera de competencia, por el Cuidado del Medio Ambiente.

### **Fundación Banco Francés.**

La Fundación Banco Francés es una institución sin fines de lucro que inició sus actividades en 1988 y es sustentada por BBVA Banco Francés.

Su objetivo general es contribuir con el mejoramiento del bienestar de la comunidad en su conjunto, para lo cual colabora con emprendimientos de ONG's relativos a la educación, la asistencia social y la promoción del arte como expre-



sión cultural de la comunidad, además desarrolla acciones de fomento de la actividad empresarial y de la responsabilidad corporativa.

Tiene como sede la "Casona Alsina" declarada Monumento Histórico Nacional, ubicada frente a las barrancas de Belgrano en la ciudad de Buenos Aires.

Se puede destacar entre sus actividades:

**Museo Libero Badii:** La Colección comprende esculturas de distintas épocas de la vida del artista, uno de los mayores representantes de la plástica argentina, e incluye gran parte de su producción en pinturas, dibujos, grabados y bocetos.

También se conservan algunos elementos y herramientas utilizadas por el artista a lo largo de toda una vida de creación, además de obras de



técnicas diversas, vitrinas con yesos, afiches y maderas policromadas.

La escultura de Badií está representada por obras realizadas entre 1942 y 1978.

La variedad de materiales utilizados en esta rama del arte enriquece aún más el patrimonio del Museo, como por ejemplo piezas en bronce, piedra, madera policromada, bocetos y originales en yeso de obra pasada al bronce.

La decisión de la Fundación de adquirir la obra del escultor Líbero Badií ha hecho del Museo un lugar de interés artístico privilegiado.

**Preservación de la Casona Alsina:** Este año se cumplió con otro de los objetivos del 2007, la preservación del estado edilicio de la Casona Alsina, Monumento Histórico Nacional y sede de la Fundación Banco Francés. A tal fin se culminó con el plan de restauración iniciado en el 2006 a partir del informe técnico elaborado por la Dirección General de Patrimonio del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. BBVA Banco Francés designó una partida presupuestaria especial para la realización de estas tareas.

**Apoyo a la biblioteca Las Tunas:** se continuó por cuarto año consecutivo con el apoyo al Centro de Servicios para el Desarrollo Local y la Biblioteca Las Tunas, de la localidad de Tigre, provincia de Buenos Aires. La donación entregada fue destinada para sustentar las actividades y fortalecer el funcionamiento de la biblioteca, que ha recibido este año más de 850 visitas de los miembros de la comunidad, sumándose además 30 nuevos socios. Se realizaron talleres de promoción de lectura para jóvenes voluntarios de las ludotecas de Las Tunas y otros barrios vecinos. Se dictó el curso

Clemente de Humanidades con contenidos de historia, literatura y filosofía a cargo de docentes de la Universidad de San Andrés y dirigido a jóvenes y adultos. También se dieron cursos de Desarrollo Espiritual y Ética, y de Historia del Arte.

**Programa Jug-Arte:** Por cuarto año consecutivo se realizó el Programa Jug-Arte. Se donaron materiales de plástica y juegos didácticos para la realización de talleres creativos de expresión artística dirigidos a niños y adolescentes internados en el Hospital de Clínicas José de San Martín. Participaron del mismo 83 niños y adolescentes de Capital Federal, Gran Buenos Aires, Córdoba, Chaco y Entre Ríos. En 2007 se realizó en paralelo a las actividades de los niños hospitalizados en terapia intensiva, un "Taller para Madres".

**Participación en "La Noche de los Museos":** la Fundación Banco Francés participó por cuarto año consecutivo en las actividades organizadas por la Secretaría de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a través de la Dirección General de Museos en el programa "La Noche de los Museos" y se recibió durante este evento la visita de 1.300 personas. Esta actividad atrajo el interés de los porteños y en especial de los jóvenes.

## Apoyo a Terceras Organizaciones

Con el fin de integrar la actuación del BBVA Banco Francés con la comunidad donde actúa en todo el territorio del país, se realizaron donaciones a Terceras Organizaciones que actúan en ámbitos educativos, de acción social, económica y promoción de RSE

**Ámbito Educativo:** En este ámbito el BBVA Banco Francés dio su apoyo a Terceras Organizaciones Educativas, entre las que podemos mencionar a Junior Achievement, Universidad San Andrés, Fundación Carolina y Fundación Cimientos.

- **Fundación Junior Achievement:** BBVA Banco Francés auspició por noveno año consecutivo diversos programas que desarrolla la Fundación Junior Achievement con el fin de colaborar con la educación de los jóvenes de la Argentina. Para ello BBVA Banco Francés dio su aporte a Programas de educación primaria y de educación se-

cundaria, como por ejemplo "Habilidades para el éxito", "La compañía" y "Socios por un día". Asimismo el BBVA Banco Francés es por segundo año consecutivo sponsor nacional de "Socios por un Día", un programa educativo que tiene como objetivo brindarle la posibilidad a estudiantes del último año de secundario de compartir un día de trabajo con un profesional de la carrera que tienen pensado estudiar.

