

Informe Anual de  
Responsabilidad Corporativa  
**IARC 2010**

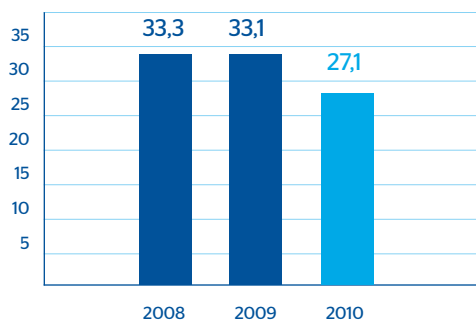


# Datos relevantes

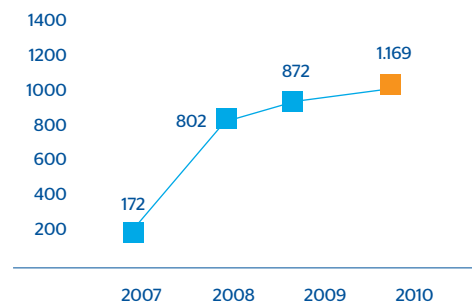
BBVA Banco Francés S.A., fue constituida bajo el nombre de Banco Francés del Río de la Plata S.A. el 14 de octubre de 1886, sumando más de un siglo de experiencia como líder en la prestación de servicios financieros y no financieros en nuestro país. Durante 1996, el Banco Bilbao Vizcaya S.A. (actualmente Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.) se transformó en el accionista mayoritario de Banco Francés S.A.. Asimismo, el 11 de agosto de 1997 Banco Francés S.A. adquirió el 71,75% del capital accionario de Banco de Crédito Argentino S.A. y se completó la fusión de los dos bancos con su inscripción final en el Registro Público de Comercio el 5 de marzo de 1998. Finalmente, en la asamblea ordinaria y extraordinaria de accionistas celebrada el 27 de abril de 2000, se aprobó una Resolución para cambiar nuestro nombre por el de BBVA Banco Francés S.A.

Actualmente el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, es un grupo global de servicios financieros que tiene una posición destacada en España y América Latina y una creciente presencia en Estados Unidos y Asia. Opera en 32 países, emplea a más de 100.000 personas en todo el mundo, atiende a aproximadamente 47 millones de clientes y cuenta con más de 884.000 accionistas.

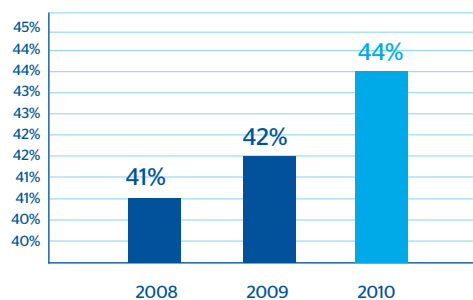
**Consumo de Energía Eléctrica (millones de KWh)**



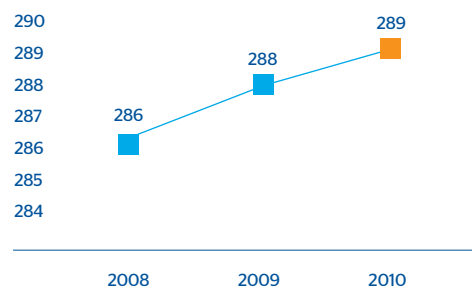
**Cantidad de Becas de Integración**



**Porcentaje de empleadas mujeres**



**Número de Sucursales**



| VALOR ECONOMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO <sup>(1)</sup><br>(en millones de pesos arg)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2010           | 2009           | 2008           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Valor económico generado (VEG)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>4.389,5</b> | <b>3.703,1</b> | <b>2.401,0</b> |
| Ingresos Financieros                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 3.265,9        | 3.016,4        | 1.979,8        |
| Otros Ingresos Operativos Netos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 1.190,0        | 984,6          | 792,3          |
| Otras ganancias y pérdidas netas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | -66,4          | -297,9         | -372,3         |
| TOTAL (por productos y servicios y otros ingresos)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 4.389,5        | 3.703,1        | 2.401,0        |
| <b>Valor económico distribuido (VED)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>3.995,3</b> | <b>3.464,7</b> | <b>2.179,5</b> |
| Accionistas: Dividendos en efectivo <sup>(2)</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 804,0          | 480,0          | 35,0           |
| Accionistas: Dividendos en acciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | -              | -              | 65,0           |
| Proveedores y otros gastos de administración (Gastos de transformación menos Gastos de Personal)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 676,3          | 537,5          | 455,4          |
| Empleados: gastos de personal                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 1.204,1        | 958,4          | 667,9          |
| Clientes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 807,5          | 933,9          | 894,3          |
| Sociedad (impuestos) <sup>(3)</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 503,4          | 554,9          | 61,9           |
| <b>Valor económico retenido (VER=VEG-VED)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>394,2</b>   | <b>238,5</b>   | <b>221,5</b>   |
| Reservas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 0,0            | 143,7          | 64,3           |
| <p>(1) La diferencia con respecto a lo informado en el IARC 2008 se debe al cambio de criterios en la estimación de los indicadores, considerando como valor económico distribuido a clientes, los egresos financieros; los cuales se habían incluido en 2008 en Valor económico generado - Margen Financiero Neto. Además también se reclasificó el cargo por incobrabilidad que en 2008 estaba incluido en el mismo rubro y que a partir de 2009 se incluye en Otras ganancias y pérdidas netas.</p> <p>(2) Según Estados Contables de BBVA Banco Francés S.A. finalizados al 31 de diciembre de 2010, que fueron aprobados por nuestro Directorio con fecha 09 de febrero de 2011, el mismo ha propuesto la distribución de utilidades por \$804.000.000 en concepto de dividendos en efectivo sujeto a la previa autorización del Banco Central de la República Argentina y a la aprobación de la Asamblea de Accionistas.</p> <p>(3) Incluye impuesto a las ganancias, impuesto a los ingresos brutos e impuestos a las transacciones bancarias.</p> |                |                |                |

| DATOS BÁSICOS DE BBVA BANCO FRANCÉS<br>(en miles de pesos arg)                                                                                                                                                                                                                   | 2010               | 2009       | 2008       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------|------------|
| <b>Resultados</b>                                                                                                                                                                                                                                                                |                    |            |            |
| Resultado neto                                                                                                                                                                                                                                                                   | 1.198.179          | 718.462    | 321.510    |
| Total Acciones ordinarias en circulación para el ejercicio                                                                                                                                                                                                                       | 536.361            | 487.611    | 471.361    |
| Total ADS para el ejercicio                                                                                                                                                                                                                                                      | 178.787            | 162.537    | 157.120    |
| <b>Balance</b>                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    |            |            |
| Total Activos                                                                                                                                                                                                                                                                    | 29.118.689         | 23.300.039 | 23.097.187 |
| Préstamos Netos                                                                                                                                                                                                                                                                  | 15.053.640         | 10.527.830 | 11.150.249 |
| Sector Público                                                                                                                                                                                                                                                                   | 197.778            | 315.958    | 1.365.546  |
| Sector Privado                                                                                                                                                                                                                                                                   | 14.855.862         | 10.211.872 | 9.784.703  |
| Total de Depósitos                                                                                                                                                                                                                                                               | 22.543.010         | 18.373.907 | 17.281.633 |
| Patrimonio neto                                                                                                                                                                                                                                                                  | 3.746.915          | 2.926.472  | 2.076.024  |
| <b>Actividad</b>                                                                                                                                                                                                                                                                 |                    |            |            |
| Número de accionistas                                                                                                                                                                                                                                                            | 6.244              | 6.797      | 7.768      |
| Número de clientes <sup>(1)</sup>                                                                                                                                                                                                                                                | 1.642.878          | 1.553.154  | N/D        |
| Número de empleados                                                                                                                                                                                                                                                              | 4.576              | 4.082      | 4.252      |
| Número de sucursales                                                                                                                                                                                                                                                             | 289 <sup>(2)</sup> | 288        | 286        |
| Número de principales proveedores <sup>(3)</sup>                                                                                                                                                                                                                                 | 644                | 489        | 380        |
| <b>Otros datos</b>                                                                                                                                                                                                                                                               |                    |            |            |
| Depósitos                                                                                                                                                                                                                                                                        | 5,9%               | 6,6%       | 7,1%       |
| Prestamos                                                                                                                                                                                                                                                                        | 6,3%               | 6,2%       | 6,7%       |
| Depósitos del Sector Privado                                                                                                                                                                                                                                                     | 8,4%               | 8,6%       | 9,3%       |
| Préstamos al Sector Privado                                                                                                                                                                                                                                                      | 7,1%               | 6,8%       | 6,9%       |
| Resultado por acción                                                                                                                                                                                                                                                             | 2,23               | 1,47       | 0,68       |
| Resultado por ADS                                                                                                                                                                                                                                                                | 6,70               | 4,41       | 2,04       |
| Dividendo en efectivo por acción                                                                                                                                                                                                                                                 | 1,49899            | 0,89492    | 0,07425    |
| Dividendo en efectivo por ADS                                                                                                                                                                                                                                                    | 4,49697            | 2,68476    | 0,22276    |
| Retorno sobre Activo promedio                                                                                                                                                                                                                                                    | 4,57%              | 3,10%      | 1,51%      |
| Retorno sobre Patrimonio neto promedio                                                                                                                                                                                                                                           | 35,91%             | 28,72%     | 15,56%     |
| Solvencia                                                                                                                                                                                                                                                                        | 14,77%             | 14,36%     | 9,88%      |
| Liquidez                                                                                                                                                                                                                                                                         | 49,72%             | 55,98%     | 45,39%     |
| Inmovilizado                                                                                                                                                                                                                                                                     | 16,22%             | 19,28%     | 23,53%     |
| Endeudamiento                                                                                                                                                                                                                                                                    | 6,77x              | 6,96x      | 10,13x     |
| <p>(1) Incluye clientes titulares y cotitulares.</p> <p>(2) Incluye sucursales de bancas minorista, empresa, corporativa e institucional así como bancos en planta y puntos de venta.</p> <p>(3) Solo se incluye información de proveedores que son gestionados por Compras.</p> |                    |            |            |

---

En BBVA Banco Francés,  
consideramos que la clave del  
futuro en un mundo cada vez más  
globalizado está en compatibilizar  
las dimensiones económica,  
social y medioambiental bajo un  
modelo armónico y equilibrado  
de Responsabilidad Corporativa  
en pos del desarrollo sostenible.

# Índice

|           |                                                        |
|-----------|--------------------------------------------------------|
| <b>2</b>  | Carta del Presidente                                   |
| <b>4</b>  | Principios y políticas de RC                           |
| <b>10</b> | Participación de los grupos de interés                 |
| <b>14</b> | Orientación al cliente                                 |
| <b>19</b> | Finanzas responsables                                  |
| <b>22</b> | Productos y servicios responsables                     |
| <b>25</b> | Gestión responsable de recursos humanos                |
| <b>33</b> | Compras responsables                                   |
| <b>35</b> | Gestión ambiental y cambio climático                   |
| <b>40</b> | Compromiso con la sociedad                             |
| <b>49</b> | Pacto mundial y Objetivos<br>de Desarrollo del Milenio |
| <b>52</b> | Informe Deloitte                                       |
| <b>54</b> | Criterios del informe                                  |
| <b>56</b> | Indicadores GRI                                        |
| <b>64</b> | Progresos 2010 y objetivos 2011                        |

# Carta del Presidente

“En BBVA estamos trabajando para anticipar los cambios del futuro entorno en el que se desenvolverá el sector financiero. Cambios regulatorios, económicos y sociales.”

---

En un año de grandes avances en materia de crecimiento económico mundial, pos crisis financiera de 2009; BBVA Banco Francés tuvo una actuación preponderante en el mercado local. Durante 2010 seguimos registrando resultados sólidos y sostenibles, y afianzando nuestro conocimiento y fortaleza en el negocio que adquirimos con años de experiencia y trayectoria.

Nuestro fuerte compromiso con la sociedad en su conjunto y con cada uno de nuestros grupos de interés en particular, nos llevó a afianzar una estrategia focalizada en la responsabilidad en la gestión del negocio y la sustentabilidad de nuestras operaciones, buscando permanentemente la maximización de los impactos positivos hacia nuestros públicos clave.

En 2010 trabajamos con esmero para ser el mejor banco para cada cliente. Elaboramos la estrategia “Plan BBVA X3” centrada en las necesidades del cliente a partir de modelos de negocio más accesibles y sencillos, la cual marcó un cambio de rumbo en la conformación de una nueva cultura organizacional. En este contexto, realizamos una reestructuración de las áreas de la empresa y consolidamos un equipo que nos permite todos juntos alcanzar lo que queremos lograr: una nueva organización con un amplio protagonismo de los negocios y los equipos.

Dentro de los logros del año destacamos la generación de alianzas comerciales estratégicas que permitieron seguir brindando cada vez más beneficios a nuestros clientes, el crecimiento tanto en Banca Empresas como en Individuos, la difusión a nuestros proveedores de los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas a través de la firma de una Carta de Adhesión; y por sobre todo la cercanía con las personas: un objetivo que llevamos adelante a través de visitas a las sucursales de todo el país, y desayunos y reuniones con nuestro público interno que ya alcanzaron a más de 2.500 empleados.

A su vez, fiel a la Estrategia de Responsabilidad y Reputación Corporativa, continuamos desarrollando acciones que generen valor social y económico especialmente a través de la inclusión financiera. Nuestro Programa “Becas de Integración BBVA Banco Francés” alcanzó en 2010 los 1.169 becarios, mostrando nuestro compromiso por el desarrollo del país a través de la educación y la bancarización de jóvenes de bajos recursos y sus familias.

Parte de nuestra responsabilidad con nuestros grupos de interés es rendirles cuentas sobre el desempeño en materia de RRC del Banco. Para ello, elaboramos el cuarto Informe



Anual de Responsabilidad Corporativa de BBVA Banco Francés donde informamos sobre las acciones, programas e iniciativas realizadas en 2010 con nuestros empleados, accionistas, clientes, proveedores, la comunidad y el medioambiente. Esta publicación sigue los lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI) y alcanzó un Nivel de Aplicación B+.

Cabe mencionar, que el Informe de 2009 recibió el premio al mejor Reporte otorgado por el Foro Ecuménico Social, posicionándonos como un caso exitoso en la implementación de estas prácticas. A su vez, a partir de este documento comunicamos nuestro cumplimiento a los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, presentando la Comunicación sobre el Progreso 2010.

Los invito a recorrer la información reportada y a enviar sus opiniones y sugerencias sobre este Informe, de manera de poder seguir mejorando nuestra comunicación y diálogo con los grupos de interés del Banco.

Atentamente,

Buenos Aires, febrero de 2011

Jorge Bledel  
Presidente

# Principios y políticas de RC



---

Somos una organización que construye y se construye desde los principios de integridad, prudencia y transparencia.

### Principios que guían nuestro negocio

Desde nuestra visión corporativa “Trabajamos por un futuro mejor para las personas”, tenemos como objetivo estar a la vanguardia en la búsqueda de la mejora continua de la relación con nuestros grupos de interés – accionistas, empleados, clientes, proveedores y la sociedad en general –, logrando la diferenciación en pos del desarrollo sustentable.

Basados en nuestra visión como organización, contamos con siete valores corporativos que concretan la aplicación de los principios que definen nuestro accionar con nuestros públicos clave, en los cuales:

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

Contamos con una estrategia basada en la Rentabilidad Ajustada a Principios, y no solo la tradicional Rentabilidad Ajustada al Riesgo, actuando así bajo criterios éticos que hacen valer nuestras convicciones y el deseo de contribuir con el desarrollo del país, la preservación del medio ambiente y la inclusión social.

### Creación de valor para los grupos de interés

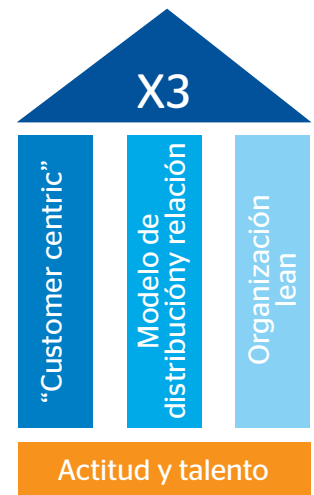
La creación de valor agregado es el eje central de nuestra definición de Responsabilidad Corporativa y es considerada como una de nuestras principales funciones dentro del Banco. El aporte social y ambiental, más allá del económico, que generemos a través de nuestras operaciones tiene un gran peso en la relación con nuestros grupos de interés. Este es nuestro principal aporte a la sociedad y al desarrollo sustentable.

### Los 7 valores corporativos de BBVA

- 1 Cliente
- 2 Creación de valor
- 3 Equipo
- 4 Estilo de gestión
- 5 Ética e integridad
- 6 Innovación
- 7 Responsabilidad social

---

Gestionamos nuestro negocio posicionando a las personas como eje central de nuestras operaciones.



El Plan BBVA X3 es un modelo estratégico de diferenciación y crecimiento que busca dar un giro radical en nuestra forma de trabajar, y pone foco en las necesidades del cliente a partir de modelos de negocio más accesibles y sencillos.

## Plan BBVA X3

El año 2010 marcó un cambio de rumbo en la conformación de una nueva cultura organizacional. Lanzamos a nivel corporativo el Plan BBVA X3, un modelo estratégico de diferenciación y crecimiento para los próximos cinco años.

Este se centra en tres pilares que buscan dar un giro radical en nuestra forma de trabajar, y ponen foco en las necesidades del cliente a partir de modelos de negocio más accesibles y sencillos:

- **Customer centric:** que trabaja sobre la visión “emocional” del cliente, enriqueciéndola con una mirada más amplia hacia la persona.
- **Modelo de distribución y relación:** para generar más alianzas con entidades y organizaciones, y así llegar mejor y de forma más eficiente a través de una accesibilidad universal centrada en las redes sociales.
- **Organización lean:** con el fin de mejorar los procesos y reducir los costos mediante la ecoeficiencia y la fidelización del cliente.

Por su parte, con “Actitud y talento”, como la base para el desarrollo de los tres pilares, desarrollamos el orgullo de pertenencia con perspectiva a largo plazo y orientados en la calidad de la gestión a través de la anticipación a nuevas oportunidades y riesgos.

Con el lanzamiento del Plan BBVA X3, renovamos el estilo comunicacional con el fin de promover un cambio cultural que nos permita obtener el máximo compromiso de los colaboradores y alinear a la organización en el logro de metas muy ambiciosas. En este marco, el nuevo Director Ejecutivo del Banco, Ricardo Moreno, junto a su renovado Comité de Dirección, llevaron adelante una serie de visitas a las regiones de todo el país para comunicar de forma cercana, abierta y fluida el nuevo plan estratégico a todos los colaboradores del Grupo BBVA en la Argentina. Estas visitas tuvieron como principal objetivo lograr un mayor acercamiento a los colaboradores y compartir, a su vez, la información de manera directa sobre el nuevo

plan BBVA X3. De esta manera, en 2010 se realizaron ocho eventos, transmitiendo así el mensaje de la organización a 1.996 empleados de todo el país.

## Sistema de Gobierno Corporativo

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

El Directorio interviene en el Plan de Negocios y en el seguimiento de los sistemas internos de gestión y control. Corresponde al Directorio aprobar las políticas y estrategias generales de la sociedad; en particular, el Plan estratégico de RRC. Asimismo, presenta informes anuales en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, los Mercados de Valores de Nueva York, Estados Unidos, (NYSE) y en Madrid, España (LATIBEX), y desarrolla los controles previstos por la Ley Sarbanes Oxley (SOX).