Los programas fueron desarrollados en escuelas de las provincias de Córdoba, Santa Fe, Mendoza, Tucumán y Buenos Aires.

- Universidad San Andrés: El BBVA Banco Francés auspició a la XVI Cena Anual "Más oportunidades para una educación de calidad". Los fondos recaudados en el evento permitieron ofrecer nuevas oportunidades educativas a más de 90 estudiantes que no cuentan con los medios económicos necesarios. Asimismo se realizó un aporte al centro de Estudios de Empresas y Desarrollo Empresario.

- Fundación Carolina en Argentina : La Fundación promueve la cooperación en materia educativa, cultural y científica entre la Argentina y los países de Iberoamérica, mediante la oferta de Programas de Formación en España, el Programa Internacional de Visitantes destinado a fortalecer la cooperación entre ambos países, así como el apoyo a Líneas de Investigación y de Estancias Cortas de CeALCI. Los programas que pongan de manifiesto la Responsabilidad Social de las empresas son especialmente estimulados, mientras que el Programa de Publicaciones difunde la producción de prestigiosos intelectuales.

- Fundación Cimientos: La Fundación es una organización sin fines de lucro creada por un grupo de profesionales con la convicción de que la educación es la herramienta por excelencia para superar el círculo vicioso de la pobreza, falta de capacitación y exclusión social. El BBVA Banco Francés participó en la Cena Anual, en su 10 aniversario, donde el monto recaudado se destinó al programa de Becas escolares, proyectos educativos y publicaciones de la Entidad.

Ámbito de Acción Social: El BBVA Banco Francés realizó donaciones a distintas organizacio-

nes que desarrollan actividades de acción social, de donde se destacan las siguientes:

- Fundación Banco Francés: Esta Fundación recibe una donación mensual de BBVA Banco Francés.

- Parroquia Nuestra Señora de La Merced: Banco Francés realizó una donación para la restauración de la Parroquia.

- Catedral de San Isidro: El Banco Francés contribuyó con un aviso en el programa de la cena anual organizada para recaudar fondos para la restauración de la Catedral.

- UNICEF: El UNICEF Golf Tour Copa BBVA Banco Francés en su Decimosegunda Edición recaudó 83.270 pesos en concepto de "green fees" (inscripciones) durante la temporada, gracias a la colaboración de todos los golfistas. Los fondos recaudados fueron utilizados por UNICEF Argentina en programas destinados a mejorar la calidad de vida de los chicos de nuestro país. Funcionarios del BBVA Banco Francés fueron los encargados de entregar el cheque en el marco de la emisión del programa televisivo de Canal 13 "Un Sol para los Chicos" el sábado 11 de agosto.

BBVA Banco Francés viene acompañando este evento desde 2002 y se ha convertido en el "title sponsor", acumulando 7 años de colaboración ininterrumpidos con UNICEF.

- Fundación San Martín de Tours: BBVA Banco Francés realizó una donación para el Torneo de Tenis con el fin de recaudar fondos para la compra de medicamentos del programa que atiende a la desnutrición infantil.

Así mismo, participó en la Kermesse anual organizada por las mujeres de Colegio San Martín de Tours, donde los fondos recaudados se destinan a guarderías, talleres, comedores, farmacias comunitarias y salas de primeros auxilios de los barrios del Sol y Verde, Sagrada Familia y el Cebo en José C. Paz provincia de Buenos Aires.

- Obra del Padre Tomas Llorente: BBVA Banco Francés participó en el Torneo de Golf, con el propósito de recaudar fondos a total beneficio de la obra del Padre Tomas Llorente, dedicada a ayudar a familias de bajos ingresos de Manuel Alberti, partido de Pilar.

Ámbito Empresario y Económico: El BBVA Banco Francés dio su auspicio y patrocinio a distintas entidades empresarias. Las más importantes fueron:

- Cámara Española de Comercio de la República Argentina: El BBVA Banco Francés participó en el Torneo de Golf y dio su auspicio a la Cena de entrega de los Premios “Empresario del Año” y “Empresa Pyme del Año”.
- Fundación Mediterránea: Esta institución recibió del BBVA Banco Francés un aporte institucional para almuerzos con funcionarios públicos, análisis de situación política y económica. También fue sponsor de 30º aniversario que se llevó a cabo en la Provincia de Córdoba
- Fundación Capital: La fundación es un espacio de investigación apartidario y sin fines de lucro, dedicado al desarrollo de conocimientos, conceptos y herramientas que permiten optimizar la gestión en organizaciones públicas y de ámbito privado, con miras a promover el crecimiento con equidad. BBVA Banco Francés le concedió un aporte institucional para el ciclo de seminarios que realiza mensualmente esa Fundación.
- Fundación FIEL (Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas): es una institución privada e independiente sin fines de lucro, fundada en 1964, dedicada a la investigación económica. El BBVA Banco Francés dio su aporte institucional para las actividades que realiza esa fundación.

### **Promoción de Responsabilidad Corporativa**

**Foro Ecuménico Social:** En pos de la promoción de valores que hagan sostenible a la comunidad, BBVA Banco Francés continúa con la promoción difusión y participación en las actividades del Foro Ecuménico Social. Espacio que tuvo su origen en Argentina en el año 2001 y se ha propuesto exten-

der 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, ONG’s 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 se dictó la Cátedra Abierta de Responsabilidad Social y Ciudadana

**Premio al Emprendedor Solidario:** El Premio al Emprendedor Solidario que cumplió en 2007 su Sexta Edición, tiene como objetivo reconocer a empresas y ONG’s que hayan realizado acciones para el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad y estimular el espíritu solidario. Desde sus inicios en 2002 se presentaron 548 trabajos y se otorgaron 92 distinciones a empresas y ONG’s.

**Banco Mundial:** Participación como miembro del Comité de Evaluación del Programa de Pequeñas Donaciones 2007 “Innovación en Acceso y Uso de la Información Pública”.

**Secretaría de Política Sociales y Desarrollo Humano, Ministerios de Desarrollo Social de la Nación:** Miembro del comité directivo y del comité técnico del Consejo Empresario, en este período se participó en el ciclo de Formación de Emprendedores (FE), dirigidos a los emprendedores financiados por el plan nacional “Manos a la Obra”.

El objetivo de este ciclo fue generar un espacio de integración entre emprendedores y referentes de empresas para brindar herramientas de gestión que permitan a cada emprendedor analizar su situación actual y potencialidades de su actividad productiva. BBVA Banco Francés participó como facilitador voluntario en el módulo sobre ventas, marketing y desarrollo de productos en Campana y Capital Federal.

## Detalles de los proyectos en apoyo a la comunidad de BBVA Banco Francés

Nombre del proyecto	Aportación monetaria	Cesión de espacios y aportación en especie	Valor del tiempo	TOTAL
<b>Ciencias Sociales</b>				
Fundación Mediterranea	23,000	0	305	23,305
Fundación Capital	30,000	0	305	30,305
ComunicaRSE	4,000	0	92	4,092
Fundación FIEL	6,000	0	153	6,153
Fundación Libertad	12,000	0	305	12,305
Estudio Balter y Asociados.	2,000	0	153	2,153
Cámara Española de Comercio de la República Argentina	3,000	0	3,058	6,058
Cámara Española de Comercio de la República Argentina	5,460	0	305	5,765
Asociación de Hoteles de Turismo de la Republica Argentina	15,000	0	153	15,153
<b>Total</b>	<b>100,460</b>	<b>0</b>	<b>4,827</b>	<b>105,287</b>
<b>Formación</b>				
Junior Achievement	71,500	0	1,068	72,568
Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés	400,000	0	3,050	403,050
Tarjeta Recargable Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés		29,584		29,584
Foro Ecumenico Social	45,980	0	610	46,590
Círculo de Ajedrez Villa Martelli	2,000	0	153	2,153
Escuela Pierre Fermat	12,000	0	153	12,153
Mañana Profesional	3,800	0	153	3,953
Fundación Cimientos	5,000	0	458	5,458
Universidad San Andrés	20,000	0	153	20,153
Universidad San Andrés	12,000	0	305	12,305
Asociación Civil Voces y Ecos	3,000	0	153	3,153
Fundación Cláritas		110,000		110,000
Fundación Grupo Sophia	3,000	0		3,000
Fundacion Carolina	153,624	0	0	153,624
CUDES (Centro Universitario de Estudios)	1,000	0	153	1,153
Cenarsecs (Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social)	5,000	18,658	458	24,116
Colegio Carmen Arriola de Marin	20,000	0	153	20,153
Club Europeo	3,000	0	153	3,153
CLAYSS (Centro latinoamericano de aprendizaje y servicio solidario)	1,800	0	305	2,105
<b>Total</b>	<b>762,704</b>	<b>158,242</b>	<b>7,473</b>	<b>928,419</b>
<b>Promoción de la responsabilidad social</b>				
Pacto Global	0	0	458	458
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>458</b>	<b>458</b>