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

Este sistema se explica detalladamente en el Informe Financiero 2009 del Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, (que publica un pormenorizado capítulo dedicado a este tema) y en el Informe Anual de Gobierno Corporativo según las exigencias legales, todo ello disponible en el sitio Web del Banco. La página web cuenta con un apartado especial de acceso directo en el que figura toda la información considerada relevante al respecto.

## Cambios en la estructura organizativa

En el marco del lanzamiento del Plan BBVA X3 en nuestro país, este año renovamos la estructura organizativa para fortalecer nuestro modelo de gestión en pos de las nuevas metas corporativas, y profundizar el protagonismo de los negocios y los equipos de trabajo. Estos cambios fueron discutidos y consensuados por el Comité de Dirección durante casi un año de trabajo, evidenciándose la importancia de un gobierno transversal como motor del cambio en el Banco.

El proceso de renovación contempló aproximadamente unos 30 cambios de responsabilidad, 15 personas que cambiaron de área y alrededor de 25 promociones. Entre los más destacados se encuentran:

- **Innovación y Desarrollo** como centro estratégico y de ejecución.
- Refuerzo del protagonismo de las **Redes** (Minorista y Empresas).
- Impulso del rol de **Riesgos** en el crecimiento, un área que nos diferencia en el mercado.
- Integración de la **Dirección Financiera** para obtener la mejor información del mercado y guiar nuestras acciones.
- Innovación en **RRHH**: pasar de una gestión reactiva y administrativa a una proactiva que sea nuestra guía hacia una nueva cultura de trabajo.
- Refuerzo del equipo de **Desarrollo Corporativo y Transformación**, dando personalidad a la 'Efectividad Organizacional' para tener presente cómo lograr el liderazgo deseado.

De esta forma, la nueva estructura es más plana, ágil, sencilla y centrada en el cliente, con menos gerencias intermedias, y con unidades más pequeñas y grupos de trabajo multidisciplinares.

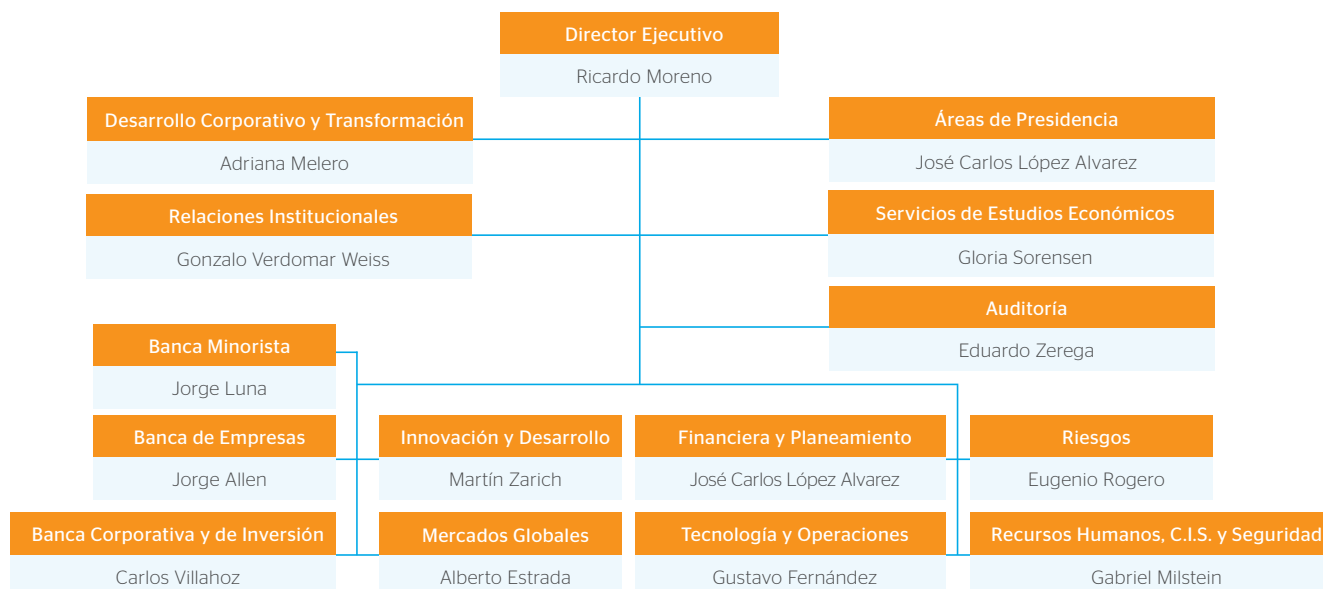
Renovamos la estructura organizativa para fortalecer nuestro modelo de gestión y profundizar el protagonismo de los negocios y los equipos de trabajo.

## Sistema y función de cumplimiento

Contamos con una Gerencia de Cumplimiento Normativo con el objetivo de promover el desarrollo y velar por la efectiva operatividad de las normas y procedimientos de la política de Prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, por la integridad en los mercados, y por la protección de datos personales.

| Composición del Equipo Directivo (%) | 2010   | 2009   |
|--------------------------------------|--------|--------|
| <b>Rangos de edad</b>                |        |        |
| De 30 a 50 Años                      | 67,39% | 62,96% |
| Más de 50 Años                       | 32,61% | 37,04% |
| <b>Por género</b>                    |        |        |
| Femenino                             | 19,57% | 18,52% |
| Masculino                            | 80,43% | 81,48% |

### Estructura organizativa general



## La Responsabilidad y Reputación Corporativa en BBVA Banco Francés

La Responsabilidad Corporativa (RC) de BBVA Banco Francés se traduce en el compromiso de dar el máximo valor posible y equilibrado a los grupos de interés. Para ello, trabajamos de forma transversal con todas las áreas del Banco y desarrollamos prácticas de RC ligadas a nuestro negocio financiero, para gestionar de forma eficiente nuestros impactos en la sociedad y el medioambiente, y así contribuir a marcar la diferencia.

Los principales compromisos que a través del Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, pretendemos cumplir por medio de la Política de RC global son:

- Desarrollar en todo momento nuestra actividad principal de forma excelente.
- Minimizar los impactos negativos derivados de la actividad del negocio.
- Impulsar iniciativas que generen valor social y económico especialmente a través de la inclusión financiera.
- Invertir en las sociedades en las que estamos presentes mediante el apoyo a las iniciativas sociales, fundamentalmente las relacionadas con la educación.

De esta forma, generamos Reputación Corporativa escuchando las percepciones que tienen nuestros grupos de interés sobre el Banco y desarrollando con ellos un vínculo a largo plazo para mutuo beneficio.

## Plan estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativa

Con foco en el rol social que debemos asumir como uno de los principales bancos de la Argentina, nuestro Plan estratégico de RRC se encuentra totalmente alineado con el negocio financiero. Este Plan se basa en dos líneas de acción ligadas con la estrategia de RRC del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario: inclusión y educación financiera.

Para dar cumplimiento a esta estrategia, desarrollamos localmente el Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés que brinda a jóvenes de muy bajos ingresos becas de estudio por medio de un producto bancario para que puedan administrar los recursos otorgados, generando así la cultura de operar con el sistema bancario y facilitando su inclusión en el sistema financiero.

Por su parte, tomando estas dos líneas de acción de RRC como punto de partida, realizamos diferentes actividades definidas por el Comité de RRC, ligadas íntegramente a nuestro negocio, cultura y principios corporativos; y que involucran a todos nuestros grupos de interés. Estas acciones pueden verse descriptas a lo largo de este Informe.

Este año fuimos la sede de las "Jornadas de RC de América Latina" realizadas en la Fundación BBVA Banco Francés, y que contó con la presencia de los representantes del Grupo BBVA y del área de Reputación Corporativa de Argentina, Perú, México, Chile, Panamá, Puerto Rico, Colombia, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Cada país presentó una experiencia local de éxito, y se debatieron los principales temas y lineamientos a desarrollar en materia de Responsabilidad Corporativa en el corto y mediano plazo.

## La inclusión y educación financiera son el eje de nuestra estrategia de RRC.

## Gestión y Gobierno de Responsabilidad Corporativa

La Responsabilidad Corporativa en BBVA Banco Francés se aplica en toda la cadena de valor; partiendo desde el proveedor que nos acompaña en el diseño de un producto hasta la comercialización, los clientes y no clientes. Es por ello que el equipo de personas que coordina esta tarea está compuesto por los Directores de las principales áreas del Banco, conformando el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa (RRC), el cual se coordina desde la Dirección de Relaciones Institucionales.

### MIEMBROS DEL COMITÉ DE RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

|                                                      |                           |
|------------------------------------------------------|---------------------------|
| Director Ejecutivo                                   | Ricardo Moreno            |
| Dirección de Relaciones Institucionales - Secretaría | Gonzalo Verdomar Weiss    |
| Director Desarrollo Corporativo y Transformación     | Adriana Melero            |
| Director Áreas de Presidencia                        | José Carlos López Alvarez |
| Director Tecnología y Operaciones                    | Gustavo Fernandez         |
| Director Recursos Humanos y CISS                     | Gabriel Milstein          |
| Director Innovación y Desarrollo                     | Martín Zarich             |
| Director Financiera y Planeamiento                   | José Carlos López Alvarez |
| Director Riesgos                                     | Eugenio Rogero            |
| Director Banca Minorista                             | Jorge Luna                |
| Director Banca Mayorista                             | Jorge Allen               |
| Director Banca Corporativa y de Inversión            | Carlos Villahoz           |

Ellos son los responsables de definir las líneas de acción que dan cumplimiento a la estrategia de RRC, integrando a todos los sectores del Banco y sociedades participadas en la implementación de acciones que agreguen valor social y ambiental a sus planes y operaciones cotidianas.

Sus funciones son:

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

Para poder cumplir con sus responsabilidades y funciones, durante 2010 el Comité se reunió trimestralmente, poniendo en agenda temas de RRC relacionados con los intereses del Banco, de sus principales grupos de interés y de la situación nacional e internacional en esta materia.

Por su parte, en 2010 el Comité de RRC participó activamente en un taller propuesto por el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, a todos los países que lo componen. El objetivo de este encuentro y su posterior trabajo, fue seleccionar proyectos "rompedores" que sean acciones masivas, innovadoras, de alto impacto y alcance dentro de nuestros grupos de interés y con resultados medibles. Así, en diciembre de 2010 el Comité presentó cinco proyectos "rompedores" considerados como más relevantes a trabajar en el marco de la RRC en la Argentina. *Para mayor información sobre el Taller ver el capítulo "Participación de los grupos de interés".*

## Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

### Código de conducta

En BBVA Banco Francés contamos con un Código de Conducta que se aplica a todos nuestros empleados, en el cual reconocemos públicamente el respeto a las normas internacionales

incorporadas en la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Mundial de Naciones Unidas y los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo. Este se encuentra publicado en la Intranet del Banco y en el sitio Web corporativo.

Con el objetivo de garantizar el cumplimiento de nuestro Código en las actividades cotidianas del Banco, realizamos para nuestros empleados formación y sensibilización en esta herramienta. Durante 2010, 2.738 empleados fueron capacitados vía la plataforma de e-learning denominada "e-campus", y 106 empleados con charlas presenciales de Inducción. A su vez, en diciembre emitimos un mensaje a través de Comunicaciones Internas recordando la vigencia de la norma de Aceptación de Regalos y Liberalidades, colocando un banner en la intranet para que puedan tener acceso y visualización a la norma todos los empleados.

Para hacer efectivo su cumplimiento, contamos con cuatro canales para que los empleados puedan realizar sus denuncias de situaciones éticamente cuestionables: a superiores; a Directivos de los Servicios Jurídicos, RRHH, o Auditoría; vía correo electrónico o por teléfono. Durante el año 2010 no se presentaron casos que ameritaran la convocatoria al Comité de Gestión de la Integridad Corporativa.

### Acuerdos internacionales suscritos

Participamos de iniciativas internacionales a través de alianzas estratégicas como por ejemplo el Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias (CPB) y el Pacto Mundial de Naciones Unidas, al cual adherimos a la Red Argentina desde su constitución en 2004 y participamos activamente en su Mesa Directiva.

A su vez, en BBVA Banco Francés estamos trabajando en el Manual de Procedimiento de la Financiación Estructurada en el marco de la adhesión a los Principios de Ecuador a nivel corporativo desde 2004. *Para más información ver capítulo "Finanzas Responsables".*

| VALOR ECONOMICO AÑADIDO (EVA): Detalle por grupo de interés  | 2010           | 2009           | 2008           |
|--------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Millones de Pesos arg</b>                                 |                |                |                |
| Accionistas: Dividendos en efectivo <sup>(1)</sup>           | 804,0          | 480,0          | 35,0           |
| Accionistas: Dividendos en acciones                          | -              | -              | 65,0           |
| Empleados: gastos de personal                                | 1.204,1        | 958,4          | 667,9          |
| Clientes: intereses y cargas asimiladas <sup>(2)</sup>       | 807,5          | 966,6          | 907,6          |
| Proveedores: otros gastos de administración                  | 676,3          | 537,5          | 455,4          |
| Sociedad: contribuciones a la comunidad: recursos destinados | 7,0            | 5,1            | 5,0            |
| <b>Valor Economico Añadido (EVA)</b>                         | <b>3.498,9</b> | <b>2.947,6</b> | <b>2.135,9</b> |

(1) Según Estados Contables de BBVA Banco Francés S.A. finalizados al 31 de diciembre de 2010, que fueron aprobados por nuestro Directorio con fecha 09 de febrero de 2011, el mismo ha propuesto la distribución de utilidades por \$804.000.000 en concepto de dividendos en efectivo sujeto a la previa autorización del Banco Central de la República Argentina y a la aprobación de la Asamblea de Accionistas. Para el año 2008, el valor difiere de lo reportado en el IARC de dicho año ya que al momento de su cierre no se había realizado la división de dividendos correspondiente.

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

# Participación de los grupos de interés



---

La comunicación constante con nuestros grupos de interés nos ayuda a crecer como organización y mejorar nuestras acciones de RRC en pos del beneficio mutuo.

### Definición de nuestros grupos de interés

Nuestros grupos de interés son aquellas personas, instituciones y organizaciones en las cuales nuestra actividad impacta directa o indirectamente sobre ellas; y a su vez sus comportamientos afectan significativamente nuestra toma de decisiones para el desarrollo del negocio.

Año tras año realizamos un ejercicio de mapeo de públicos clave en el cual el Grupo Operativo, representado por todas las áreas de la empresa y responsable de la recolección de la información publicada en este Informe, identifica los perfiles e integrantes de los grupos de interés con los cuales nos vinculamos durante el año.

Trabajamos para entablar una relación cercana y duradera con nuestros grupos de interés, siendo el diálogo una herramienta esencial para afianzar nuestras relaciones, generar confianza y buena reputación. Escuchamos activamente a nuestros públicos clave utilizando diferentes canales de comunicación cotidianos y actuamos acorde a los resultados obtenidos.

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

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

### Identificación de temas relevantes para el Banco

Dentro de nuestro análisis de materialidad para la selección de los contenidos relevantes que aparecen en este Informe, realizamos en 2010 dos acciones que nutrieron en esta etapa de identificación de temas clave a reportar en el IARC.



Una de ellas fue el Taller: "La Responsabilidad y Reputación Corporativa del Grupo BBVA" a cargo de Antonio Ballabriga, Director de Responsabilidad y Reputación Corporativas del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario; realizado en septiembre en la Argentina para los responsables del Comité de Dirección y sus representantes de todos los países de América Latina pertenecientes al Grupo. En este taller, que contó con la presencia de nuestro Director Ejecutivo Ricardo Moreno, buscamos consensuar y definir las acciones relacionadas a la responsabilidad del negocio que son relevantes para la región. En este encuentro y en las reuniones posteriores, se procedió a la revisión y evaluación de proyectos actuales en marcha con impacto en la RRC; y la identificación y definición de posibles nuevos proyectos "rompedores", definidos como acciones innovadoras con fines sociales o ambientales que generen un gran impacto en los grupos de interés.

En la Argentina, el Comité de RRC local se reunió en diciembre y presentó los siguientes proyectos "rompedores", considerándolos los más relevantes a trabajar en el marco de la RRC. Estos fueron:

- Artistas por la educación: con el objetivo de concientizar a la sociedad de la necesidad de involucrarse a fin de ofrecer igualdad de oportunidades a los jóvenes argentinos.
- Investigación y Análisis de Programas sociales en materia educativa: un diagnóstico de la situación educativa en la Argentina.
- Donaciones para nuevos becados: con el fin de ofrecer un canal innovador y masivo - como es Internet -para fomentar el espíritu solidario y el valor de ayudar a los sectores vulnerables entre nuestros públicos clave, incrementando la vinculación 'emocional' con el Banco.
- Concurso de Proyectos Sociales - Voluntarios BBVA Argentina: crear un concurso para empleados, a través del cual ellos puedan proponer ideas en temas de ayuda social, premiando a las mejores ideas con apoyo económico y trabajo voluntario.
- Auditoría Ambiental de Proveedores: seleccionar y priorizar proveedores ambientalmente responsables y que estén comprometidos con la política medioambiental del grupo.
- Oficina Voluntarios: crear una oficina que administre y proponga proyectos de voluntariado, a fin de dinamizar y darle cuerpo a la temática entre los empleados del Grupo en Argentina

En este contexto, el Comité de RRC seleccionó algunos temas clave para trabajar en el Banco, ellos son:

- Microfinanzas
- Voluntariado y educación financiera

- Préstamos sociales
- Captación de fondos para proyectos sociales
- Comunicación interna y externa
- PyMEs y emprendimientos sociales
- Transparencia y utilización de un lenguaje claro

Luego de la identificación de los proyectos "rompedores" por el Comité de RRC en la Argentina, resta para 2011 la selección de cuáles serán ejecutados en ese período y la posterior redacción de un Plan Estratégico de RRC de BBVA Banco Francés y su aprobación por el Comité de Dirección y los coordinadores de la Dirección de RRC del Grupo.

## Selección de los contenidos del IARC

Los miembros del Grupo Operativo del IARC - quienes conocen el negocio del Banco y sus grupos de interés debido a su continua interacción - ordenaron según el grado de importancia de ser incluido en el IARC 2010 diez temas relacionados al negocio del Banco y la RRC. Estos temas fueron elegidos de estudios realizados por el Grupo BBVA en base a diálogos con sus grupos de interés, y en relación a los pilares de la estrategia de RRC del Grupo, nuestro accionista mayoritario. Este ejercicio permitió conocer la mirada interna y local sobre cuáles son los contenidos más relevantes para la Argentina que la empresa debe comunicar en el Informe.

El orden de relevancia que, en promedio, el Grupo Operativo asignó a los temas, es el siguiente:

1. Inversión responsable
2. Educación financiera
3. Compromiso con la sociedad
4. Gestión ambiental y Cambio Climático
5. Compras responsables
6. Gestión responsable de Recursos Humanos
7. Productos y servicios responsables
8. Finanzas responsables
9. Inclusión Financiera
10. Orientación al cliente

Algunas conclusiones del ejercicio fueron:

- A diferencia del 2009, los temas incorporados este año fueron los ubicados como el 1° y 2° más importantes: Inversión responsable y Educación financiera, respectivamente.
- Compromiso con la sociedad estuvo ubicado en un 3° puesto, el más relevante dentro de los antiguos temas de 2009.
- Gestión ambiental fue ubicado en el 4° puesto, cuando en 2009 había resultado anteúltimo.
- En 2009 el tema de Compras responsables se ubicó en el último lugar, mientras que en 2010 fue el 5° tema más relevante.

De esta manera, se priorizaron dentro del IARC 2010 los temas seleccionados como más importantes por el Grupo Operativo según el orden expuesto anteriormente.

Por último, en BBVA Banco Francés nos apoyamos en los diagnósticos globales que realiza el Grupo, nuestro principal accionista, donde emplea diferentes herramientas de análisis cualitativo y cuantitativo. Junto a las evaluaciones de los principales analistas de sostenibilidad, los informes y documentos de trabajo de la Unidad de Tendencias Globales perteneciente al Servicio de Estudios de BBVA y el sistema de monitorización de la reputación corporativa Reprack, ha comenzado la extensión internacional de los sondeos de Consumer Insight y ha iniciado un programa de escucha centrado en el seguimiento de la opinión pública global mediante sondeos periódicos, el análisis de fuentes secundarias relevantes y una herramienta específicamente orientada al análisis de la opinión en Internet.

Al finalizar el año, se desarrolla un taller en el cual participan representantes de todos los países miembros del Grupo y se evalúan los asuntos relevantes en materia de RRC para ser ejecutados.

Este conjunto de sistemas de escucha, métodos de investigación y canales, permite un diagnóstico objetivo y un seguimiento periódico y riguroso de las expectativas más relevantes de los grupos de interés. Su integración en las métricas y cuadros de mando permiten establecer objetivos de mejora e indicadores de progreso para el Banco, facilitando la integración de las expectativas de los grupos de interés a través del Comité de RRC local y corporativo.

## Presencia en redes sociales

En el marco del lanzamiento de Francés Go, un buscador de promociones y descuentos vía mensaje de texto en los celulares, en 2010 decidimos estar presente en las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube para estar más cerca de los clientes y construir espacios de diálogo transparentes y constantes. A partir de estas plataformas, brindamos información de último momento sobre el Banco y monitoreamos las respuestas de nuestros clientes. En Facebook, la plataforma principal, contó a fines de 2010 con 3.200 seguidores. De esta forma, conocemos las opiniones y expectativas de nuestros grupos de interés, y trabajamos abiertamente para darles respuesta.

---

Decidimos estar presente en las redes sociales para estar más cerca de los clientes y construir espacios de diálogo transparentes y constantes.



# Orientación al Cliente



## Calidad, satisfacción y atención al cliente

En el marco del Plan Estratégico de BBVA, consideramos que la Calidad de Servicio es uno de los pilares sobre el cual venimos trabajando intensamente, a través del impulso de diferentes acciones y planes de mejora con el claro objetivo de seguir perfeccionando el servicio brindado.

En particular, durante 2010, vemos como han evolucionado, leve pero positivamente, los indicadores de satisfacción global del cliente, pasando de 8,02/10 en 2009 a 8,27/10 en 2010. En la permanente búsqueda de alcanzar un mayor conocimiento de la opinión de nuestros clientes, que nos permita continuar en la senda del crecimiento, es que hemos considerado nuevos y mejores indicadores para conocer la satisfacción de los mismos. A partir de 2011 estaremos incorporando el seguimiento del índice NPS (Net Promoter Score) indicador que mide el grado de satisfacción del cliente en función a si estaría o no dispuesto a recomendar a nuestra entidad.

### El índice de satisfacción global del cliente fue de 8,27/10 en 2010.

| Encuesta de satisfacción                                  | 2010  | 2009  |
|-----------------------------------------------------------|-------|-------|
| Nivel de satisfacción general del Banco (sobre 10 puntos) | 8,27  | 8,02  |
| Tiempos Medios de Resolución de reclamaciones (días)      | 10,67 | 16,08 |

## Gestión de Reclamos

Durante 2010 trabajamos en la consolidación del Modelo de Atención y Gestión de Reclamos centralizado en el Centro de Atención y Servicio al Cliente, donde un equipo de especialistas atiende y gestiona en forma rápida y eficiente todos los reclamos recibidos, cualquiera fuere el motivo o el producto asociado.

El "Centro de Soluciones de Línea Francés", incorporó en 2010 nuevas funcionalidades, herramientas y atribuciones, que permiten una mejora constante en el servicio ofrecido. Para fines de este año, el 88% de los reclamos ingresados fueron resueltos en forma centralizada en este centro.

En términos de resolución de reclamos, en 2010 incrementamos el número de reclamos recibidos, pasando de 166.550 a 229.101 el volumen gestionado de reclamos por año, situación que obviamente no nos conforma e intentaremos reducir. De todas

formas, durante el año conseguimos bajar significativamente los tiempos medios de resolución de los reclamos, pasando de 16 a 11 días promedio.

Por su parte, la satisfacción de los clientes respecto a la atención y servicio brindado por el "Centro de Soluciones de Línea Francés" registró una mejora significativa en 2010 respecto a la última medición disponible del año 2008.

| Satisfacción C.S. Línea Francés | % Satisfacción <sup>(1)</sup> 2010 | % Satisfacción <sup>(1)</sup> 2008 |
|---------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Calidad de Servicio             | 75%                                | 60%                                |
| Resolución de reclamos          | 64%                                | 52%                                |
| Atributos:                      |                                    |                                    |
| Facilidad                       | 75%                                | 59%                                |
| Rapidez                         | 72%                                | 56%                                |
| Cordialidad                     | 93%                                | 83%                                |

(1) Porcentaje de clientes satisfechos, respuesta 4/5 sobre una escala de 1 a 5.

Nuestro propósito es "ser el banco que le hace la vida más sencilla a nuestros clientes".

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

En 2010, profundizamos en distintos aspectos del Modelo de Relación lanzado en 2009. El mismo nos permitió realizar una gestión más cercana al cliente, buscando satisfacer sus necesidades y mejorar el servicio brindado a través de la simplificación de los circuitos de atención. En este aspecto nuestro propósito es "ser el banco que le hace la vida más sencilla a nuestros clientes".

Durante el año, implementamos en la Red de Sucursales una nueva herramienta de gestión, llamada "Escenarios Comerciales" (EECC), que facilita la atención personalizada de clientes, lo cual es uno de los pilares de este nuevo modelo. Dentro de las funcionalidades que presenta, podemos destacar, el hecho de lograr una visión integral por Cliente y Cartera de Gestores, una adecuada planificación de la gestión y el seguimiento de sus resultados. A su vez, permite visualizar la evolución de los principales indicadores de negocio, como ser la tenencia de productos y rentabilidad, entre otros.

## Contamos con 218 Sucursales con rampa y 59 con baños especiales para discapacitados.

Por otro lado, continuamos con el plan de remodelación de sucursales, que brindan un layout más cómodo y adaptado al nuevo modelo de atención, incorporando tecnología en el espacio de espera: encoladores automáticos, carteles digitales que comunican en tiempo real cotizaciones de moneda extranjera, tasas de referencia y novedades comerciales. A diciembre de 2010, contamos con 94 sucursales bajo este nuevo esquema. En lo que respecta a la accesibilidad en las sucursales para discapacitados avanzamos mucho y para finales del año contábamos con 218 Sucursales con rampa y 59 con baños especiales para discapacitados.

Otro de los pilares del modelo es la atención multicanal. En este aspecto, ponemos a disposición del cliente una amplia gama de canales de atención personal o de autoservicio, trabajando durante 2010 para incorporar nuevas funcionalidades en los diferentes canales.

- **Banca por Internet (Francés Net):** implantamos una nueva solución para nuestros clientes Empresas, "Francés Net Cash Empresas" que unifica en un solo producto todas las operatorias requeridas por las empresas para el funcionamiento de su actividad y su gestión con el banco.
- **Banca Móvil:** trabajamos sobre la modalidad de envío de SMS a nuestros clientes mediante "Francés GO"; un buscador de promociones y descuentos ofrecidos sobre las tarjetas de crédito.
- **Atención Telefónica (Línea Francés):** implementamos una nueva navegación en el IVR que incorpora funciones automáticas.
- **Atención Telefónica en Sucursales:** comenzamos la implantación de una nueva infraestructura de telefonía, para una atención y derivación de llamadas más rápida y eficiente; dejando instaladas al cierre del año 124 sucursales con esta nueva modalidad.
- **ATM:** renovamos el parque de ATMs, con un recambio de 16%; y reforzamos el monitoreo del nivel de servicio de todo el parque, lo que ha permitido lograr un nivel de disponibilidad del 97.43%.
- **Terminales de Autoservicio:** instalamos en 150 sucursales el módulo de "Francés Express", registrando en el último trimestre del año un volumen de impresiones de 30.000 resúmenes.

El banco mantiene unos excelentes índices de atención de operaciones por canales automáticos, permitiendo a nuestros clientes

| Volumen de transacciones realizadas por canal | Año 2010    | Año 2009    | Año 2008    |
|-----------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Cajeros Automáticos                           | 63.649.768  | 57.878.880  | 57.474.231  |
| Francés Autoservicio                          | 15.647.696  | 15.529.505  | 15.458.444  |
| Francés Móvil                                 | 172.355     | 122.415     | 161.226     |
| Francés Inversiones                           | 1.308.158   | 1.559.480   | 1.198.796   |
| Francés net                                   | 163.369.729 | 146.294.082 | 115.123.383 |
| Línea Francés                                 | 10.249.586  | 9.998.806   | 10.573.813  |

| Consultas realizadas a través de canales tecnológicos | Año 2010    |             | Año 2009    |             | Año 2009   |             |
|-------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
|                                                       | Consultas   | Operaciones | Consultas   | Operaciones | Consultas  | Operaciones |
| Fnet Individuos                                       | 126.641.077 | 12.771.963  | 113.804.471 | 8.638.994   | 85.947.629 | 7.187.577   |
| Fnet Empresas                                         | 22.685.006  | 1.271.683   | 22.427.038  | 1.423.579   | 20.616.792 | 1.371.385   |
| ATM's                                                 | 20.662.356  | 42.987.412  | 18.862.894  | 39.015.986  | 18.944.982 | 38.529.249  |
| Francés Autoservicio                                  | 4.460.031   | 11.187.665  | 6.027.742   | 9.501.763   | 7.193.096  | 8.265.348   |
| Línea Francés                                         | 9.460.225   | 789.361     | 9.385.062   | 613.744     | 9.860.864  | 712.949     |
| Francés Móvil                                         | 150.106     | 22.249      | 121.761     | 654         | 160.421    | 805         |
| Francés Inversiones                                   | 1.143.980   | 164.178     | 1.439.219   | 120.261     | -          | -           |

realizar las transacciones más habituales de manera rápida, ágil y eficiente. Los indicadores más significativos del tercer trimestre del año en este sentido son:

- Depósito de efectivo: 75% de las operaciones se realizan por canales.
- Depósito de cheque: 82,3% de las operaciones se realizan por canales.
- Retiro efectivo: 98,2% de los retiros susceptibles a ser gestionados (por importe) se realizan por canales.

## Beneficios para nuestros clientes

Seguimos brindando a nuestros clientes una amplia gama de beneficios, para mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

En lo que respecta a los nuevos beneficios lanzados en 2010 destacamos la alianza con LANPASS lanzando la tarjeta Banco Francés LANPASS. Esta tarjeta permite a los clientes acumular kilómetros con los consumos, y acceder a volar en la Argentina y el mundo en LAN y aerolíneas asociadas Oneworld. También contamos con una nueva herramienta: "Francés Go" que permite a los clientes que envían la palabra GO al número 2282, previa suscripción, conocer todas las promociones que poseen las tarjetas del Banco por zona, rubro o marca desde el celular. "Francés Go" se presenta como un servicio de valor diferencial para todos los segmentos de público y permite ofrecer promociones segmentadas a los más de 150.000 clientes registrados para recibir alertas en todo el país.

Bajo la plataforma "Time for Fun", nuestros clientes cuentan con descuentos y promociones en productos y servicios relacionados con el entretenimiento y la recreación: los mejores shows del país, Guns & Roses, Cirque du Soleil, Bon Jovi, Paul McCartney, Norah Jones, y muchos más. A su vez, acompañamos a nuestros clientes durante el mundial, con el mejor beneficio para la compra de LCD y LED TV durante mayo y junio 2010; y en fechas especiales - Día de la madre, Día del padre, Navidad - brindamos los mejores beneficios en indumentaria y accesorios en los mejores centros comerciales del país: Unicenter, Palmas de Pilar, Plaza Oeste, Portales, San Justo Shopping, Nine Shopping, Del Parque Shopping, etc.

En cuanto a los beneficios ligados a nuestros productos financieros, firmamos una alianza estratégica con BMW Group Argentina para ofrecer a particulares y empresas préstamos prendarios y leasing para la adquisición de automóviles y motocicletas de la marca BMW, así como automóviles de la marca MINI, tanto nuevos como usados. Esta alianza implicó también la realización de campañas especiales de préstamos y leasing, algunas de ellas a tasa cero.

Por último, incorporamos este año la línea de préstamo hipotecario de Compra de Segunda Vivienda.

## Seguridad protección al cliente y continuidad del negocio

En BBVA Banco Francés contamos con herramientas, normas y procedimientos que garantizan la confidencialidad en el manejo de la información no pública de nuestros clientes. En 2010 comenzamos a ejecutar el "Plan director de seguridad informática", de alcance multianual, que busca optimizar procesos y herramientas relacionados con la protección de los datos de los clientes y del Banco, y el combate del fraude por los canales alternativos. A su vez, a partir de este año estamos implementando la herramienta "Barcelona04" para gestión de logs, que permite ampliar el alcance del control de seguridad sobre las plataformas informáticas del Banco; y trabajamos en la puesta en marcha de nuevos controles sobre los servicios Web, bases de datos y sistemas operativos, como por ejemplo en el sitio de Internet para empresas Francés Net Cash.

---

En BBVA Banco Francés contamos con herramientas, normas y procedimientos que garantizan la confidencialidad en el manejo de la información no pública de nuestros clientes.

Por último, continuamos con la campaña "Dale Valor a tu Información" destinada a generar conciencia de la importancia de la adquisición de comportamientos seguros en el manejo de la información, realizando publicaciones mensuales en Intranet y, a partir de 2010, cursos de capacitación a distancia para todos nuestros empleados.

## Transparencia y publicidad

Durante 2010 pusimos nuestros esfuerzos en informar con la mayor transparencia posible, todos los servicios y beneficios que ofrecemos a nuestros clientes. Así, a través de campañas de comunicación en medios masivos informamos con claridad acerca de las alianzas promocionales vigentes, información que simultáneamente se comunicó en la página web del Banco y en todas sus sucursales.

Dentro de los canales de comunicación utilizados destacamos el primer buscador de descuentos del mercado: "Francés Go". A través de este servicio, los clientes pueden acceder por su celular a toda la información de descuentos proporcionados por

BBVA Banco Francés. A su vez, los clientes registrados reciben alertas de descuentos sin cargo con todas estas oportunidades, servicio que tuvo una gran aceptación.

## Accionistas

BBVA Banco Francés continúa siendo líder en el sistema financiero argentino, mostrando una sólida estructura de balance, adecuados niveles de liquidez y solvencia, junto a una amplia red de sucursales con importante presencia en todo el territorio del país. Durante 2010, afianzamos nuestra estrategia de banca universal a través del desarrollo de modelos de atención diferenciales para todos los segmentos con foco en el segmento de alta renta y empresas.

En este año, el área de Relaciones con Inversores mantuvo una relación fluida tanto con sus inversores, como así también con analistas locales e internacionales; brindándo-

les información precisa, transparente y oportuna, mediante reuniones periódicas, comunicaciones telefónicas o vía e-mail. Continuando con nuestro compromiso de información y acercamiento hacia nuestros accionistas, se publicaron comunicados de prensa trimestrales describiendo los resultados, hechos más relevantes registrados durante el período y nuestra estrategia de negocios; adicionalmente, se brindó información relacionada con la situación económico-financiera del país y la posición competitiva del banco en el sistema financiero.

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

|                                           | 2010        | 2009        | 2008        |
|-------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Accionistas                               | 6.244       | 6.797       | 7.768       |
| Acciones                                  | 536.361.306 | 536.361.306 | 471.361.306 |
| <b>Propiedad Acciones % sobre capital</b> |             |             |             |
| <b>Particulares</b>                       |             |             |             |
| Menor e igual a 4.500 acciones            | 0,97%       | 1,15%       | 1,52%       |
| Mayor a 4.500 acciones                    | 4,02%       | 4,94%       | 5,59%       |
| <b>Inversores Institucionales</b>         |             |             |             |
| Nacionales                                | 10,41%      | 10,17%      | 9,18%       |
| Extranjeros                               | 0,47%       | 0,65%       | 0,79%       |
| BBVA                                      | 75,97%      | 75,97%      | 75,97%      |
| BONY (ADRs)                               | 8,16%       | 7,12%       | 6,94%       |
| <b>Total</b>                              | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> |

# Finanzas responsables



---

El riesgo forma parte del negocio bancario y su gestión supone un reto diario para las compañías del sector. En BBVA Banco Francés aplicamos el principio de precaución en todas nuestras operaciones, siguiendo los lineamientos de nuestro accionista de referencia.

### Principio de precaución: gestión del riesgo

El riesgo forma parte del negocio bancario, es un elemento inherente a esta actividad, y su gestión - no solo los vinculados a aspectos financieros sino también sociales, ambientales y reputacionales - supone un reto diario para las compañías del sector. De esta forma, en BBVA Banco Francés aplicamos el principio de precaución en todas nuestras operaciones, siguiendo los lineamientos de BBVA, nuestro accionista de referencia.

En este marco, buscamos en primer lugar preservar la solvencia de la entidad. A su vez, trabajamos para que la exposición al riesgo se mantenga en unos límites controlados, basados en parámetros previamente establecidos y con un perfil equilibrado. Por último, abordamos la gestión de riesgos de modo de que nuestras políticas y acciones se conecten claramente con los objetivos estratégicos del Grupo, buscando que todas las decisiones que tomemos contribuyan a crear valor mediante la minimización de situaciones desventajosas para el Banco. Esto se logra con principios básicos de actuación bien definidos y un control del riesgo a lo largo de todo nuestro negocio.

---

En BBVA Banco Francés aplicamos el principio de precaución en todas nuestras operaciones, siguiendo los lineamientos de nuestro accionista de referencia.

Además, con el objetivo de diseñar e implantar una metodología corporativa para la identificación, evaluación e impulso de la gestión del Riesgo Reputacional, se creó una herramienta a nivel Grupo BBVA - nuestro accionista mayoritario - para ser aplicada localmente en todos los países. En la Argentina, comenzamos a implementarla en 2010, siendo el Comité de RRC, junto con la coordinación de la Dirección de Relaciones Institucionales y Unidad Riesgo Operacional, el responsable de la identificación y

estimación general del Impacto de Riesgos Reputacionales. Los grupos de interés que alcanza esta actividad son: Clientes, Accionistas, Regulador, Empleados, Proveedores y la Sociedad en general. Una vez realizado este ejercicio de identificación de los riesgos y evaluación del impacto, el Comité propuso acciones de RRC en base a los resultados de dicho análisis.

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

La Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación de Actividades Terroristas constituye un objetivo prioritario para BBVA Banco Francés, y está directamente relacionado con nuestro compromiso de favorecer y preservar el bienestar de los distintos entornos sociales en los que desarrollamos actividades. Es así que, desde un área específica de Prevención del Lavado de Dinero, trabajamos para evitar que nuestros productos y servicios sean utilizados con finalidad delictiva, ya que eso constituye un requisito indispensable para preservar uno de nuestros principales activos: la confianza de las personas e instituciones con las que nos relacionamos diariamente.

Durante 2010 continuamos concientizando y sensibilizando a nuestros empleados sobre la importancia del tema para el Banco. Actualizamos los contenidos del curso "Prevención de Lavado de Dinero" y lo incorporamos en la plataforma de formación online e-campus. De esta manera, capacitamos a 1.971 colaboradores, registrándose 11.925 horas de formación en esta temática.

A su vez, destacamos las siguientes actividades realizadas en 2010:

- **Sistemas de monitorización:** implementamos el sistema "Mantas", que cuenta con 18 escenarios de monitoreo de operaciones inusuales y sospechosas y realizamos una actualización del programa "Fircosoft", que es la herramienta con la que efectuamos el control del Terrorismo y de Personas Políticamente Expuestas (PEPs).
- **Información disponible para todos los empleados:** contamos con un Manual de Procedimientos y Normas disponible para todos nuestros empleados en nuestra Intranet, para que sepan cómo actuar ante una operación sospechosa y estén actualizados en materia de Prevención de Lavado y Financiamiento del Terrorismo.