## Detalles de los proyectos en apoyo a la comunidad de BBVA Banco Francés

	Aportación monetaria	Cesión de espacios y aportación	Valor del tiempo	TOTAL
<b>Asistencia social</b>				
Parroquia Nuestra Señora de La Merced	20,000	0	153	20.153
Catedral de San Isidro	3,000	0	153	3.153
Asociación de amigos de la Avenida Corrientes	480	0	153	633
Banco Mundial	0	0	153	153
UNICEF	83,270	0		83.270
Revista Cristo Vive	1,400	0	153	1.553
Secretaria de Política Sociales y Desarrollo Humano- Ministerio de Desarrollo Social de la Nación	0	0	305	305
Fundapaz (Fundación para el desarrollo en Justicia y Paz)	5,000	0	153	5.153
Fundación Nordelta	1,500	0	153	1.653
Equipo San José	1,000	0	152	1.152
Amigos del Pilar	8,000	0	153	8.153
Fundación Por Pilar	8,000	0	153	8.153
Solidagro	2,000	0	153	2.153
Fundación Obra del Padre Llorente	12,000	0	305	12.305
EMA (Esclerosis Múltiple Argentina)	3,000	0	305	3.305
Fundación Tzedaká	4,000	0	305	4.305
Donación Policia Federal	44,920	0	153	45.073
Fundación Vasco Argentina	15,000	0	153	15.153
Fundación San Martin de Tours	1,000	0	153	1.153
Fundación San Martin de Tours	3,500	0	153	3.653
<b>Total</b>	<b>217,070</b>	<b>0</b>	<b>3.507</b>	<b>220.577</b>
<b>Otros campos y gastos de estructura de las Fundaciones</b>				
Premio Emprendedor Agropecuario	65,078	0	6.100	71.178
Premio Emprendedor Agropecuario	250,000	0	3.050	253.050
Camaras y Asociaciones	32,000	0	763	32.763
Coste gestión dedicado a actividades sociales		72.712		72.712
<b>Total</b>	<b>347,078</b>	<b>72.712</b>	<b>9.913</b>	<b>429.703</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,427,312</b>	<b>230.954</b>	<b>26.177</b>	<b>1.684.443</b>
<b>PROMEMORIA</b>				
Fundación Banco Francés	618,000	0	3.965	621.965
<b>TOTAL</b>	<b>2.045.312</b>	<b>230.954</b>	<b>30.142</b>	<b>2.306.408</b>



## Detalles de los proyectos en apoyo a la comunidad de Fundación BBVA Banco Francés

Nombre del proyecto	Aportación monetaria	Cesión de espacios y aportación	Valor del tiempo	TOTAL
<b>Ciencias sociales</b>				
CMS - Credit Management Solutions.	0	36.000	1.667	37.667
Acto de entrega Premio Emprendedor Agropecuario BBVA Banco Francés	0	2.250	96	2.346
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>38.250</b>	<b>1.763</b>	<b>40.013</b>
<b>Formación</b>				
Centro de Servicio de Desarrollo Local Las Tunas	13.400	0	641	14.041
Centro de Servicio de Desarrollo Local Las Tunas	0	0	160	160
Fundación Leer	0	2.250	192	2.442
APAER - Asociación Civil Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales	0	33.750	1.443	35.193
Comunia	0	11.250	128	11.378
Asociación Olimpiada Argentina de Filosofía	1.320	2.250	192	3.762
Asociación Olimpiada Argentina de Filosofía	870	0	96	966
Bodegas y Viñedos Casa Montes	0	2.250	96	2.346
Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés	0	0	54.534	54.534
<b>Total</b>	<b>15.590</b>	<b>51.750</b>	<b>57.484</b>	<b>124.824</b>
<b>Salud</b>				
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Promoción de la responsabilidad social</b>				
CENARSECS - Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresaria y Capital Social.	0	0	321	321
Pacto Global	0	0	641	641
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>962</b>	<b>962</b>
<b>Asistencia social</b>				
Dignidad Asociación Civil - Proyecto Mujeres 2000	2.250	0	96	2.346
Programa Jug-Arte. (Hospital de Clinicas José de San Martín)	1.804	0	641	2.445
SONEPSA - Sociedad de Neuropsicología de Argentina	0	9.000	192	9.192
KLIK Mental Fitness	512	2.250	96	2.858
La Crujía Ediciones	620	2.250	96	2.966
CILSA - Centro de Investigación Libre y Solidario de Argentina	300	2.250	192	2.742
CEA - Centro de Estudios y Acción para el Desarrollo de la Comunidad Sorda.	100	2.250	96	2.446
Donación de equipos de computación	0	0	5.322	5.322
Parroquia Santa Lucía, Godoy Cruz - Peía. de Mendoza.	0	0	64	64
Banco Mundial	0	0	160	160
Secretaría de Política Sociales y Desarrollo Humano - Ministerio de Desarrollo Social de la Nación	0	0	385	385
<b>Total</b>	<b>5.586</b>	<b>18.000</b>	<b>7.342</b>	<b>30.928</b>
<b>Medio ambiente</b>				
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

### Detalles de los proyectos en apoyo a la comunidad de Fundación BBVA Banco Francés

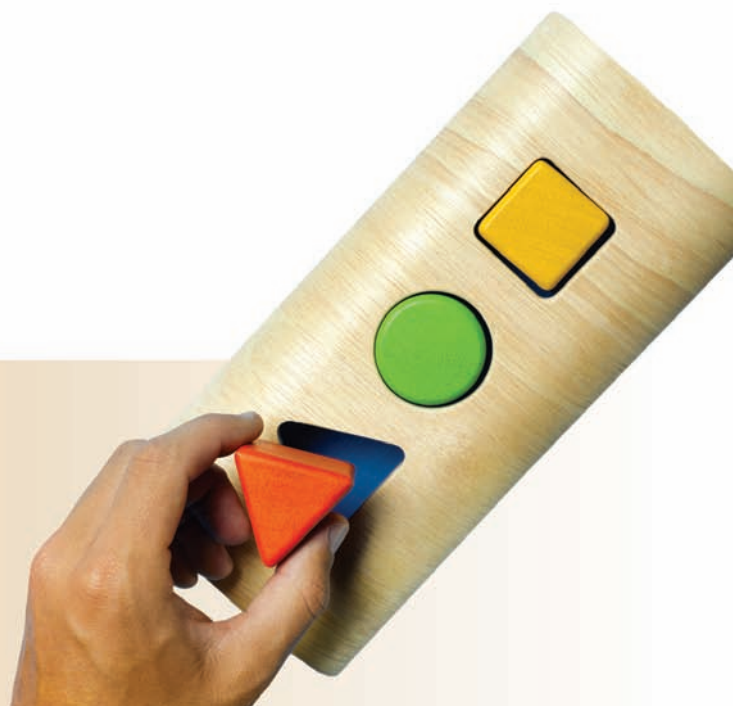
Nombre del proyecto	Aportación monetaria	Cesión de espacios y aportación	Valor del tiempo	TOTAL
<b>Cultura</b>				
Instituto Filadelfia de Estudios Avanzados	2.855	22.500	1.282	26.637
Exposición Colección BBVA de América Latina en España.	0	0	802	802
Murales cerámicos en honor a Líbero Badii	0	0	641	641
Programa La Escuela y el Museo	0	0	3.014	3.014
Programa de Promoción Colección Badii (Visitas guiadas especiales en Museo Badii)	0	0	128	128
Dirección Gral. de Museos de la Ciudad de Buenos Aires (Noche de los Museos 2006)	4.090	0	962	5.052
Programa de preservación del patrimonio arquitectónico - Casona Alsina	165.750	0	3.206	168.956
<b>Total</b>	<b>172.695</b>	<b>22.500</b>	<b>10.035</b>	<b>205.230</b>
<b>Otros campos y gastos de estructura de las Fundaciones</b>				
	424.129	0	0	424.129
<b>Total</b>	<b>424.129</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>424.129</b>
<b>TOTAL</b>	<b>618.000</b>	<b>130.500</b>	<b>77.585</b>	<b>826.085</b>

### Detalles de los proyectos en apoyo a la comunidad de Servicios de Estudios Económicos

Nombre del proyecto	Nº de proyecto	Aportación monetaria	Cesión de espacios y aportación	Valor del tiempo	TOTAL
<b>Ciencias sociales</b>	2600 ejemplares	45.709,60		111.774,00	157.483,60
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>45.709,60</b>	<b>0,00</b>	<b>111.774,00</b>	<b>157.483,60</b>
<b>Formación</b>	2 presentaciones				
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Salud</b>					
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Promoción de la responsabilidad social</b>					
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Asistencia social</b>					
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Medio ambiente</b>					
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Cultura</b>					
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Otros campos y gastos de estructura de las Fundaciones</b>					
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>0,00</b>	<b>45.709,60</b>	<b>0,00</b>	<b>111.774,00</b>	<b>157.483,60</b>

La fecha de cierre de estos resultados corresponde al 18/02/2008.

## VOLUNTARIADO



El plan de voluntariado en la Argentina complementa al programa Becas de Integración BBVA, con el objetivo de que todos los empleados puedan colaborar para ampliar la cantidad de beneficiarios de las becas, logrando que más chicos puedan continuar con sus estudios.

Voluntarios BBVA tiene por objetivo continuar luchando contra la deserción escolar de los

chicos y que los empleados se sientan partícipes y protagonistas de este importante desafío porque “para mejorar el mundo hay que empezar con los que tenemos cerca”.

En noviembre de 2007 se abrió una cuenta corriente a nombre de Fundación Cláritas que será utilizada para que los empleados realicen sus donaciones al Fondo de Becas.

# PACTO MUNDIAL



En el año 2002 el Grupo BBVA firmó su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa multisectorial orientada a promover la responsabilidad empresarial. El pacto promueve el compromiso social de las empresas a través de diez principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción. Las entidades que se suman de forma voluntaria a esta alianza se comprometen a incorporar estos principios en su estrategia empresarial.

Desde el 2002, Grupo BBVA ha elaborado anualmente un informe de Progreso comunicando la implementación en la organización de los Principios y las acciones emprendidas para su cumplimiento.

En el 2004 se unieron a esta iniciativa BBVA Banco Francés, BBVA Bancomer, BBVA Colombia y BBVA Banco Continental. Como muestra adicional de su compromiso con la promoción y difusión de los diez principios, BBVA forma parte del Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM), la red española de empresas suscritas al Pacto Mundial, una organización de la que ya forman parte más de 500 entidades.

Asimismo, cabe destacar que, en el 2007, Grupo BBVA participó en la Cumbre de Líderes del Pacto Mundial que tuvo lugar en el mes de

julio. Esta cumbre, que se convoca cada tres años, es un encuentro que reúne a los máximos directivos de empresas del pacto para lograr compromisos de futuro. El fruto de esta última convocatoria fue el documento Preocupados por el Cambio Climático: Plataforma de liderazgo empresarial que insta a trabajar activamente en la lucha contra el cambio climático. De las 153 compañías de todo el mundo que suscribieron dicho acuerdo, 14 eran españolas. Grupo BBVA era una de ellas.

Para más información sobre el Informe de Progreso completo del 2007, consultar: [www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org).