---

La Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación de Actividades Terroristas constituye un objetivo prioritario para BBVA Banco Francés, y está directamente relacionado con nuestro compromiso de favorecer y preservar el bienestar de los distintos entornos sociales en los que desarrollamos actividades.

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

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

Para el año 2011 el desafío será reemplazar el sistema Integral de Gestión de Alertas (SIGA) por un sistema que impulse una gestión de alertas más dinámica y eficiente, y mejorar el Plan de Redocumentación de Clientes que abarcará la totalidad de la clientela.

### Principios de Ecuador: financiación de proyectos

El Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, es firmante desde el año 2004 de los Principios de Ecuador, comprometiéndose a evaluar y gestionar los impactos sociales y medioambientales de los proyectos que financia en cada país. Atento a esto es que nos encontramos trabajando en el desarrollo local del Manual de Procedimiento de la Financiación Estructurada. El objeto de este procedimiento es describir la metodología de valoración, y administración del riesgo ambiental y social de los proyectos gestionados por nuestra entidad. Este análisis incluye las siguientes etapas:

1. Identificación del riesgo
2. Estimación del riesgo
3. Categorización del riesgo:
  - Categoría A: proyectos de riesgo alto,
  - Categoría B: proyectos de riesgo medio y
  - Categoría C: proyectos de riesgo bajo

Además, durante 2010 dos empleados obtuvieron capacitación de la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEPFI), lo cual incluye programas de formación - tanto presenciales como online - vinculados con la consideración de los riesgos medioambientales en la toma de crédito. A partir de esto, la intención es generar en 2011 una capacitación interna que permita concientizar a los empleados del área de Riesgos en el tema medioambiental.

---

Nos encontramos trabajando en el desarrollo local del Manual de Procedimiento de la Financiación Estructurada, el cual describirá la metodología de valoración, y administración del riesgo ambiental y social de los proyectos gestionados por nuestra entidad.

# Productos y servicios responsables



En BBVA Banco Francés, buscamos contribuir al desarrollo sustentable del entorno social y ambiental donde desarrollamos nuestras actividades. En este sentido, creemos que favorecer el acceso a productos y servicios financieros a la mayor cantidad de segmentos de población es una de las expresiones más genuinas de la responsabilidad corporativa de una entidad financiera.

Comprometidos con la inclusión financiera, ofrecemos una amplia variedad de soluciones para pequeñas y medianas empresas (PyMes), quienes cumplen un rol significativo en el desarrollo del país, así como también generamos y desarrollamos diversos acuerdos de colaboración con organismos e instituciones.

## Apoyo a las pequeñas y medianas empresas

| En millones de pesos ARG        | Año 2010 | Año 2009 | Año 2008 |
|---------------------------------|----------|----------|----------|
| Stock de financiamiento a PyMes | 4.324    | 2.323    | 2.800    |

Como Banco comprometido en el desarrollo sustentable de nuestra sociedad, y con el objetivo de incentivar el crecimiento, ofrecemos diferentes productos y servicios adaptados a este segmento del mercado, buscando satisfacer sus necesidades de financiamiento de corto y largo plazo.

Durante 2010 generamos y mantuvimos alianzas con organismos gubernamentales, e instituciones nacionales e internacionales trabajando conjuntamente en líneas de préstamos con financiamiento especial para PyMes: Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR), Provincias de Mendoza y San Juan, Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (Sepyme) y Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE).

Como Banco comprometido en el desarrollo sustentable de nuestra sociedad, y con el objetivo de incentivar el crecimiento, ofrecemos diferentes productos y servicios adaptados para PyMEs, buscando satisfacer sus necesidades de financiamiento de corto y largo plazo.

Una importante contribución que realizamos para el desarrollo de las PyMes es a través de capacitación en temáticas que son de su interés para el desempeño de sus tareas. Durante 2010 profundizamos el acercamiento con clientes actuales y potenciales mediante una mayor cantidad de cursos, talleres y charlas. Además, mediante un subsidio de la Sepyme comenzamos a armar un Programa de Capacitación para PYMES con diversas casas de estudios. El objetivo es continuar desarrollando este Programa en 2011 y comenzar a implementarlo.

En relación a la temática de comercio exterior, continuamos realizando capacitaciones con la Cámara de Importadores, el Centro de Despachantes, la Universidad del Salvador y demás entidades con las que tenemos convenios recíprocos de formación y organización de actividades y eventos, alcanzando así una convocatoria de más de 1.500 empresas (entre PyMes y Corporativas), más de 700 Despachantes de Aduana de todo el país y misiones comerciales con la Cámara Brasileña de Comercio Exterior durante el año 2010.

| Préstamos a Empresas con Líneas de Financiamiento Especial (en miles de pesos ARG) | 2010                   |                 | 2009                   |                 |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|
|                                                                                    | Operaciones realizadas | Total liquidado | Operaciones realizadas | Total liquidado |
| Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR)                                               | 1                      | 769,00          | 12                     | 6.365,31        |
| Calidad San Juan                                                                   | 11                     | 7.460,00        | 18                     | 4.590,00        |
| Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (Sepyme)       | 259                    | 66.514,28       | 201                    | 30.703,00       |
| Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) PESOS - Proyectos de inversión       | 11                     | 17.384,92       | 2                      | 5.500,00        |
| Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE) DÓLARES - Proyectos de inversión     | 0                      | 0,00            | 3                      | 747,32          |

A su vez, participamos de la 21ª edición del Premio Emprendedor Agropecuario, que estimula y premia la innovación en emprendedores.

Durante el año se llevaron a cabo 40 eventos que se pueden dividir en 4 categorías:

- **Talleres de Formación y Actualización:** cursos de "Actualización Normativa y Cambiaria", "Cartas de Crédito para Clientes", "Cartas de Crédito, Cobranzas, Órdenes de Pago y Transferencias, para Oficiales de Banca Empresas", "Entrada en vigencia de un nuevo régimen en el Sistema de Seguimiento de Pago de Importaciones" y "Factura Electrónica".
- **Ferias y Exposiciones:** una fuerte presencia del Banco
- **Seminarios:** Análisis Macroeconómico, Análisis de Mercados y Análisis Políticos por reconocidos disertantes
- **Convención Anual Comex** (Comercio Exterior)

## Acompañando la investigación

En 2010, continuamos con la alianza con el Consejo Nacional de Investigación Científicas y Técnicas (CONICET), sus Centros Científicos Tecnológicos y sus Unidades Ejecutoras. A fines de 2010, existían más de 100 cuentas corrientes abiertas gracias a este convenio, generando un flujo muy importante de comisiones y pasivos a lo largo de todo el país, y sinergizando la relación con otros sectores del Banco, atendiendo así a nuestro mayor plan de haberes.

Además, reconociendo el aporte constante del CONICET a todos los campos de la investigación y la ciencia, durante 2010 auspiciamos dos importantes eventos en la Argentina: los Juegos Conicet de la Ciudad de Mendoza y las Jornadas de Mastozoología de Bahía Blanca. De esta manera, reafirmamos el propósito de afianzar una relación que fue creciendo en el transcurso de tres años, y en la que nos propusimos acompañar una misión tan relevante para el país.

## Acuerdos de colaboración

Con el fin de generar acuerdos de colaboración que beneficien a sectores vulnerables, continuamos con las alianzas con organismos e instituciones nacionales e internacionales. Durante 2010, mantuvimos el acuerdo con el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), generado en 2008, en el cual esta entidad se beneficia con nuestro aporte a través de los siguientes mecanismos:

- **Renovación:** La renovación se bonifica solo por consumos, con un consumo anual requerido de \$15.000 para tarjetas Visa Internacional y \$24.000 para tarjetas Visa Gold. Si el cliente consume los montos requeridos se le bonifica automáticamente el 50% del costo de renovación y aportamos a UNICEF el otro 50% del valor del costo de renovación. Si el cliente no alcanza los montos mínimos de consumo requere-

dos aportamos igualmente a UNICEF el 50% del valor de costo de la renovación.

- **Activación Temprana:** Si el cliente compra en 3 o más cuotas antes de los 60 días de aceptado el plástico, aportamos a UNICEF el valor de una cuota con un tope de \$30 por cuentas Internacionales y \$60 por cuentas Oro.
- **Resumen de cuenta:** Aportamos a UNICEF un 25% del cargo por emisión de Resumen de Cuenta por cada resumen que se envíe de las tarjetas Visa UNICEF.
- **Donaciones:** Donamos a UNICEF el mismo monto que los clientes adhieren al débito automático de UNICEF, con un tope máximo de \$30 en Visa Internacional UNICEF y \$50 en Visa Oro UNICEF.

Este acuerdo finalizó en diciembre de 2010, y ya nos encontramos trabajando en la renovación para el año 2011.

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

---

Durante 2010 continuamos con las alianzas y acuerdos de colaboración desarrollados con el Consejo Nacional de Investigación Científicas y Técnicas (CONICET), Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y Fundación Carolina.

# Gestión Responsable de Recursos Humanos



## Compromiso con nuestros empleados

En BBVA Banco Francés “trabajamos por un futuro mejor para las personas” y eso se refleja en la gestión que realizamos de

nuestro capital humano, brindando igualdad de oportunidades, desarrollando un buen clima laboral, incentivando el desarrollo profesional y personal, y asegurando la calidad de vida de nuestros empleados.

| Indicadores de Recursos Humanos          | 2010   | 2009   | 2008 <sup>(1)</sup> |
|------------------------------------------|--------|--------|---------------------|
| <b>Cantidad de empleados</b>             | 4.576  | 4.082  | 4.252               |
| <b>Por categoría</b>                     |        |        |                     |
| % Comité Dirección y Direc. Corporativos | 0,22%  | 0,10%  | -                   |
| % Equipo Directivo                       | 0,79%  | 1,20%  | 1%                  |
| % Mandos Medios                          | 11,80% | 13,10% | 13%                 |
| % Especialistas                          | 22,81% | 22,50% | 41%                 |
| % Fuerza Ventas                          | 33,26% | 39,90% | 22%                 |
| % Puestos Base                           | 31,12% | 23,20% | 23%                 |
| <b>Por edad</b>                          |        |        |                     |
| Edad Promedio Mujeres                    | 36     | 36     | -                   |
| Edad Promedio Hombres                    | 41     | 41     | -                   |
| Menores a 25 años                        | 5,31%  | 4,40%  | -                   |
| De 25 a 45 años                          | 70,76% | 71,20% | -                   |
| Más de 45 años                           | 23,93% | 24,40% | -                   |
| <b>Por género</b>                        |        |        |                     |
| Mujeres                                  | 2.027  | 1.707  | 1.755               |
| Hombres                                  | 2.549  | 2.375  | 2.497               |
| <b>Por región</b>                        |        |        |                     |
| AACC (Áreas Centrales)                   | 1.887  | 1.592  | 1.697               |
| Suc - Cap y GBA                          | 1.546  | 1.418  | 1.442               |
| Suc - Interior                           | 1.143  | 1.072  | 1.113               |
| <b>Por tipo de contrato</b>              |        |        |                     |
| Contratos plazo fijo                     | 15     | 2      | 2                   |
| Efectivos                                | 4.561  | 4.080  | 4.250               |
| <b>Por jornada laboral</b>               |        |        |                     |
| Parcial                                  | 245    | 54     | 99                  |
| Completa                                 | 4.331  | 4.028  | 4.153               |
| <b>Otros indicadores</b>                 |        |        |                     |
| Antigüedad promedio                      | 12,0   | 13     | 12,3                |
| Número de altas de empleados             | 395    | 24     | 174                 |
| Rango entre el salario inicial y SMVM    | 2,57   | 2,28   | 2,07                |

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

| Índice de Rotación                             | 2010   | 2009   | 2008  |
|------------------------------------------------|--------|--------|-------|
| Índice de Rotación total                       | 3,23%  | 4,83%  | 2,52% |
| Rotación no deseada total                      | 1,20%  | 0,66%  | 1,51% |
| <b>Por género</b>                              |        |        |       |
| Mujeres                                        | 31,76% | 35,20% | -     |
| Hombres                                        | 68,24% | 64,80% | -     |
| <b>Por edad</b>                                |        |        |       |
| Menores a 30 años                              | 0,52%  | 0,49%  | 1,18% |
| Entre 30 y 50 años                             | 1,62%  | 1,42%  | 0,40% |
| Mayores de 50 años                             | 1,09%  | 2,89%  | 0,94% |
| <b>Por región</b>                              |        |        |       |
| AACC (Áreas Centrales)                         | 2,01%  | 2,20%  | 1,03% |
| Sucursales de CABA y Provincia de Buenos Aires | 0,76%  | 1,20%  | 0,85% |
| Sucursales del Interior                        | 0,46%  | 1,40%  | 0,63% |

En BBVA Banco Francés  
“trabajamos por un futuro mejor  
para las personas” y eso se refleja  
en la gestión de nuestro capital  
humano.

## No discriminación e igualdad de oportunidades

Prestamos especial atención a la gestión de la diversidad, integrando este concepto en la relación que establecemos con nuestros empleados, orientada hacia el respeto y la inclusión de las diferencias para aprovechar al máximo sus capacidades. Todos nuestros procesos de recursos humanos fueron diseñados y actualmente gestionados de manera tal que garanticen la igualdad de oportunidades.

Durante 2009 firmamos con el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) el convenio para participar del Programa Piloto de Certificación de Empresas

| Indicadores de diversidad            | 2010 | 2009 | 2008 |
|--------------------------------------|------|------|------|
| <b>Por diversidad laboral</b>        |      |      |      |
| % Empleados Hombres                  | 56%  | 58%  | 59%  |
| % Empleados Mujeres                  | 44%  | 42%  | 41%  |
| <b>Otros indicadores</b>             |      |      |      |
| Mujeres en cargos gerenciales        | 11   | 11   | 12   |
| Empleados con capacidades especiales | 9    | 9    | 9    |

|                               | 2010    |         | 2009    |         |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|
|                               | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| <b>Empleados por segmento</b> |         |         |         |         |
| Equipo Directivo              | 80,43%  | 19,57%  | 79,17%  | 20,83%  |
| Mandos Medios                 | 79,44%  | 20,56%  | 78,73%  | 21,27%  |
| Especialistas                 | 54,60%  | 45,40%  | 57,03%  | 42,97%  |
| Fuerza de Ventas              | 53,42%  | 46,58%  | 56,48%  | 43,52%  |
| Puestos Base                  | 49,16%  | 50,84%  | 49,26%  | 50,74%  |

en Equidad de Género 2009 (MEGA), que cuenta con el apoyo y asistencia técnica del Banco Mundial. De esta manera, nos convertimos en el primer banco del país en obtener la certificación MEGA, demostrando una vez más la firme voluntad de BBVA Banco Francés por promover estilos de crecimiento que fomenten el desarrollo de todos sus recursos.

El **Modelo de Equidad de Género para Argentina** (MEGA) es una herramienta que promueve la igualdad de oportunidades entre mujeres y varones en el mercado laboral e incluye aspectos vinculados a la selección, la formación, el desarrollo profesional, la conciliación de la vida familiar y laboral, el acoso sexual, el clima laboral y la promoción de imagen de equidad.

En el marco de dicha herramienta, contamos con la Comisión de Equidad de Género y redactamos una Política de Equidad de Género donde asumimos el compromiso de:

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

Durante 2010 participamos de la conformación del “Grupo Empresas por la Equidad de Género” junto a otras organizaciones que también lograron la Certificación MEGA y fuimos invitados por el Banco Mundial a exponer nuestras vivencias en la implementación de este modelo de mejora continua en la Cumbre de la Mujer Empresaria, realizada en Colombia durante el mes de junio.

Durante 2010 participamos de la conformación del “Grupo Empresas por la Equidad de Género”, participamos activamente en el Programa de Diversidad de Género del Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, e implementamos “Genera”, una red interna de networking femenino.

Además, participamos activamente en el Programa de Diversidad de Género del Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia. El mismo está coordinado por un Comité Estratégico de Diversidad y un Comité Operativo de Diversidad cuyas responsabilidades son la determinación de objetivos globales y proponer planes de diversidad, respectivamente.

Localmente, implementamos "Genera", una red interna de networking femenino que tiene como fin fomentar el intercambio de experiencias en base a debates propuestos y difundir mejores prácticas. Actualmente, se encuentra en etapa de prueba piloto con perspectivas de ampliar el acceso a mayor cantidad de empleados durante el año 2011.

## Libertad de asociación

En BBVA Banco Francés tenemos un profundo respeto por la legislación vigente en materia de derechos laborales y la negociación colectiva. Consideramos el diálogo y el consenso con las representaciones sindicales como las mejores fórmulas para la resolución de conflictos. Nuestro compromiso con la libertad sindical permite y facilita la representación gremial de todos nuestros empleados a nivel Nacional, a la vez que genera una comunicación fluida con las Comisiones Gremiales Internas (CGI) de las diferentes localidades del país y con todas las seccionales de la Asociación Bancaria a nivel Nacional. El 100% de nuestros empleados están incluidos en algún convenio colectivo, aún cuando las negociaciones y acuerdos salariales alcanzan hasta la categoría de Jefe Principal de Departamento.

## Empleo, selección y política de remuneraciones

El área de Selección dentro del Banco trabaja para asegurar que todas las decisiones de selección se basen en el mérito y la capacidad profesional, brindando las mismas oportunidades para todos los postulantes.

Durante 2010, se actualizó y publicó en nuestra Intranet la Política de Selección de Recursos Humanos, la cual se basa en Principios Básicos de actuación que garantizan:

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

Además, en octubre de 2010 lanzamos el Plan de Presentación de Candidatos por medio del cual invitamos a los empleados a que colaboren en la incorporación de los mejores candidatos, recomendando a personas de su entorno personal, familiar o social que cumplan con los perfiles requeridos. La gestión

de los candidatos presentados se realiza íntegramente por el e-preselec, una herramienta corporativa utilizada para reclutar y gestionar los procesos de selección vía online.

### Evaluaciones de candidatos

Para evaluar el perfil de los candidatos utilizamos la plataforma corporativa E-value, que contiene un conjunto de pruebas interactivas y objetivas a través de las cuales se evalúan habilidades específicas para cada puesto y aptitudes de razonamiento verbal, numérico, diagramático así como también conocimientos de inglés.

Asimismo, con motivo de la reglamentación impuesta por el Banco Central de la República Argentina, incorporamos dentro de los estudios preocupacionales el Control de Terroristas, con el objetivo de verificar que nuestros futuros empleados no estén incluidos en dichas nóminas. En este marco, todos los ingresantes reciben un cuadernillo informativo sobre la Política Corporativa en el Ámbito de los Mercados de Valores, comprometiéndose en el mismo acto a asumir una conducta responsable en este aspecto.

### Plan de Atracción de Talentos

Nuestro Plan de Atracción de Talentos tiene como objetivo convocar a estudiantes y graduados a participar de nuestras oportunidades laborales. Alineados a este Plan, durante 2010 implementamos una serie de acciones dirigidas a posicionarnos como empleadores de primera línea: seguimos promocionando nuestro Campus Virtual de Empleo BBVA; continuamos con presencia activa en las principales redes sociales como Facebook, LinkedIn y Hi5; estuvimos presentes en las ferias de empleo de las universidades más reconocidas; y participamos en las ferias de empleo virtuales Expozonajobs y Expobumeran.

### Política de Remuneraciones

En BBVA Banco Francés consideramos la política de remuneraciones como un elemento clave para la creación de valor, que refuerza nuestra capacidad de atraer y retener al capital humano, y facilitar la generación de un adecuado ambiente de trabajo.

Es por eso que nuestra política de remuneraciones tiene en cuenta los siguientes principios:

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

El cumplimiento de estos principios permite conformar un sistema retributivo equilibrado y coherente con nuestra estrategia y nuestros valores. Además, a efectos de compensar la aportación de resultados tangibles, continuamos con el sistema de retribución variable para el 100% de la plantilla.

Durante 2010, continuamos participando en encuestas de mercado salarial, tanto del sector bancario como del mercado general, a los fines de asegurar la competitividad externa de nuestra compensación total. La posición del Banco respecto al mercado es de 75 percentil para el Equipo Directivo y 50 percentil para el resto de la población.

## Evaluación de actuación

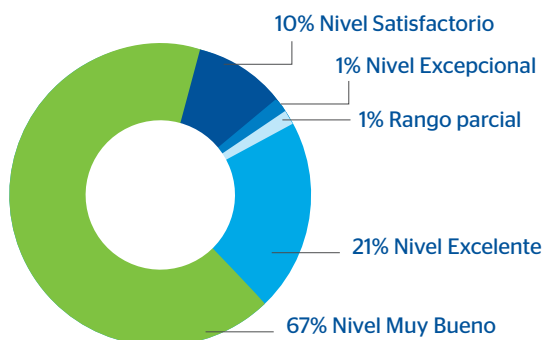
La evaluación de actuación tiene alcance a todos los empleados, y tiene como fin evaluar el desempeño profesional y la consecución de los retos fijados a principios de año. Se realiza en dos etapas: a principios de año se establece la fijación de objetivos y su respectiva ponderación, y el 31 de enero del año siguiente se cierran las evaluaciones consignando el cumplimiento de objetivos de cada empleado. La evaluación recompensa los logros alcanzados y el esfuerzo de cada colaborador. Su resultado sirve para iniciar el proceso de cálculo de la remuneración variable.

A partir de 2010 hemos incorporado objetivos relacionados con las actitudes definidas en el Plan BBVAX3:

- Ambición: No Nos Conformamos
- Sencillez: Hazlo Sencillo
- Foco en el Cliente: El Cliente lo Primero
- Cooperación: Todos Juntos

Para más información sobre el Plan BBVA X3 ver Capítulo 1.

## Resultados del proceso de evaluación de actuación



Datos publicados correspondientes a 2009. Los datos de 2010 aún se estaban recolectando al cierre de la presente publicación.

## Programas de formación en conocimientos y habilidades

### Planes de Desarrollo Individual

Continuamos con la gestión de los Planes de Desarrollo Individual (PDI), los cuales totalizaron 4.860 horas de formación e-learning y presencial con 816 participantes en 2010.

### Programas de Management

Durante 2010 seguimos llevando a cabo los Programas de Management, tanto locales como corporativos, destinados al desarrollo de los líderes de BBVA Banco Francés. Este año volvimos a dictar el Programa local "Liderazgo Positivo", dirigido a los mandos medios de la organización, alcanzando un total de 3.682 horas de formación (parte presencial y parte online) y 288 supervisores, gerentes y directivos. También realizamos una nueva edición del Programa de Desarrollo Directivo (PDD), un programa de management corporativo donde adaptamos al contexto local los lineamientos planteados por el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia. El Programa fue dictado y adaptado con la Universidad de San Andrés, representando un total de 2.240 horas de formación para 28 personas.

### Canal de Formación E-learning: e-campus

Continuamos afianzando el posicionamiento de esta plataforma como una de las herramientas más valiosas para la formación de nuestros empleados. En ella ofrecimos los cursos de carácter corporativo y cursos de desarrollo local entre los cuales se encuentran 45 cursos de Productos y Normativos para nuestro país, 86 cursos corporativos con adaptación local y 211 cursos que realizan las áreas globales a través de e-campus, con contenido totalmente en inglés. A través de este canal se capacitaron 3.524 personas mediante 61.808,7 horas de formación online.

### Cursos de Inglés

Este año continuó funcionando la "Escuela de Inglés" local, dirigida a empleados que poseen el idioma como competencia crítica, y presentan una brecha entre su nivel y el requerido por su puesto. Tanto los contenidos presenciales como los contenidos on-line (e-campus) están segmentados en 14 niveles de manejo del idioma, desde Nivel Básico a Avanzado. Durante 2010 se dictaron 4.452 horas de formación presencial, con la asistencia de 149 personas. En los cursos dictados por medio de la plataforma e-campus se registraron 482 participaciones que alcanzaron un total de 1.739 horas de formación.

### Becas para Posgrados

Durante 2010, continuamos aplicando la Política de Becas y descuentos para estudios de posgrado, para aquellos empleados que estudien especialidades con aplicación práctica dentro del Banco. Las universidades con las cuales tenemos becas o descuentos son la UADE, UCA, ESEADE, UP y UCES. Este año se beneficiaron 6 personas con ayuda económica, quienes destinaron 1.442 horas a su formación.

## Equidad de Género

En relación con la certificación obtenida en 2009 del Modelo de Equidad de Género para Argentina (MEGA) este año actualizamos el curso "Equidad y Género", disponible para todos los empleados en la plataforma e-campus. Fomentamos su realización con acciones de promoción sobre quienes aún no lo habían finalizado, logrando que un total de 345 empleados completaran el curso.

## Responsabilidad Corporativa

Mediante la plataforma e-campus ofrecimos diversos cursos relacionados con la Responsabilidad Corporativa: "Compromiso BBVA en Materia de Derechos Humanos", "Responsabilidad social empresaria, más que sólo imagen" y "Responsabilidad y reputación corporativa".

| Cantidad de horas de Formación |                  |                |                |
|--------------------------------|------------------|----------------|----------------|
| Por Modalidad                  | 2010             | 2009           | 2008           |
| Presencial                     | 85.157,8         | 65.388         | 115.480        |
| Distancia                      | 0                | 20.649         | 27.383         |
| E-learning                     | 67.442,93        | 52.183         | 15.202         |
| <b>Total</b>                   | <b>152.600,7</b> | <b>138.220</b> | <b>158.065</b> |

| Promedio de Horas de Formación al año por empleado |      |      |
|----------------------------------------------------|------|------|
| Por Segmento                                       | 2010 | 2009 |
| Equipo Directivo                                   | 38   | 24   |
| Especialistas                                      | 33   | 27   |
| Fuerza de Ventas                                   | 37   | 37   |
| Mandos Medios                                      | 45   | 38   |
| Puestos base                                       | 29   | 27   |

## Clima laboral

Este año realizamos nuevamente la Encuesta de Clima Laboral, de carácter bianual, que alcanza a todos los empleados con una antigüedad en la compañía superior a los seis meses. Se tomaron en simultáneo las encuestas de Great Place to Work, medición emocional, y Class Fornell International, medición racional. Desde ambas consultoras se invitó a participar a todos los empleados por mail, utilizando al igual que en 2008 la metodología de censo, y generando para cada persona un acceso personal creado de manera aleatoria.

Desde Recursos Humanos realizamos una intensa campaña de comunicación interna para explicar la importancia de partici-

par en el proceso. En esta nueva medición se logró un índice de participación récord que alcanzó el 86%, equivalente a 3.732 colaboradores. En esta oportunidad el índice de satisfacción general fue de 59%.

Durante 2011 llevaremos adelante nuevos planes de acción generales y por área atendiendo a los resultados obtenidos, con el objetivo de mejorar el índice alcanzado en esta edición.

## Logramos un índice de participación récord en la Encuesta de Clima Laboral 2010 que alcanzó el 86%.

## Pasión por las personas

Este Programa, lanzado por el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, hace cinco años consiste en el desarrollo de iniciativas que buscan incrementar la satisfacción del personal, generando un excelente ambiente laboral para que se sientan orgullosos de trabajar y ser parte de BBVA.

En el marco de este Programa realizamos diversas iniciativas durante 2010:

- **Sorteo de entradas para espectáculos:** sorteamos 1.132 entradas entre los empleados para 15 shows de primer nivel.
- **Alianza BBVA Banco Francés y LAN:** acceso a la Tarjeta BBVA Banco Francés LANPASS para la acumulación de kilómetros con sus compras que sirven para viajar gratis por la Argentina y el mundo.
- **"Campaña Mundial":** en el marco Mundial de Fútbol Sudáfrica llevamos a cabo distintas actividades con el fin de motivar e incentivar la participación de los empleados.
- **Beneficio de telefonía móvil:** continúa vigente el beneficio que brinda la posibilidad de contratar una o varias líneas de telefonía celular con planes corporativos a precios muy convenientes.
- **Liga de Fútbol Profesional:** realizamos nuevamente el sorteo para que los hijos de empleados participen de una semana de entrenamiento en uno de los mejores campus de fútbol de España. Entre 49 postulantes salieron sorteados 10 chicos, de entre 8 y 13 años, que vivieron una experiencia inolvidable en el complejo "El Montayá", a pocos kilómetros de Barcelona.
- **Beneficio Hotelopia:** descuentos y beneficios con Hotelopia, con campañas especiales para los fines de semana largos, vacaciones de invierno y verano. Durante 2010 se realizaron 106 reservas.
- **Concursos internacionales:** realizamos dos concursos a nivel corporativo. Con motivo de la 4ª edición del Concurso Internacional de fotografía, se recibieron 838 fotografías, y como parte de la 6ª edición del Concurso Internacional de Dibujo Infantil, se

recibieron 597 dibujos de hijos de empleados.

- **Actualización de Beneficios:** Continuamos incorporando nuevos descuentos y beneficios para mejorar la calidad de vida de nuestros empleados, y mensualmente enviamos una e-card donde se destacan los beneficios del mes.
- **Talleres de salud:** realizamos talleres vinculados a mejorar el bienestar los empleados y sensibilizarlos de la importancia de tener una calidad de vida saludable.
- **Programa de liderazgo positivo:** continuamos con la formación de altos mandos del Banco en competencias que los ayuden a gestionar el clima laboral de sus áreas.
- **Torneos deportivos:** realizamos diferentes torneos de tenis, paddle (incluyendo familiares), fútbol masculino, fútbol femenino, golf, voley, bowling y ping pong, como así también se llevaron a cabo torneos interbancarios de fútbol masculino, tenis y golf.

## Beneficios personales

Como complemento del programa "Pasión por las personas", a través de nuestro Sistema de Beneficios buscamos 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.

- **Beneficios crediticios,** con una baja en las tasas de préstamos personales, hipotecarios y leasing; mayor flexibilidad en los ratios de los productos crediticios, ampliación de los montos para la compra de viviendas, accesibilidad a modificar las tasas de los préstamos hipotecarios, y precancelación de préstamos personales y leasing.
- **Programa de ayuda financiera a empleados.** Durante 2010, 123 empleados recibieron este beneficio.
- **Tarjeta regalo de fin de año.**
- **Incentivos para estudios universitarios o de posgrado.**
- **Ayudas vinculadas a hijos de nuestros empleados.**
- **Obsequios y Agasajos en días especiales.**
- **Planes de Medicina Prepaga a precio diferencial respecto del mercado.**
- **Espacio Comedor y Cafetería Libre.**
- **Servicio Médico Laboral.**
- **Premio por Antigüedad.**
- **Cursos de verano.** Con el nombre "Verano en el Zentro" se llevó a cabo una innovadora iniciativa para pasar un verano distinto en la ciudad, en la cual se ofrecieron los siguientes talleres: Yoga, Tai chi, Respiración, Taller de alimentación saludable, Club de lectura, Meditación y Workshops en Inglés. Un total de 218 empleados participaron de esta propuesta.
- **Mayor cantidad de días de vacaciones.**

## Comunicación interna

Entre los canales de diálogo que desarrollamos y gestionamos durante 2010 se destacan los siguientes:

**Intranet:** el lanzamiento en 2009 de la nueva plataforma de Intranet que se comparte con los países donde el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, está presente; logró un fuerte posicionamiento entre los empleados en 2010, brindándoles 337 noticias relacionadas a temas del negocio, Recursos Humanos, comunicación y cultura y Responsabilidad Corporativa.

**Revista interna "Adelante":** durante 2010 editamos tres números impresos en conjunto con todos los países del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario; agregándose una versión digital. La publicación cuenta con contenidos locales y corporativos del negocio y temas de interés de los empleados.

**Portal de Beneficios:** renovamos este Portal disponible en la Intranet desarrollando buscadores con más opciones para facilitar las búsquedas y localizar más rápidamente los comercios adheridos.

**Servicio de Atención al Empleado (SAE):** este canal, lanzado en 2009 y que tiene por objetivo proporcionar un servicio universal de atención para brindar respuestas rápidas y satisfactorias a los empleados, se afianzó durante 2010 gracias a distintas campañas que lograron que el 98% del personal haya tenido contacto por lo menos una vez con la herramienta. La actividad total del SAE durante el año, tanto en su modalidad de llamadas entrantes como salientes, fue de 58.038 consultas.

**"Encuentros BBVA":** durante 2010 organizamos una serie de desayunos ofrecidos a distintos colaboradores y coordinados por los miembros del Comité de Dirección en calidad de anfitriones. Allí, los invitados dialogaron de manera franca y abierta con los directivos. A su vez, la actividad permitió monitorear los temas más relevantes y las inquietudes o preocupaciones de los empleados. Durante el segundo semestre de este año realizamos 35 desayunos con colaboradores.

Además, contamos con las siguientes herramientas: casilla de correo de "Comunicaciones Internas", línea anónima y confidencial para el tratamiento de temas referidos al Código de Conducta, encuestas on-line y columnas de opinión en la intranet, Blogsfera, cartelería y espacio de avisos clasificados.

---

Lanzamos "Encuentros BBVA", una serie de desayunos ofrecidos a distintos colaboradores y coordinados por los miembros del Comité de Dirección en calidad de anfitriones.

| Vacaciones por antigüedad | Ley de Contrato de Trabajo (días) | Convenio Colectivo de Trabajo 18/75 | Banco Francés |
|---------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|---------------|
| Hasta 5 años              | 14                                | 17                                  | 19            |
| Hasta 10 años             | 21                                | 24                                  | 26            |
| Hasta 20 años             | 28                                | 30                                  | 33            |
| Más de 20 años            | 35                                | 35                                  | 35            |

## Salud y seguridad laboral

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

Bajo el Programa Salud Para Vos, este año desarrollamos un Programa de Abandono de Tabaquismo con una duración de diez sesiones, y brindamos sesiones de refuerzo a pedido de los concurrentes. También se dictaron siete ediciones del Taller de Estrés, Talleres de RCP + DEA (reanimación cardiopulmonar más desfibrilador eléctrico automático) y Talleres de Nutrición (Taller Saludable y De la Góndola tu mesa).

El Departamento Médico asesoró al Comité de Continuidad del Negocio, responsable del análisis de riesgos y de los sistemas de protección de los grandes centros, recursos y servicios críticos, en relación a la prevención de los efectos de la gripe en el invierno 2010: participamos de las reuniones, se elaboraron documentos para su análisis, creamos una sección en la Intranet destinada a información sobre el tema, respondimos las dudas del personal, a la vez que distribuimos alcohol en gel para todas las áreas del Banco y exacerbamos las medidas de higiene. También contamos con medicación antiviral para proveer a personas afectadas en caso que sea necesario, informamos sobre las características de la vacuna y brindamos el beneficio del reintegro del costo de la vacunación, a los empleados que quisieran vacunarse voluntariamente.

En 2010 el Programa Salud Para Vos brindó talleres de Abandono de Tabaquismo, de Estrés, de RCP y de Nutrición para todos nuestros empleados.

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

En materia de seguridad, como todos los años, continuamos realizando procesos de simulacros de evacuación de edificios en casos de emergencia, siguiendo las legislaciones locales, en los cuales el Departamento Médico colabora con la presencia de una ambulancia durante su realización. Durante 2010 se llevaron a cabo 246 simulacros de evacuación en 9 edificios corporativos, 78 sucursales de Capital Federal, 64 sucursales del Gran Buenos Aires, y 8 sucursales del interior del país, alcanzando a un total de 1.476 empleados capacitados en esta temática.

Respecto de nuestro plan de emergencia, para 2011 nos hemos planteado los siguientes objetivos:

- Actualizar los existentes y desarrollar los faltantes correspondientes al interior del país.
- Ampliar la capacitación a todos los empleados de las Oficinas Centrales, tal como sucede en sucursales.
- Llevar a cabo los simulacros en horario de atención al público.
- Mejorar los tiempos de evacuación en los ejercicios.

| Salud y Seguridad <sup>(1)</sup>              | 2010   | 2009   | 2008                |
|-----------------------------------------------|--------|--------|---------------------|
| Tasa de accidentes                            | 1,35   | 1,02   | 1,28 <sup>(2)</sup> |
| Tasa de enfermedades profesionales            | 0,09   | 0,02   | -                   |
| Tasa de absentismo                            | 455,34 | 474,49 | 2.297,57            |
| Tasa de días perdidos                         | 30,37  | 22,38  | 18,92               |
| Total accidentes y enfermedades profesionales | 94     | 63     | 73                  |
| Víctimas mortales                             | 0      | 0      | 0                   |

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

(2) Este valor representa la Tasa de accidentes y enfermedades profesionales para 2008, ya que el sistema no permitía diferenciar los conceptos.

## Voluntariado Corporativo

En BBVA Banco Francés contamos con una estrategia de Voluntariado Corporativo en la cual hacemos partícipes activos a nuestros empleados en acciones con valor social. Durante 2010, debido a la redefinición la estructura organizativa, no se realizaron actividades de voluntariado. Igualmente, dentro del Banco seguimos conservando el espíritu solidario y tenemos como desafío para 2011 la implementación de dos programas relacionados con esta temática: la creación de una Oficina de Voluntarios que administre y proponga proyectos, y un Concurso de Proyectos Sociales para nuestros voluntarios a través del cual ellos puedan proponer ideas en temas de ayuda social, premiando a las mejores.

# Compras Responsables



## Política y modelo corporativo de compras

Trabajamos para transmitir nuestros valores y cultura corporativa entre los proveedores y generar con ellos un vínculo de largo plazo.

Gestionamos nuestra cadena de valor a partir de un modelo de Compras, Inmuebles y Servicios que apuesta por una relación con los proveedores basada en la aplicación de criterios de objetividad, transparencia, profesionalidad e igualdad de oportunidades en la selección y posterior relación con los mismos.

En el marco de dicho modelo, este año lanzamos el Plan de Diferenciación 2010-2012 que pretende continuar mejorando la eficiencia interna y externa en la gestión con nuestra cadena de valor; y de esta forma, poder generar más valor para las demandas del cliente interno, centralizar las contrataciones en proveedores regionales en la medida de lo posible, de manera de incrementar el valor aportado por los proveedores, y alinear estos procesos a la estrategia de Responsabilidad Corporativa y demandas del mercado en materia de sostenibilidad.

Además, continuamos difundiendo entre nuestros proveedores la importancia de los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Para ello, seguimos incluyendo dentro del proceso de homologación preguntas relacionadas con los principios, y con mejores prácticas sociales y ambientales. También les entregamos una Carta de Adhesión, mediante la cual manifiestan su compromiso con la iniciativa de Naciones Unidas.

### Sistema homologación de proveedores

Contamos con un procedimiento de homologación mediante el cual los proveedores deben completar un cuestionario que incluye preguntas relacionadas con los principios, y mejores prácticas sociales y ambientales. Dicho cuestionario debe ser entregado por el proveedor junto con la documentación adicional que se le solicita para completar el proceso de homologación. Mediante diferentes auditorías en las empresas proveedoras, corroboramos lo reportado en los cuestionarios. La Normativa de Compras exige de la homologación a los proveedores con facturación inferior a 50.000 dólares anuales, compras de única vez, proveedores del exterior y compras de carácter urgente.