## Objetivos de desarrollo del milenio

En el año 2000 la Organización de Naciones Unidas (ONU) a través de la Declaración del Milenio, estableció en el horizonte del año 2015 los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) cuyo logro debería conseguirse no sólo con la participación de los organismos internacionales y los gobiernos, sino también con la implicación del sector privado.

El Grupo BBVA y específicamente en el caso argentino de BBVA Banco Francés, se siente plenamente comprometido con el reto que establece Naciones Unidas y contribuye al cumplimiento de los Objetivos mediante diferentes líneas de acción.

## BBVA y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Categorías	Principio
Derechos humanos	<p><b>Principio 1</b> Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.</p> <p><b>Principio 2</b> Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.</p>
Trabajo	<p><b>Principio 3</b> Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.</p> <p><b>Principio 4</b> Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.</p> <p><b>Principio 5</b> Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.</p> <p><b>Principio 6</b> Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.</p>
Medio ambiente	<p><b>Principio 7</b> Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.</p> <p><b>Principio 8</b> Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p> <p><b>Principio 9</b> Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.</p>
Lucha contra la corrupción	<p><b>Principio 10</b> Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.</p>

Fuentes de las correspondencias entre los principios del Pacto Mundial. ([www.globalreporting.com](http://www.globalreporting.com))

## Los Objetivos del Milenio en BBVA

Objetivos del Milenio	Iniciativa principal de BBVA <sup>(1)</sup>
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.	No existen iniciativas específicas.
2. Lograr la enseñanza primaria universal.	Plan marco de Acción Social de BBVA para América Latina.
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer	Acuerdo de igualdad y conciliación y vida familiar y laboral.
4. Reducir la mortalidad infantil.	No existen iniciativas específicas.
5. Mejorar la salud materna.	No existen iniciativas específicas.
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo	No existen iniciativas específicas.
7. Garantizar las sostenibilidad del medio	Gestión del pacto ambiental indirecto a través de los principios de Ecuador
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo	Iniciativa del FRC de difusión de los objetivos del milenio

(1) Se destacan las iniciativas más importantes de cada objetivo.

## Premios nacionales

BBVA Banco Francés obtuvo el Premio Jerry Goldenberg a la Excelencia en las Comunicaciones. tarjetas "Estoy mirando"

BBVA Banco Francés fue finalista del Premio Lápiz de Platino en los 3 últimos años.

Asuntos relevantes 2007	Lineas de trabajo
POLITICAS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	Desarrollo del informe anual de RC Adhesión y cumplimiento de los acuerdos internacionales.
PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERES	Comunicación permanente a los Grupos de Interés.
ORIENTACION AL CLIENTE	Mejorar y desarrollar nuevos canales de accesibilidad de servicios financieros a todos los colectivos. Trabajo puntual sobre el mejoramiento de satisfacción de nuestros clientes.
INCLUSIÓN FINANCIERA	Facilitar la inclusión financiera a colectivos desfavorecidos.
FINANZAS RESPONSABLES	Mejoramiento del modelo de gestión de riesgo de lavado de activos.
OFERTA DE OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES	Desarrollo de Productos y Servicios para PYMES.
GESTION RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	Aplicación de la encuesta de clima laboral. Continuar con la evaluación por objetivos. Creación de nuevas iniciativas para desarrollo profesional de los empleados.
COMPRAS RESPONSABLES	Aplicación de la herramienta de gestión y aprovisionamiento ADQUIRA.
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	Mejorar la cobertura del Plan de Acción Social. Firma de convenios y alianzas con organizaciones que desarrollen acciones de carácter social sostenibles y de alto impacto.

## Los Objetivos del 2008

- Creación del Comité de Responsabilidad Corporativa.
- Avanzar en la difusión de los acuerdos internacionales firmados por BBVA Banco Francés.
- Aplicación de encuesta de satisfacción a grupos de interés.
- Desarrollo de modelos de negocio que favorezcan el acceso de servicios financieros a colectivos desfavorecidos.
- Velar para que los índices de gestión de BBVA logren mayor efectividad operativa al interior de la organización, buscando optimizar el capital, el talento humano y el recurso físico.
- Ampliar la cobertura geográfica del Plan de Acción Social.
- Incrementar significativamente el número de beneficiarios del programa "Becas de Integración BBVA".
- Desarrollo del plan de Voluntariado en los empleados.
- Desarrollar el Informe de Responsabilidad Corporativa.
- Interiorizar en el Banco las actuaciones del BBVA como una empresa responsable en todos los ámbitos de actuación.
- Avanzar en el sistema de homologación de proveedores.