#### Sistema de homologación de proveedores <sup>(1)</sup>

|                                        | 2010   | 2009   |
|----------------------------------------|--------|--------|
| Proveedores a Homologar <sup>(2)</sup> | 195    | 202    |
| Proveedores analizados <sup>(3)</sup>  | 182    | 189    |
| Proveedores Homologados                | 166    | 176    |
| Proveedores rechazados                 | 2      | 13     |
| Porcentaje analizados                  | 93,33% | 93,56% |

(1) Los indicadores corresponden a datos numéricos de proveedores gestionados por el área de compras.

(2) No se incluyen aquellos proveedores homologados con una facturación menor a U\$S 50.000.

(3) Incluye proveedores homologados, rechazados y en proceso de homologación.

### Herramientas de gestión y de aprovisionamiento

La plataforma Adquira es una herramienta que utilizamos para administrar la gestión de compras que superen los \$15.000 más IVA. Esta herramienta permite tramitar los pedidos en forma automática, acelerando y simplificando los procesos, y brinda información para el armado de un estudio comparativo de precios y servicios de diferentes empresas. Además, la utilización de la plataforma genera mayor transparencia en el proceso de selección de los proveedores ya que permite ingresar las cotizaciones a través de Internet.

Durante 2010 se incorporaron nuevas funcionalidades que permiten un manejo más eficiente de la herramienta como por ejemplo el armado automático de subastas electrónicas a partir de una solicitud de cotización.

### Diálogo con nuestros proveedores

Fomentamos el diálogo permanente con nuestros proveedores para escuchar activamente sus inquietudes, necesidades y expectativas.

Como muestra del compromiso que tenemos con nuestros proveedores, continuamos realizando encuentros de diálogo en los cuales abordamos temas de interés para los mismos y para el Banco, generando un clima de confianza y un vínculo a largo plazo. Al igual que en años anteriores, el principal tema tratado fue el ajuste de precios de los servicios con motivo de la situación inflacionaria argentina. Durante 2010 participaron de estas reuniones alrededor de 30 proveedores.

Además de contar con esta instancia de diálogo, fomentamos el diálogo permanente con ellos para escuchar activamente sus inquietudes, necesidades y expectativas.

# Gestión ambiental y cambio climático



---

Convencidos de la importancia que tiene nuestro compromiso en la construcción del desarrollo sostenible, asumimos el respeto al medio ambiente y la eficiencia en el uso de recursos naturales como una de las dimensiones de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa.

### Política medioambiental

El compromiso de BBVA Banco Francés con el medio ambiente se basa en el convencimiento de la compatibilidad entre nuestra actividad económica y la naturaleza, la cual se refleja en el impacto de nuestras operaciones en el medioambiente. Entendemos que como entidad financiera nuestro impacto ambiental directo es mínimo - gestión de los inmuebles, uso de papel, viajes, etc., pero también conocemos nuestra responsabilidad dentro del impacto indirecto a través de la oferta de productos y servicios financieros, especialmente los relacionados con las actividades de financiación, la gestión de activos y la gestión de su cadena de proveedores.

En BBVA Banco Francés adoptamos la Política Medioambiental del Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, que expresa el compromiso que tenemos con la gestión ambiental sostenible del negocio y nuestra contribución a la lucha contra el cambio climático.

---

Nuestro compromiso de BBVA con el desarrollo sostenible y nuestra preocupación por el medioambiente se manifiesta públicamente con la adhesión a iniciativas internacionales.

### Objetivos de la Política Medioambiental

1. Cumplir la normativa medioambiental vigente.
2. Mejorar continuamente la identificación y gestión de los riesgos medioambientales de las operaciones financieras y de inversión.
3. Desarrollar productos y servicios financieros con beneficio medioambiental.

4. Ecoeficiencia en el uso de recursos naturales, fijación y cumplimiento de objetivos de mejora.
5. Gestionar los impactos directos a través de un sistema de gestión ambiental basado en la norma internacional ISO 14.001.
6. Influir positivamente en el comportamiento ambiental de los grupos de interés a través de la comunicación, concientización y sensibilización sobre la importancia del medio ambiente como variable adicional de gestión empresarial y personal.
7. Informar, concientizar, sensibilizar y formar a sus empleados en materia ambiental.
8. Apoyar el patrocinio, el voluntariado y la investigación medioambiental.
9. Apoyar a las principales iniciativas de lucha y prevención del cambio climático.

### Plan Global de Ecoeficiencia

En el año 2008 el Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, desarrolló un Plan Global de Ecoeficiencia (2008-2012) para contribuir a optimizar el uso de los recursos naturales y así minimizar nuestro impacto directo sobre el medio ambiente.

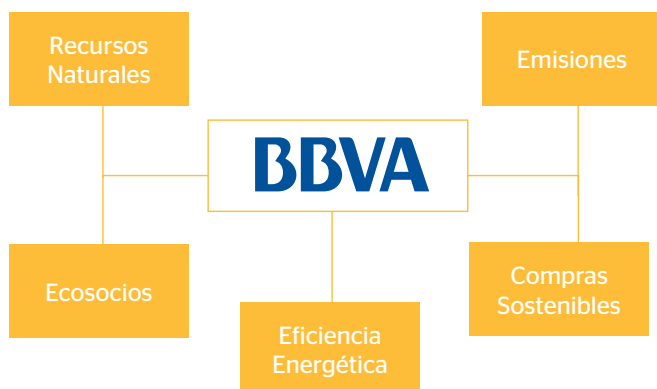
Durante 2010, y alineados a este Plan Global Corporativo, desarrollamos iniciativas que ponen en práctica nuestro compromiso con la gestión ambiental del negocio. Es así que realizamos las siguientes acciones:

**Racionalización del agua:** efectuamos el reemplazo de 47 canillas comunes por las automáticas en los edificios de Reconquista 40, Maipú 356 y Venezuela 540.

**Eficiencia energética:** realizamos los siguientes reemplazos en iluminación:

- Reemplazo de la iluminación de 470 lámparas incandescentes por tecnología LED en el edificio de Reconquista 40.
- Instalación de 38 sensores de presencia para el control de encendido de luminarias en sanitarios de los edificios Reconquista 40, Maipú 356 y Venezuela 540.

## Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012



- Adquisición de 1.200 luminarias LED para los nuevos dispositivos de seguridad de la red de sucursales. Comenzarán a instalarse durante el mes de enero de 2011.

A su vez, realizamos dos trabajos de investigación con el fin de mejorar nuestros procesos de gestión ambiental. Por un lado, junto a la empresa de electricidad Edesur, realizamos un estudio de eficiencia energética en una sucursal prototipo, donde analizamos el impacto del reemplazo del sistema actual de luminarias por tecnología LED. El proyecto apuntó a la reconversión de artefactos existentes y al reemplazo de los que no puedan ser modificados. Asimismo, desarrollamos varios prototipos de artefactos que han dado excelentes resultados, con un ahorro energético considerable. Como desafío para 2011 evaluaremos la posibilidad de implementar el estudio, de acuerdo con las prioridades del área y la estrategia del resto del Banco.

Por otro lado, en conjunto con la firma All Light (distribuidores de la firma Osram, empresa de productos eléctricos), realizamos un estudio de eficiencia lumínica para los edificios centrales, evaluando el reemplazo de las actuales luminarias por otras de menor consumo. Durante 2011 analizaremos la implementación de este proyecto.

## Certificación ambiental ISO 14001

En 2010 logramos la certificación de la ISO 14001 por nuestra gestión ambiental en los edificios corporativos.

### OBJETIVOS A 2012 (POR EMPLEADO)

- 20% CO2
- 10% Papel
- 7% Agua
- 2% Energía (electricidad)
- 20% Empleados en edificios ISO 14001 (26.000 empleados)

### Líneas de actuación en la Argentina del Plan de Ecoeficiencia

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

En septiembre de 2010 recibimos la certificación por la implantación del sistema de gestión conforme con la Norma ISO 14001. Los edificios alcanzados por esta certificación son: Reconquista 40, Maipú 356, Reconquista 199, Venezuela 538/40 e Independencia 169, donde trabajan casi 3.000 personas. Además, se realizaron visitas a un grupo de sucursales para evaluar la posibilidad de implantar el sistema de gestión bajo la norma internacional ISO 14001. De aprobarse la iniciativa, la misma comenzaría a implementarse en 2011.

## Impacto ambiental directo

Como parte del Plan Global de Ecoeficiencia, continuamos trabajando para optimizar y reducir los consumos de electricidad, agua, combustibles fósiles, residuos y emisiones en nuestros edificios y sucursales.

Con el objetivo de minimizar nuestro consumo de energía eléctrica, seguimos instalando y aplicando un sistema de supervisión y control automático de aire acondicionado. Durante 2010 instalamos 32 equipos en los edificios de Reconquista 40 y Venezuela 540, que comandan 87 equipos tipo splits. Esto permitió el encendido y apagado automático de los equipos de aire acondicionado, logrando temperaturas uniformes y ahorrando un 6% de la energía que se consume por grado de temperatura solicitado en exceso.

Con respecto al servicio de agua corriente, durante este año efectuamos consultas para evaluar la posibilidad de instalar equipos de medición en aquellas sucursales que no lo tienen.

## Auditorías ambientales en la red de sucursales

Durante 2010 llevamos a cabo la primera etapa de la auditoría ambiental en la red sucursales con el fin de detectar posibilidades de optimizar y automatizar el consumo de los servicios, y de colocar un sistema de control automático para las instalaciones termomecánica, luz, agua y gas. Auditamos un grupo de 110 sucursales de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, de las cuales pudimos obtener las siguientes proyecciones para 2011:

- **Agua:** proyectamos el reemplazo de 120 canilla comunes por automáticas.
- **Iluminación:** instalaremos 135 sensores de presencia, para controlar el encendido y apagado de luminarias en sanitarios y cocinas.
- **Energía eléctrica y aire acondicionado:** realizaremos la evaluación, prueba y selección de un sistema de control centralizados para el encendido y apagado de las instalaciones de aire acondicionado.

El resto de las sucursales del Banco serán evaluadas durante el primer semestre del año próximo.

## Emisiones atmosféricas

Las emisiones atmosféricas generadas por el Banco son producto de la utilización del transporte aéreo y terrestre, consumo de papel e insumos, y debido a los sistemas de calentamiento de agua, calefacción y grupos electrógenos. En relación a estos indicadores, sistematizamos y medimos nuestro impacto en base a la metodología de cálculo utilizada por el Grupo BBVA a nivel corporativo.

Con el objetivo de gestionar la utilización de los recursos y reducir nuestras emisiones, aumentamos los controles para disminuir el uso de los vehículos a los viajes estrictamente necesarios, fundamentalmente en los autos de alquiler. En cuanto al calentamiento de agua, su uso está siendo discontinuado y reemplazado por sistemas eléctricos, a la vez que los sistemas de calefacción a gas natural están siendo reemplazados por equipos eléctricos con bomba de calor. Asimismo, el uso de los grupos electrógenos se limita a las emergencias eléctricas en los edificios centrales y algunas sucursales, las cuales no ocurren con mucha frecuencia.

Durante 2010 efectuamos el monitoreo de las emisiones que se producen en los edificios centrales, como parte de los estudios de impacto ambiental realizados. En relación a los edificios en los cuales estaba pendiente la realización del estudio de impacto ambiental, hicimos presentaciones de la documentación requerida ante los diferentes entes nacionales para su ejecución en el corto plazo.

## Gestión de Residuos

### Reciclado de papel en desuso y utilizado

Continuamos realizando una división de los residuos que genera cada oficina, donde reciclamos el papel a través de un proceso de destrucción y enfardado para luego venderlo a una empresa dedicada a su compra. El monto recaudado es destinado al Club del Banco.

Este año adquirimos 619 contenedores para la clasificación de residuos, que fueron distribuidos entre los edificios certificados por la norma internacional ISO 14001. Además, continuamos realizando capacitaciones de clasificación de residuos a las empresas de limpieza, como resultado de la implementación del sistema de gestión.

También seguimos cumpliendo con la asignación del cupo diario de papel y cartón acordado con la Dirección General de Reciclado del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, para colaborar con el plan de erradicación de cartoneros. Esta tarea se desarrolla en los edificios de Reconquista 199, Maipú 356 y Reconquista 40. Por su parte, el papel generado en el edificio de Independencia 169 se destina al Hospital Pediatría Prof. Dr. Juan P. Garrahan.

### Baterías

Las baterías generadas por el uso de grupos electrógenos y los equipos UPS (fuentes de energía ininterrumpibles) son gestionados por las empresas de servicios, quienes las comercializan para el reciclado de plomo y plástico. Por otra parte, las baterías generadas por los sistemas de iluminación de emergencia así como las pilas comunes, son gestionadas como residuos peligrosos por una empresa homologada ante la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación.

## Formación y sensibilización medioambiental

Durante 2010 realizamos campañas de educación ambiental sobre reciclado de residuos y de papel, racionalización del uso del agua y energía eléctrica, que fueron difundidas por medio de la Intranet. Toda la información que se comunica por esta

vía se encuentra alineada con aquella que difunde el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia.

Para el próximo año tenemos previsto organizar la difusión de cursos sobre gestión de residuos, consumo responsable de la energía, deforestación y cambio climático.

## Indicadores Medioambientales

| BBVA Banco Francés                                     | 2010                         | 2009          | 2008          | Coficiente Emisión CO2           | Emisión CO2 2010 |
|--------------------------------------------------------|------------------------------|---------------|---------------|----------------------------------|------------------|
| Consumo de Agua (en m3)                                | 171.768,42 <sup>(1)</sup>    | 98.255,20     | 123.880,80    |                                  |                  |
| Consumo de Energía Eléctrica (en KWh)                  | 27.691.068,75 <sup>(2)</sup> | 33.130.628,40 | 33.292.331,26 | 0,306 * Kg CO2 / KWh (Argentina) | 8.478.575        |
| Consumo Gas Natural (en m3)                            | 83.158,00                    | 142.290,22    | 142.138,94    | 2,19 Kg CO2/m³                   | 182.116          |
| Consumo Diesel (en litros) <sup>(3)</sup>              | 1.257,00                     | 12.598,20     | 9.148,00      | 2,74 Kg CO2/l                    | 3.288            |
| Kilómetros recorridos Flota vehículos Directivos       | 117.121,00                   | 210.321,00    | 198.327,27    | 0,20 Kg CO2 por pasajero Km      | 23.424           |
| Kilómetros recorridos Flota vehículos Servicios        | 121.237,23                   | 378.642,29    | 734.025,27    | 0,20 Kg CO2 por pasajero Km      | 24.159           |
| Kilómetros recorridos Vehículos propiedad empleados    | 948.825,00                   | 1.045.894,00  | 1.208.092,36  | 0,20 Kg CO2 por pasajero Km      | 189.765          |
| Kilómetros recorridos Avión en tramos hasta 452 Kms    | 202.330,80                   | 91.542,20     | 102.761,50    | 0,18 Kg CO2 por pasajero Km      | 36.420           |
| Kilómetros recorridos Avión en tramos hasta 1.600 Kms  | 2.838.076,60                 | 2.652.073,70  | 3.234.321,80  | 0,15 Kg CO2 por pasajero Km      | 425.711          |
| Kilómetros recorridos Avión en tramos sup. A 1.600 Kms | 4.002.848,90                 | 2.425.831,90  | 4.134.102,50  | 0,11 Kg CO2 por pasajero Km      | 440.313          |

(1) Mayor consumo debido al hecho de que el año 2010 fue uno de los años más cálidos jamás registrados, junto con 2005 y 1998, según la Organización Meteorológica Mundial (OMM).

(2) El menor consumo se debe a las políticas de racionalización y control que viene implementando el Banco, incluyendo el cambio de iluminarias y al control de eficiencia energética que se está realizando en forma gradual.

(3) No incluye consumo de vehículos.

| Materiales utilizados y valorizados                                        | 2010       | 2009       | 2008       |
|----------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|
| Papel A4 (en kg) <sup>(1)</sup>                                            | 365.877,40 | 362.402,60 | 392.311,00 |
| Papel Oficio (en kg) <sup>(1)</sup>                                        | 12.755,60  | 19.719,70  | 33.062,40  |
| Papel utilizado en folletería, formularios, sobres, carpetas, etc. (en kg) | 649.290,2  | 771.520,74 | -          |
| Papel sanitario (en kg)                                                    | 34.098,80  | 26.598,73  | -          |
| Reciclado de Papel (en kg) <sup>(2)</sup>                                  | 165.170,00 | 176.830,00 | 12.870,00  |
| Videoconferencias (cantidad)                                               | 314        | 365        | 258        |
| Telepresencias (cantidad)                                                  | 69         | 89         | -          |
| Tonners reciclados (en kg) <sup>(3)</sup>                                  | 3.920,04   | 3.713,17   | 7.596,00   |

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

(2) El aumento en 2009 se debe a un mayor alcance en la sistematización del indicador durante dicho año.

(3) Equivale al peso de tonners consumidos.

# Compromiso con la Sociedad



## Aspectos relevantes en la sociedad

Continuamos gestionando programas para la comunidad, en actividades propias o brindando apoyo a terceras organizaciones, como muestra del compromiso que tenemos con el desarrollo de las sociedades en las que estamos presentes.

Este compromiso lo asumimos:

- Por convicción: La ética es un principio corporativo en BBVA Banco Francés.
- Por interés: Una sociedad mejor favorece el desarrollo de sus grandes empresas y es fuente de innovación
- Por necesidad: Creciente demanda social sobre el papel de las empresas en la comunidad.

Nuestro trabajo con la comunidad pone foco en el apoyo a la educación y la inclusión financiera. Buscamos crear y participar de programas de inversión social que sean sustentables en el tiempo y estén ligados con nuestro negocio, de manera de poder ofrecerle a las comunidades donde operamos nuestra experiencia, junto con nuestros productos y servicios financieros, y contribuyendo así con la mejora de la calidad de vida de las personas.

Los programas que desarrollamos pueden clasificarse en tres grupos:

- Programas originados y ejecutados por BBVA Banco Francés
- Programas originados por BBVA, los cuales BBVA Banco Francés adhiere
- Programas de terceras organizaciones patrocinados por BBVA Banco Francés

## Programas originados y ejecutados por BBVA Banco Francés

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

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

### Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés

#### “Un futuro mejor para todos”

Por cuarto año consecutivo desarrollamos el Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés que tiene como objetivo abordar el problema entre educación y pobreza, en cuanto a la integración y la permanencia en el sistema educativo de los jóvenes de familias de bajos ingresos, al mismo tiempo que fomentamos la inclusión financiera al entregarles un producto bancario para administrar la beca e incorporar a sectores vulnerables en el mercado financiero. De esta manera,

el Programa pone en práctica nuestros dos ejes estratégicos de la gestión de la Responsabilidad Corporativa: la inclusión financiera y la educación.

El Programa consiste en becas anuales individuales, en dinero, que se distribuye a los beneficiarios por medio de una tarjeta recargable diseñada ad-hoc. Los destinatarios son jóvenes de entre 12 y 19 años provenientes de familias de muy bajos ingresos, que se encuentren cursando la educación formal (nivel secundario) y cuya situación socioeconómica los pone en riesgo de deserción escolar. También incluye a aquellos que están fuera del sistema educativo, a fin de integrarlos a partir del desarrollo de habilidades técnicas que le faciliten una salida laboral. Como parte del Programa, los becarios cuentan con el acompañamiento de un facilitador o tutor, quien realiza un seguimiento personalizado, favoreciendo la participación y compromiso del alumno y el de sus familias para su contención y acompañamiento.

La Dirección de Relaciones Institucionales del BBVA Banco Francés se encuentra a cargo de la dirección general, pago de las becas, difusión y promoción. Mientras que la Fundación BBVA Banco Francés se ocupa de la gestión, control y administración del Programa. Por último, las organizaciones aliadas brindan soporte en la evaluación y seguimiento de los becarios seleccionados.

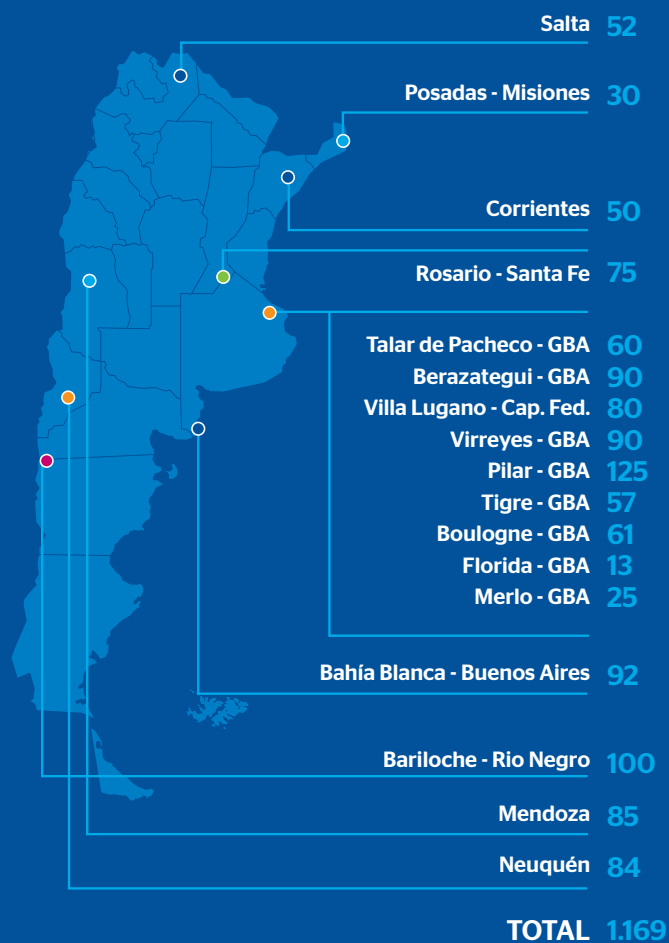
Durante 2010 incrementamos el número de beneficiarios pasando de 872 en 2009 a 1.169 este año. Por su parte, el Programa continuó desarrollándose en siete localidades del interior del país (Mendoza, Salta, Corrientes, Neuquén, Bariloche en la Provincia de Río Negro, Rosario en la provincia de Santa Fe y Bahía Blanca en la provincia de Buenos Aires) y este año incorporamos a la ciudad de Posadas, Provincia de Misiones. De esta forma, el Programa alcanzó en 2010 a 17 localidades de todo el país. Además, se incorporaron cuatro nuevas instituciones.

Este Programa fue declarado de Interés Educativo Nacional por el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación Argentina por medio de la resolución N°836/07.

## Gestión, evaluación y auditoría del Programa de Becas

La Fundación BBVA Banco Francés realiza el seguimiento del manejo y recarga de las tarjetas de los becarios activos, orienta a los becados en cuanto a la inversión de la cuota mensual, haciendo foco en los objetivos educativos de la beca, como así también de las reuniones periódicas con los tutores de los diferentes grupos. Asimismo, la Fundación se ocupa de la gestión de inconvenientes como pérdidas de tarjetas y blanqueo de PIN, y el control de las renovaciones de tarjetas recargables.

## LOCALIDAD BECAS



## 2010 - 1.169 Becas

Durante 2010 el Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés incrementó el número de beneficiarios de 872 a 1.169. Además, el Programa alcanzó a 17 localidades de todo el país.

Mensualmente se realizan informes de evaluación de los becados con el desempeño escolar: promedios trimestrales y finales del año, materias desaprobadas y observaciones generales. Durante el receso escolar se mantiene contacto con los tutores de las ONG's y los becados recibieron las recargas de las tarjetas normalmente.

De acuerdo a la normativa del Programa, los becados deben entregar cada mes la rendición de gastos luego de cada recarga. Una vez revisadas, se envían a un Estudio Contable, encargado de llevar a cabo la auditoría externa. La rendición de gastos correspondiente a la última cuota de beca, debe ser rendida en su totalidad y el saldo de la cuenta del becado debe quedar en "cero".

Como todos los años, la Fundación Grupo Sophia realizó dos evaluaciones, una en agosto y otra en noviembre, donde se analizaron cuatro dimensiones:

- Impacto de la beca
- Impacto educacional
- Valoración del Programa
- Impacto reputacional de BBVA Banco Francés
- Evaluación socioeconómica

De la evaluación realizada se destacan las siguientes conclusiones:

- El 41,7% de los jefes de hogar son asalariados informales.

- El 39,5% de los padres de los becados tiene primario completo, y sólo el 14,9% finalizó sus estudios secundarios.
- Importante mejora en cuanto al equilibrio sostenido en el comportamiento educativo, actitudinal y relacional. Los becarios pueden comprar los materiales/ útiles que necesitan (38,6%); ayudar económicamente en la casa (21,6%); mejorar en el estudio (9%) y sentirse más responsable (7,7%).
- El dinero de la beca se continúa destinando para la compra de útiles, indumentaria, pago de comida/ vianda y de las cuotas del colegio.
- Los becarios continúan considerando fácil la administración del dinero otorgado por el Programa (56,4%); así como consideran igual de fácil el uso de la tarjeta magnética (52,7%).
- Los padres de los becados consideran que el Programa contribuye "mucho" a mejorar la educación de sus hijos (88,8% en 2009 y 92,8% en 2010).
- Alta satisfacción de los padres respecto a la educación que reciben sus hijos/as (72% muy satisfecho y 26,1% satisfechos).
- Importante valoración de los padres sobre el servicio que brinda la escuela, en cuanto a calidad, efectividad, eficiencia y comunicación.
- El 62,5% de los becarios, el 82,2% de los padres y el 80,6% de la comunidad considera que ha mejorado "mucho" su opinión general sobre el Banco Francés desde que conoce el Programa.
- Para el 86,4% de los padres y para el 91,7% de la comunidad: "los bancos y las empresas sí deben invertir esfuerzos en

## Entidades asociadas al Programa Becas de integración BBVA Banco Francés

| ENTIDAD                                                                            | LOCALIDAD                  | BECARIOS 2010 |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------|
| 1. Asociación Civil Fe y Alegría                                                   | Corrientes                 | 50            |
| 2. Asociación Civil Fe y Alegría                                                   | Salta                      | 52            |
| 3. Asociación Civil La Educadora Compañía de Jesús                                 | Mendoza                    | 85            |
| 4. Cáritas San Isidro (Centro de Apoyo Familiar San Juan Bautista)                 | Tigre - GBA                | 30            |
| 5. Cáritas San Isidro (Obra Comunitaria Marcelino Champagnat)                      | Tigre - GBA                | 27            |
| 6. Cáritas San Isidro (Proyecto La Barca)                                          | Vicente López - GBA        | 13            |
| 7. Centro de Servicios para el Desarrollo Local Las Tunas                          | Talar de Pacheco - GBA     | 60            |
| 8. Fundación Brazos Abiertos                                                       | Misiones                   | 30            |
| 9. Fundación Claritas (Casa del Niño de Lourdes)                                   | Berazategui - GBA          | 70            |
| 10. Fundación Marista                                                              | Rosario - Santa Fe         | 25            |
| 11. Fundación Marista                                                              | Merlo - GBA                | 25            |
| 12. Fundación Ntra. Sra. de la Paz                                                 | Villa Lugano - Cap. Fed.   | 80            |
| 13. Grupo Educativo Marín (Colegio Plácido Marín)                                  | San Isidro - GBA           | 61            |
| 14. Instituto Nuestra Señora de Rosario                                            | Rosario - Santa Fe         | 50            |
| 15. Instituto Salesiano San Francisco Javier                                       | Bahía Blanca -Buenos Aires | 92            |
| 16. Instituto Salesiano San Francisco Javier                                       | Neuquén                    | 84            |
| 17. Instituto Salesiano San Francisco Javier                                       | Bariloche - Río Negro      | 100           |
| 18. Parroquia Nuestra Señora de Iratí                                              | Virreyes - GBA             | 90            |
| 19. Parroquia Sagrada Familia                                                      | Berazategui - GBA          | 20            |
| 20. Parroquia Santa Rosa de Lima<br>(Congregación Misionera de la Sagrada Familia) | Pilar - GBA                | 125           |
| TOTAL                                                                              |                            | 1.169         |

proyectos sociales en las comunidades en las que trabajan”.

- Este año egresaron 191 alumnos del Programa, llegando en los últimos tres años a un total de 331 egresados del secundario.
- Las bajas constituyeron un 1,96 % sobre el número inicial del año 2010 frente a un 2,17 % de bajas ocurridas en 2009.

### Informe sobre Programas de Becas Educativas en la Argentina

Este año realizamos una investigación sobre “Programas de Becas Educativas en la Argentina”. Para ello, realizamos un relevamiento de todos los programas de becas que fueron realizados en 2009 por empresas privadas y Organizaciones de la Sociedad Civil. Este trabajo fue conducido por el licenciado Daniel Arroyo y fue presentado el 18 de agosto, en el Salón Auditorio de la Cancillería argentina, en el marco de la Cátedra Abierta de Responsabilidad Social y Ciudadana del Foro Ecuménico Social. Asimismo, realizamos una presentación en las ciudades de Salta y Mendoza, ante la concurrencia de 200 empresarios, funcionarios y medios de prensa en cada localidad.

El informe muestra la diversidad de programas de becas, con sus distintas modalidades de instrumentación. La cantidad de becas que suman este conjunto de programas pone en evidencia el enorme desafío que podría asumir el sector privado y las ONGs, de aumentar este número de becas de manera considerable.



Este año egresaron 191 alumnos del Programa, llegando en los últimos tres años a un total de 331 egresados del secundario.

Entre las conclusiones de este informe se destacan los siguientes datos:

- Este informe surge del compromiso del BBVA Banco Francés con el mejoramiento de la educación en la Argentina en las familias con menores ingresos económicos.
- Se identificaron y describieron 13 programas, que suman un total de 10.797 becas escolares, terciarias y universitarias. Se analizaron en profundidad 9 de ellos.

---

Durante 2010 lanzamos el Programa Artistas por la Educación, una iniciativa que convoca a artistas destacados y de reconocida trayectoria, a adherir a la difusión de dicho Programa y a participar en talleres y conciertos.

- Los 9 programas analizados sumaron un total de 13 millones de pesos transferidos monetariamente a los becados durante 2009.
- El informe contiene valiosa información sobre esta forma de intervención en la sociedad y revela la potente sinergia que tienen las alianzas entre las empresas privadas y las distintas organizaciones a favor de estudiantes de familias de “bajos” y “muy bajos” ingresos.
- Según este informe, el BBVA Banco Francés se ubica como primera entidad financiadora y tercera en cantidad de becas otorgadas.

### Taller de expresión artística

En 2010, dimos continuidad a los Talleres de Expresión Artística en trece de las instituciones vinculadas al Programa de Becas, con el fin de integrar a los becarios, brindarles contención y crear nuevos canales de comunicación. Dichas instituciones convocaron tanto a alumnos becados como no becados, ampliando el alcance e impacto de los Talleres.

Entre los logros de los talleres se puede mencionar:

- Generación de trabajo en grupo, pertenencia y compromiso.
- Vehículo de expresión y comunicación.
- Espacio para canalizar emociones, sentimientos y conflictos internos.
- Promoción de valores: compañerismo, tolerancia, conocimiento mutuo.

Los distintos grupos realizaron presentaciones formales, donde los alumnos dieron a conocer a la comunidad el resultado de su aprendizaje en cada disciplina.

En todos los centros, la Fundación acompañó el proceso de organización y el Banco estuvo a cargo de los honorarios a los docentes, la compra de instrumentos y el refrigerio para los participantes.

### Programa Artistas por la Educación

También en el marco del Programa Becas de Integración, lanzamos durante 2010 el Programa Artistas por la Educación, una iniciativa que convoca a artistas destacados y de

reconocida trayectoria a adherir a dicho Programa. Este año participaron Pedro Aznar, Horacio Lavandera y Mario Parmisano, quienes se sumaron a la difusión del Programa de Becas a través de un video clip, y con su participación en talleres y conciertos.

El acto de lanzamiento se realizó en la Plaza 9 de Julio, de la ciudad de Salta, con un concierto del trío de tango jazz conducido por el gran pianista Mario Parmisano, quien fue declarado “visitante destacado” por el Consejo Deliberante de la Ciudad de Salta. Asimismo, el maestro Parmisano visitó las instalaciones del Centro Educativo Fe y Alegría de Salta, y dio una charla a los alumnos presentes e interpretó algunos temas.

La segunda actividad se realizó en el Teatro Independencia de la ciudad de Mendoza con un concierto del pianista Horacio Lavandera. También el joven concertista visitó las instalaciones del colegio Padre José María Llorens y realizó un ensayo en presencia de los becados y participantes de los Talleres de Expresión.

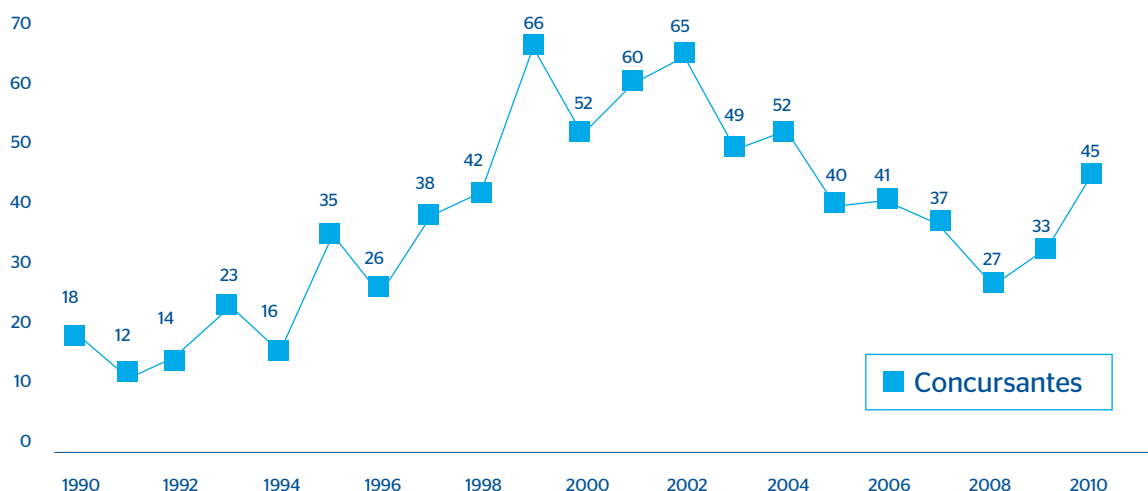
### Premio BBVA Banco Francés al Emprendedor Agropecuario

Este año llevamos a cabo la 21ª edición del Premio al Emprendedor Agropecuario a través del cual el Banco aportó un estímulo a aquellos empresarios emprendedores que hubieran innovado y mejorado su rentabilidad a través de esa innovación.

De los 45 trabajos presentados, la máxima distinción del Premio le fue otorgada al señor Javier Santiago, por su trabajo “Los subproductos derivados de la industria alimenticia y su valor agregado en la nutrición animal”, de Exaltación de la Cruz, provincia de Buenos Aires.

Además, se entregaron 11 distinciones en las distintas categorías del Certamen. Los trabajos premiados pertenecen a las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa y Tucumán.

### Premio BBVA Banco Francés al Emprendedor Agropecuario



## Fundación BBVA Banco Francés

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

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

Durante 2010 la Fundación tiene como actividad principal la gestión, coordinación, administración y control de calidad del Programa Becas de Integración BBVA Banco Francés. A su vez, administra el Programa de Donaciones del Banco por medio del cual se donaron 20 elementos por cuenta y orden de BBVA Banco Francés a 9 establecimientos educativos e instituciones sin fines de lucro de la Ciudad de Buenos Aires y de localidades de las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe. También, se realizaron donaciones en especie y en efectivo a 8 instituciones de la Ciudad de Buenos Aires y de localidades de las provincias de Córdoba, Misiones y Santa Cruz.

Por otra parte, la Fundación Banco Francés cedió el espacio físico para la realización de talleres, reuniones de capacitación y eventos institucionales de distintas entidades del ámbito empresario, la educación, la acción social, la promoción de la responsabilidad social y la cultura. Además, este año llevamos adelante reparaciones con el fin de asegurar la conservación edilicia de nuestra sede, "Casona Alsina", Monumento Histórico Nacional.

## Programa de promoción de la Colección Badií

Durante 2010 continuamos con el recorrido itinerante establecido en la Exposición "Confluencias. Dos siglos de modernidad en la Colección BBVA", en la cual participamos con dos obras de arte seleccionadas del patrimonio de BBVA en la Argentina. La Exposición comenzó en noviembre de 2009 en el Museo Nacional de San Carlos, en la ciudad de México D.F., continuó su itinerancia en el Museo de Arte Moderno de Bogotá, Colombia y concluyó su recorrido en el museo Nacional de Bellas Artes de Chile en agosto de 2010. Las obras participantes del patrimonio BBVA de Argentina fueron "Paisaje Impresionista", pintura al óleo sobre tela del artista Cesáreo Bernaldo de Quirós y "Ariadna", escultura en madera policromada del artista Líbero Badií. La Fundación estuvo a cargo de la logística y seguimiento de esta participación.

Por su parte, la Fundación OSDE exhibió la muestra "*El espacio en cuestión. Experiencias de la escultura argentina contemporánea*" durante los meses de octubre, noviembre y diciembre, donde participó la obra "*Conocimiento Siniestro N° 7. El Testamento Artístico*" del artista Líbero Badií, patrimonio de la Fundación BBVA Banco Francés.

A su vez, realizamos contratos por renovación y préstamo de obras de la Colección Fundación BBVA Banco Francés a distintas áreas del BBVA Banco Francés y empresas vinculadas, así como también se efectuó un relevamiento del estado de conservación y cuidado de las obras entregadas en préstamo.

También seguimos con el Programa La Escuela y el Museo con visitas guiadas didácticas a escuelas privadas y públicas, de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, en el cual participaron 1.515 alumnos pertenecientes a nivel inicial, EGB, secundario y polimodal. Además, realizamos dos visitas especiales para las alumnas del taller de práctica N° 5 de la carrera

terciaria "Profesorado de Educación Inicial" y para alumnos entre 13 y 16 años con discapacidad mental del Taller de Arte del Instituto Ayelen (Ciudad de Buenos Aires).

## Programa Jug-Arte

En el mes de octubre, la Fundación Banco Francés entregó a las autoridades del Departamento de Pediatría del Hospital de Clínicas José de San Martín y por séptimo año consecutivo, la donación 2010 para el desarrollo del Programa Jug-Arte, que consiste en talleres creativos de expresión artística dirigidos a niños y adolescentes internados en dicho Hospital. En esta ocasión, se donaron materiales de plástica. Durante este año, se atendieron 135 niños entre 4 y 17 años procedentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, localidades del Gran Buenos Aires (Marcos Paz, Llavallol, Moreno y Berazategui) y de las provincias de Misiones, Chaco y Formosa.

## La Noche de los Museos

El día 13 de noviembre de 2010, la Fundación Banco Francés, que alberga en su sede al Museo Líbero Badií, participó junto a 169 museos -públicos, privados, nacionales, universitarios y del Gobierno de la Ciudad- y espacios de arte, de la séptima edición de "La Noche de los Museos", organizado por la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se recibieron alrededor de 2.169 personas, que participaron de las visitas guiadas a la muestra permanente de la Colección Líbero Badií. Asimismo, como actividad complementaria, se realizaron dos funciones del espectáculo "Carolina Hunt - Jazz y Bossanova", en el auditorio de la Fundación.