Indicadores de Responsabilidad Corporativa		
Valor económico generado distribuido	2007	2006
<b>ECONÓMICOS</b>		
Beneficio por acción	0.50	0.38
Capitalización bursátil	\$3.865.163	\$4.430.796
<b>SOCIALES</b>		
Número promedio de días en resolver una reclamación	19,7	24,0
Mujeres en puestos directivos, Comité de Dirección y Directores Corporativos	7	10
Diversidad hombres y mujeres (%)	60/40	61/39
Rotación no deseada de la plantilla (%)	1.48	2.48
Cantidad de horas de participación en formación anual	150.371	173.649
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido (%)	0.7	0
<b>MEDIOAMBIENTALES</b>		
Consumo Papel por empleado (kg)	90,88 kg	82 kg
Consumo Agua (m3)	66,416	10.980
Electricidad (kwh)	30.605.778,9	31.166.831,0

**Tabla GRI**

	Página
<b>1. Visión y estrategia Páginas</b>	
1.1 Declaración del máximo responsable	1
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	N/D
<b>2. Perfil</b>	
<b>Perfil de la organización</b>	
2.1 Nombre de la organización.	3
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	3, 14
2.3 Estructura operativa	3
2.4 Localización de la sede principal	(1)
2.5 Países en los que opera	(2)
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	(3)
2.7 Mercados servidos.	14
2.8 Dimensiones de la organización informante.	2, 5, 11, 61
2.9 Cambios significativos del periodo	N/D
2.10 Premios y distinciones recibidos.	59
<b>3. Parámetros de la Memoria</b>	
<b>Perfil de la Memoria</b>	
3.1 Periodo cubierto por la información.	2
3.2 Fecha de la Memoria anterior más reciente.	N/A
3.3 Ciclo de presentación de memorias.	2
3.4 Punto de contacto para cuestiones de la memoria.	68
<b>Alcance y cobertura de la Memoria</b>	
3.5 Proceso de definición del contenido.	N/D
3.6 Cobertura de la Memoria.	2
3.7 Existencia de limitaciones de alcance.	N/D
3.8 Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	N/D
3.9 Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	2
3.10 Efectos de las correcciones de información de informes anteriores.	N/A
3.11 Cambios significativos respecto a períodos anteriores sobre alcance y cobertura.	N/A
<b>Índice del contenido GRI</b>	
3.12 Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web.	62-66
<b>Verificación</b>	
3.13 Política y práctica sobre verificación externa.	N/D
<b>4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés</b>	
<b>Gobierno</b>	
4.1 Estructura de gobierno.	N/D
4.2 Características de la presidencia del Consejo	N/D
4.3 Consejeros independientes o no ejecutivos.	N/D
4.4 Comunicación entre accionistas y empleados, y el máximo órgano de gobierno.	12-13, 30
4.5 Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	N/D
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	N/D
4.7 Capacitación de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad.	N/D
4.8 Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad	6, 8-10
4.9 Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo.	6-8
4.10 Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad.	N/D



Tabla GRI

	Página
<b>Compromisos con iniciativas externas</b>	
4.11 Principio de precaución.	42
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad.	44-57
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación.	9-10
<b>Participación de los grupos de interés</b>	
4.14 Relación de grupos de interés de la organización.	12-13
4.15 Procedimiento para la definición de los grupos de interés.	12-13
4.16 Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés.	12-13
4.17 Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés.	N/D
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>	
<b>Desempeño económico</b>	
EC1 (P) Principales magnitudes económicas	2, 5, 11
EC2 (P) Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	42
EC3 (P) Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	N/D
EC4 (P) Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N/D
<b>Presencia en el mercado</b>	
EC5 (A) Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	N/D
EC6 (P) Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales.	N/D
EC7 (P) Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales.	N/D
<b>Impactos económicos indirectos</b>	
EC8 (P) Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público.	N/D
EC9 (A) Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos.	44-56
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE</b>	
<b>Empleo</b>	
LA1 (P) Desglose de empleados por tipo empleo, contrato y región.	27
LA2 (P) N° total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	27
LA3 (A) Beneficios sociales para empleados con jornada completa.	31-35
<b>Relaciones empresa/trabajadores</b>	
LA4 (P) Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	35
LA5 (P) Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos	N/D
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>	
LA6 (A) Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud.	N/D
LA7 (P) Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y n° de víctimas mortales.	27, 35-36
LA8 (P) Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves.	N/D
LA9 (A) Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	35-36
<b>Formación y educación</b>	
LA10 (P) Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	29
LA11 (A) Programas de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores.	27-29
LA12 (A) Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	28
<b>Diversidad e igualdad de oportunidad</b>	
LA13 (P) Órganos de gobierno corporativo y plantillas, por sexo, edad, pertenencia minoría.	N/D
LA14 (P) Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional.	N/D
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS</b>	
<b>Prácticas de inversión y abastecimiento</b>	
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.	37-38
HR3 (A) Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos.	27

Tabla GRI

	Página
<b>No discriminación</b>	
HR4 (P) N° total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	N/D
<b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>	
HR5 (P) Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras.	9, 35
<b>Explotación infantil</b>	
HR6 (P) Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras.	9
<b>Trabajos forzados</b>	
HR7 (P) Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras.	9
<b>Prácticas de seguridad</b>	
HR8 (A) Porcentaje del personal de seguridad formado en derechos humanos.	N/D
<b>Derechos de los indígenas</b>	
HR9 (A) N° total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	N/A
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD</b>	
<b>Comunidad</b>	
S01 (P) Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades.	44-56
<b>Corrupción</b>	
S02 (P) Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción.	N/D
S03 (P) Porcentaje empleados formados en anti-corrupción.	N/D
S04 (P) Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	N/D
<b>Política pública</b>	
S05 (P) Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	N/D
S06 (A) Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	N/D
<b>Comportamiento de competencia desleal</b>	
S07 (A) N° total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	N/D
<b>Comportamiento normativa</b>	
S08 (P) Valor monetario de sanciones, multas y n° total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes.	N/D
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>	
<b>Salud y seguridad del cliente</b>	
PR1 (P) Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	N/A
PR2 (A) N° total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios.	N/D
<b>Etiquetado de productos y servicios</b>	
PR3 (P) Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios.	N/D
PR4 (A) N° total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	N/D
PR5 (A) Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.	15-21
<b>Comunicaciones de marketing</b>	
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
<b>Privacidad del cliente</b>	
PR8 (A) N° total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	16
<b>Cumplimiento normativo</b>	
PR9 (P) Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y el uso de productos y servicios.	N/D
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</b>	
<b>Materiales</b>	
EN1 (P) Materiales utilizados, por peso o volumen.	N/D
EN2 (P) Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	43

Tabla GRI	
	Página
<b>Energía</b>	
EN3 (P) Consumo directo de energía por fuentes primarias.	43
EN4 (P) Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.	43
EN5 (A) Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	43
EN6 (A) Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía.	39-42
EN7 (A) Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía.	39-42
<b>Agua</b>	
EN8 (P) Captación total de agua por fuentes.	43
EN9 (A) Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	N/D
EN10 (A) Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	40-41
<b>Biodiversidad</b>	
EN11 (P) Terrenos en propiedad, arrendados o gestionados de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas.	(4)
EN12 (P) Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos de alto biodiversidad.	(4)
EN13 (A) Hábitats protegidos o restaurados.	N/D
EN14 (A) Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	N/D
EN15 (A) N° de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	N/D
<b>Emisión, vertidos y residuos</b>	
EN16 (P) Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	43
EN17 (P) Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	43
EN18 (A) Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	39-42
EN19 (P) Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	(4)
EN20 (P) NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	(4)
EN21 (P) Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	(4)
EN22 (P) Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	(4)
EN23 (P) N° total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	(4)
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.	N/D
<b>Productos y servicios</b>	
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.	(4)
<b>Cumplimiento normativo</b>	
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.	N/D
<b>General</b>	
EN30 (A) Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	N/D
<b>SUPLEMENTOS SECTORIALES</b>	
FS1 Políticas con componentes ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas.	6-11, 24
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.	27-29
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.	N/D

## Tabla GRI

	Página
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 auditorias 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.	N/D
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
FS1 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.	3-4, 14-15
FS15 Políticas para el diseño justo y venta de productos y servicios financieros.	25
FS16 Iniciativas para realzar la educación financiera por tipo de beneficiario.	14-15
<p>N/D: no disponible                      N/A: no aplica                      (1) Buenos Aires, Argentina.                      (2) Argentina.                      (3) Sociedad Anónima.                      (4) No material para el Grupo BBVA.</p>	

**COP 2007**

La siguiente tabla (en base al documento realizado por el Pacto Global de Naciones Unidas y la Iniciativa de Reporte Global, "Estableciendo la conexión") muestra nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas; a través de nuestro desempeño económico, social y ambiental durante 2007.

	Relevancia Directa	Relevancia Indirecta	Páginas IARC
<b>Derechos Humanos</b>			
No 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos	HR1-9	LA4, LA13, LA14 ; S01	9, 27, 35, 37-38
No 2. No ser cómplice de abusos de los derechos	HR1 - 2, HR8		37-38
<b>Condiciones laborales</b>			
No 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva	HR5; LA4, LA5		9, 35
No 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio	HR7	HR1-3	9, 27, 37-38
No 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil	HR6	HR1-3	9, 27, 37-38
No 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación	HR4; LA2, LA13, LA14	HR1, 2; EC5, EC7; LA3	27, 31-35, 37-38
<b>Medio Ambiente</b>			
No 7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales	4.11	EC2	42
No 8. Promover mayor responsabilidad medioambiental	EN2, EN 5 - 7, EN10, EN13 14, EN18, EN 21 22, EN 26 - 27, EN30	EC2; EN1, EN3 - 4, EN8 9, EN 11 - 12, EN 15-17 EN19 - 20, EN 23-25, EN 28 - 29; PR3 - 4	39-42,43
No 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente	EN2, EN 5 - 7, EN 10, EN 18, EN 26 - 27		39-42, 43,
<b>Anti-corrupción</b>			
No 10. Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad	S02-4	S05-6	*

(\*) Ver página 8, Comité y Sub-Comité de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.

**Realización**  
BBVA Banco Francés  
Dirección de Relaciones Institucionales

**Diseño**  
MFA / Marketing Fulfillment Agency  
[www.mfa-marketing.com](http://www.mfa-marketing.com)

**Elaboración de Tabla GRI y revisiones finales**  
ReporteSocial.com  
[www.reportesocial.com](http://www.reportesocial.com)

**Consultas**  
[direc\\_rel\\_inst@bancofrances.com.ar](mailto:direc_rel_inst@bancofrances.com.ar)