## Programas originados por BBVA, los cuales BBVA Banco Francés adhiere

Colaboramos con la difusión específica y la ejecución dentro de la Argentina de algunos de los programas generados por BBVA, nuestro accionista mayoritario.

## Metas Educativas 2021

El Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia, y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) firmaron una alianza en la Conferencia Iberoamericana de la Educación para impulsar mejoras de las políticas públicas en materia de educación en Iberoamérica. Asimismo, el Director Ejecutivo de BBVA dio a conocer las "Metas Educativas 2021" de la compañía, donde se espera conceder un millón de becas a través del programa "Niños adelante" en los once países de Latinoamérica donde el Banco está presente (localmente el nombre del Programa es Becas de Integración BBVA Banco Francés).

Esta alianza se inscribe en la colaboración que mantienen

ambas instituciones desde 2008, cuando acordaron un plan a tres años, con el objeto de elaborar un informe sobre la educación en la primera infancia, uno de los déficit de la región, y que ahora tiene su continuación en el acuerdo suscrito.

El Grupo BBVA, nuestro accionista mayoritario, asume el compromiso en las sociedades donde está presente, y por eso participa del proyecto colectivo "Metas educativas 2021". Este es un plan a largo plazo, 12 años, que es el período que se necesita para escolarizar a un niño y tener la máxima probabilidad de lograr una incorporación al mercado laboral que asegure un nivel de vida con condiciones mínimas de bienestar.

## Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento

Estos Premios buscan reconocer e incentivar la investigación y creación cultural de excelencia, en especial aquellas contribuciones de amplio impacto por su originalidad y significado teórico, así como por su capacidad para desplazar hacia delante la frontera de lo conocido. Estos galardones de carácter internacional se convocan en ocho categorías: Ciencias Básicas (Física, Química, Matemáticas), Biomedicina, Ecología y Biología de la Conservación, Tecnologías de la Información y la Comunicación, Economía, Finanzas y Gestión de Empresas, Música Contemporánea, Cambio Climático y Cooperación al Desarrollo. El fallo de los Premios 2010 se llevará a cabo antes del 28 de febrero de 2011.

## Ruta Quetzal

Ruta Quetzal BBVA es un proyecto multidisciplinario, declarado de Interés Universal por la UNESCO, que combina educación, cultura y formación para nuevas generaciones. Durante 2010 se llevó a cabo la XXV edición "El Misterio de los Caminos Blancos Mayas. Bicentenario de México", que recorrió los países de México, España y Portugal.

En esta edición participaron 270 jóvenes de 53 países, quienes siguieron la estela de los caminos construidos por los antiguos mayas en la costa atlántica de México, conocieron aspectos de las culturas totonaca y olmeca, y visitaron ciudades que son buenos espejos del legado cultural y científico que la civilización maya ha legado a la historia humana. Posteriormente, siguieron su aventura por Madrid, Castilla y León, Extremadura, Cádiz, Lisboa y Galicia, entre otros lugares. Entre los participantes hubo 6 argentinos.

## Programas de terceras organizaciones patrocinados por BBVA Banco Francés

Con el fin de integrar nuestra actuación con la comunidad en todo el país, durante 2010 realizamos aporte institucional, donaciones y auspicios a diversas organizaciones de la sociedad

## En compromiso con las “Metas Educativas 2021”, BBVA espera conceder un millón de becas a través del programa “Niños adelante” en once países de Latinoamérica (Programa Becas de Integración en Argentina).

civil (OSC), del ámbito educativo y empresario, entre las que se destacan:

### En el ámbito educativo

- **Junior Achievement.** Auspiciamos diversas actividades con el fin de colaborar con la educación de los jóvenes de la Argentina, y promover así el espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus metas, en un marco de responsabilidad y libertad.
- **OEI (Organización de Estados Iberoamericanos).** BBVA, nuestro accionista de referencia, y la Organización de Estados iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) han firmado un acuerdo para mejorar la educación de la población infantil en América Latina. En el 2010 participamos del proyecto colectivo Metas educativas 2021.
- **Voces y Ecos.** Participamos con un aviso en el programa de la 5ª Cena Anual que se llevó a cabo el 3 de junio en el Hipódromo de San Isidro.
- **CEERJIR (Comisión Episcopal de Ecumenismo, Relaciones con el Judaísmo, el Islam y las Religiones).** Estuvimos presentes en el Encuentro Nacional de Delegados de Ecumenismo y Dialogo Interreligioso de Diócesis católicas en la Argentina y de Movimientos católicos en Argentina – ENEDIO.
- **Fundación Carolina.** Nuestro aporte institucional se basa en la colaboración con las actividades orientadas a profundizar la cooperación en materia educativa, cultural y científica entre la Argentina y los países de Iberoamérica.
- **Fundación Rural Argentina.** Participamos con un aviso en el Catálogo 2010 que hizo la Fundación con el objetivo de becar alumnos carentes de recursos del Colegio Agropecuario de Realicó a los efectos que puedan finalizar el secundario.
- **Fundación Cláritas.** Auspiciamos el Primer Encuentro Virtual Latinoamericano de Emprendedores Sociales, que se desarrolló del 4 al 29 de octubre y que posibilitó reunir a emprendedores sociales de toda América Latina para reflexionar, debatir y construir nuevas opciones de trabajo en el sector social. Participaron del Encuentro 700 participantes activos.

### En el ámbito de acción social

- **Fundación Banco Francés.** La Fundación recibe una donación mensual de BBVA Banco Francés.
- **La Casa de Ronald McDonald Asociación Argentina de Ayuda a la Infancia.** Participamos de la 16ª Cena Anual 2010, con el objetivo de recaudar fondos para financiar los proyectos de la Asociación.
- **Fundación San Martín de Tours.** El colegio San Martín de Tours organizó la Kermesse 2010, y participamos auspiciando el evento, al que acudieron 2.000 personas. El colegio San Martín de Tours organizó la Kermesse 2010, y participamos auspiciando el evento, al que acudieron 2.000 personas. El colegio San Martín de Tours organizó la Kermesse 2010, y participamos auspiciando el evento, al que acudieron 2.000 personas.

do el evento, al que acudieron 2.000 personas. El colegio San Martín de Tours organizó la Kermesse 2010, y participamos auspiciando el evento, al que acudieron 2.000 personas. También auspiciamos el Torneo de Tenis 2010 organizado para recaudar fondos. Los fondos de ambos eventos son para el apoyo social que Fundación brinda a los habitantes de los barrios Sol y Verde, El Ceibo y Sagrada Familia en José C. Paz.

- **Catedral de San Isidro.** Participamos con un aviso en el programa de la Cena Catedral San Isidro 2010 a beneficio del Colegio Parroquial Santo Domingo Savio, con el objetivo de sostener y mejorar el proyecto educativo del Colegio en el que diariamente se educa y alimenta a más de 1100 niños y jóvenes del barrio de emergencia La Cava.
- **Fundación Banco de Alimentos.** Auspiciamos la X Cena Anual “Una noche que alimenta 78991 sonrisas”. Se recaudaron \$804.520 además de donaciones de bienes y servicios, los fondos permitirán alimentar a 78.000 personas a través de 480 organizaciones y comedores de Capital Federal y Gran Buenos Aires.
- **A.C.I.A.R. (Asociación Científica para la Investigación, Asistencia y Rehabilitación Asociación Civil).** Auspiciamos la Maratón “Corramos por una Argentina sin drogas” que se llevó a cabo el 27 de junio en conmemoración del Día Internacional de la lucha contra el uso indebido y el tráfico ilícito de Drogas. Participaron 600 corredores profesionales y amateurs, además de que se sumaron espontáneamente 400 personas entre familiares, acompañantes y vecinos.

### En el ámbito empresario

- **Fundación Mediterránea.** Realizamos un aporte institucional para el 33º aniversario que se llevó a cabo el 10 de septiembre, en la provincia de Córdoba.
- **Fundación FIEL (Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas).** Esta institución privada e independiente sin fines de lucro, fue fundada en 1964 y se dedica a la investigación económica. Realizamos un aporte institucional para las actividades que realiza esta Fundación, además de dar patrocinio institucional al ciclo de seminarios de Economía que se realiza mensualmente para periodistas. Organizamos una bienvenida para los expositores que participaron de la Conferencia Anual FIEL 2010, que se llevó a cabo en la sede de nuestra Fundación.
- **Cámara Española de Comercio de la República Argentina.** Auspiciamos la IV Copa de España de Golf que se llevó a cabo del 5 al 8 de mayo en las instalaciones del Club de Golf Tortugas, organizada por la Embajada de España a beneficio

de fundaciones e instituciones (HEME AQUÍ, Parroquia Santa Rosa de Lima, Fundación LEER, Hospital Español y Un Techo Para Mi País). También auspiciamos la conferencia del Sr. Secretario General Iberoamericano D. Enrique Iglesias.

- **Estudio Balter & Asociados.** Auspiciamos el Ciclo de Conferencias "Contexto 2010".
- **CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento).** Auspiciamos la Cena Aniversario 10 años de CIPPEC.

## Promoción de la Responsabilidad Corporativa

### Foro Ecuménico Social

En pos de la promoción de valores que hagan sostenible a la comunidad, y como socios fundadores del Foro Ecuménico Social, continuamos con la promoción difusión y participación de sus actividades. El Foro surgió en Argentina en el año 2001 y ha extendido sus actividades hacia Latinoamérica para promover la Responsabilidad Social, con los mismos objetivos que se fijaron en su creación. En este marco, somos Miembro Fundador y Promotor del Premio al Emprendedor Solidario.

## Premio al Emprendedor Solidario

Este Premio se realiza con el fin de reconocer a empresas y organizaciones de la sociedad civil que hayan realizado acciones para el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad y estimular el espíritu solidario. El 15 de noviembre se llevó a cabo la entrega de Premios, ante unas 300 personas que colmaron el Auditorio de la Cancillería Argentina. Se realizaron nueve ediciones desde que se inició el Premio en 2002, habiéndose presentado hasta el momento un total de aproximadamente 900 trabajos. En 2010 se presentaron 63 trabajos y se otorgaron 18 distinciones.

Durante 2010, desde BBVA Banco Francés y nuestra Fundación hemos invertido un total de 7 millones de pesos en proyectos para la comunidad.

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

| Área de actuación    | Número de proyectos | Aportación monetaria | Contribución en especie | Valor del tiempo  | Otros gastos de gestión | TOTAL             |
|----------------------|---------------------|----------------------|-------------------------|-------------------|-------------------------|-------------------|
| Educación y juventud | 11                  | 0,00                 | 60.729,00               | 543.507,54        | 0,00                    | 604.236,54        |
| Desarrollo económico | 3                   | 0,00                 | 38.115,00               | 2.796,48          | 0,00                    | 40.911,48         |
| Arte y cultura       | 6                   | 20.374,60            | 0,00                    | 18.351,90         | 0,00                    | 38.726,50         |
| Bienestar social     | 5                   | 5.202,00             | 25.410,00               | 2.738,22          | 0,00                    | 33.350,22         |
| Otros                | 2                   | 0,00                 | 0,00                    | 23.420,52         | 0,00                    | 23.420,52         |
| <b>TOTAL</b>         | <b>27</b>           | <b>25.576,60</b>     | <b>124.254,00</b>       | <b>590.814,66</b> | <b>0,00</b>             | <b>740.645,26</b> |

### Detalle de los proyectos en apoyo a la comunidad BBVA Banco Francés (en pesos ARG)

| Área de actuación    | Número de proyectos | Aportación monetaria | Contribución en especie | Valor del tiempo  | Otros gastos de gestión | TOTAL               |
|----------------------|---------------------|----------------------|-------------------------|-------------------|-------------------------|---------------------|
| Educación y juventud | 18                  | 6.051.177,81         | 0,00                    | 166.681,86        | 0,00                    | 6.217.859,67        |
| Desarrollo económico | 10                  | 173.869,00           | 0,00                    | 7.282,50          | 5.308,00                | 186.459,50          |
| Medio Ambiente       | 1                   | 25.000,00            | 0,00                    | 1.165,20          | 0,00                    | 26.165,20           |
| Arte y cultura       | 1                   | 6.000,00             | 0,00                    | 582,60            | 0,00                    | 6.582,60            |
| Bienestar social     | 9                   | 27.740,00            | 0,00                    | 6.117,30          | 0,00                    | 33.857,30           |
| Ayuda humanitaria    | 1                   | 19.000,00            | 0,00                    | 873,90            | 0,00                    | 19.873,90           |
| Otros                | 5                   | 698.658,19           | 0,00                    | 60.939,96         | 0,00                    | 759.598,15          |
| <b>TOTAL</b>         | <b>45</b>           | <b>7.001.445,00</b>  | <b>0,00</b>             | <b>243.643,32</b> | <b>5.308,00</b>         | <b>7.250.396,32</b> |

# Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio



## Pacto Mundial de Naciones Unidas

Formamos parte del Pacto Mundial de Naciones Unidas a nivel corporativo desde 2002, y localmente en la Red Argentina desde su creación en 2004. Esta iniciativa internacional tiene como objetivo conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de diez principios basados en los derechos humanos, laborales y medioambientales y de lucha contra la corrupción.

Desde nuestra adhesión, elaboramos anualmente una Comunicación sobre el Progreso (COP), disponible en la web [www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org).

que recoge información detallada sobre políticas y las acciones específicas implantadas en materia de Responsabilidad Corporativa. Este año presentamos nuestra COP 2010 a partir de este Informe, en base al documento realizado por el Pacto Mundial y la Iniciativa de Reporte Global, "Estableciendo la conexión". De esta forma, informamos a nuestros grupos de interés nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial; a través de nuestro desempeño económico, social y ambiental durante 2010.

| Categorías              | Principios                                                                                                                                                                        | Indicadores GRI                                             |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <b>Derechos Humanos</b> | <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. | LA4, LA 7-8, LA13-14, HR 1-2, HR 4-7, SO5, PR1              |
|                         | <b>Principio 2</b> - Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.                                                | HR 1-2, HR 4-7, SO5                                         |
| <b>Trabajo</b>          | <b>Principio 3</b> - Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.                                     | LA 4-5, HR 1-2, HR5, SO5                                    |
|                         | <b>Principio 4</b> - Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.                                                         | HR 1-2, HR7, SO5                                            |
|                         | <b>Principio 5</b> - Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.                                                                                              | HR 1-2, HR6, SO5                                            |
| <b>Medio Ambiente</b>   | <b>Principio 7</b> - Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.                                                                         | EC2, EN26, EN30, SO5                                        |
|                         | <b>Principio 8</b> - Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.                                                               | EN 1-4, EN8, EN 11-12, EN 16-17, EN21, EN26, EN28, SO5, PR3 |
| <b>Anti-corrupción</b>  | <b>Principio 9</b> - Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.                                               | EN2, EN26, SO5                                              |
|                         | <b>Principio 10</b> - Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.                                                        | SO 2                                                        |

## Los Objetivos del Milenio

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

afectan a millones de personas en el mundo. En este sentido, siguiendo los lineamientos corporativos del Grupo BBVA, nos sentimos plenamente comprometido con este reto por medio de actividades de Responsabilidad Corporativa que desarrollamos en la Argentina.

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

## Informe de Revisión Independiente

### Informe de Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2010 de BBVA Banco Francés

#### Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos de la Memoria de Sostenibilidad 2010 del BBVA Banco Francés (en adelante "Informe RC") y su adaptación a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 3.0 (G3), así como los indicadores centrales y el suplemento del sector financiero propuestos por dicho estándar. Dicho examen se efectuó sobre el conjunto de las actividades del BBVA Banco Francés en Argentina, llevadas a cabo desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2010.

Nuestra revisión ha sido planteada como una Revisión Limitada, basada en el *International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (ISAE 3000) emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC).

#### Responsabilidades de la Dirección de BBVA Banco Francés y de Deloitte

La preparación del Informe RC, así como el contenido del mismo, son responsabilidad del Departamento de Relaciones Institucionales del BBVA Banco Francés, el cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.

Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

El alcance de una revisión limitada es sustancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe RC.

#### Procedimientos realizados

Nuestra revisión consistió en la formulación de preguntas al Departamento de Relaciones Institucionales del BBVA Banco Francés, así como a los diversos sectores que han participado en la elaboración del Informe RC, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del BBVA Banco Francés para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe RC.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Contraste de que el contenido del Informe RC no contradice ninguna información relevante suministrada por el BBVA Banco Francés en su Informe Anual sobre los Estados Contables al 31 de diciembre de 2010.
- Análisis de la adaptación de los contenidos de la Memoria a los recomendados en la Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales incluidos en el Informe RC se corresponden con los recomendados por dicho estándar y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el Informe RC y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del BBVA Banco Francés.

#### Conclusiones

Como resultado de nuestro examen podemos concluir que no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe RC contenga errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo al nivel B+ establecido por la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI en su versión 3.0 (G3).

## Recomendaciones

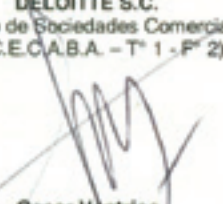
Adicionalmente, en el día de la fecha hemos presentado al Departamento de Relaciones Institucionales del BBVA Banco Francés nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de la Responsabilidad Corporativa. Las recomendaciones más relevantes se refieren a:

- Documentar formalmente los procesos de captura, procesamiento y reporte de la información, definiendo roles y responsabilidades de todos los colaboradores en el proceso de reporte anual, así como también el alcance de cada concepto a informar.
- Continuar mejorando el sistema de reporte -administración de la información- de los datos de Responsabilidad Corporativa (RC), ampliando el alcance y profundizando la calidad de la información, además del número de indicadores a presentar cada año.
- Sistematizar la actividad de reportar -obtención y administración de la información- y ampliar el alcance sobre la base de la relevancia de los indicadores clave para la gestión socialmente responsable del BBVA Banco Francés.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de BBVA Banco Francés S.A. de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Compromiso.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 09 de febrero de 2011

**DELOITTE S.C.**  
(Registro de Sociedades Comerciales  
C.P.C.E.C.A.B.A. - T° 1 - F° 2)



**Oscar Ventrone**  
Contador Público (UBA)  
C.P.C.E.C.A.B.A. - T° 72 - F° 241

# Criterios del Informe



## Alcance, relevancia, materialidad y cobertura de la memoria

En nuestro Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC) comunicamos las acciones, iniciativas, programas y proyectos en materia económica, social y ambiental realizados con nuestros grupos de interés - empleados, clientes, accionistas, proveedores, la comunidad y el medioambiente - durante 2010; publicando los resultados obtenidos durante el año, el desempeño de los años 2009 y 2008 a efectos comparativos.

Los contenidos publicados en este informe fueron seleccionados por un grupo de referentes de todas las áreas de la empresa, conformado especialmente para la elaboración de este documento, guiados por los lineamientos y estudios realizados por el Grupo BBVA - nuestro accionista de referencia -, el trabajo del Comité de RRC en un taller donde se seleccionaron proyectos de RRC relevantes para desarrollar en el Banco, la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative- GRI) y la serie AA1000 de Accountability.

## Referencias básicas y estándares internacionales

El IARC 2010 fue elaborado siguiendo los lineamientos, principios e indicadores de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative - GRI) y del Suplemento Sectorial para la Industria Financiera (Versión final, noviembre de 2008), adaptando los indicadores al contexto local, al negocio de BBVA Banco Francés, y a los perfiles particulares de los grupos de interés. Este año el IARC alcanzó un Nivel de Aplicación B+. En cuanto a los protocolos GRI, en el caso de los indicadores de Recursos Humanos, Comunidad y Medioambiente, estos fueron tomados de adaptaciones de los originales al negocio del Banco realizadas por el Grupo BBVA.

A su vez, este documento cumple con la Comunicación sobre el Progreso 2010 en el cual mostramos el cumplimiento a los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas a través de las actividades desarrolladas durante el año, siguiendo el documento realizado por el Pacto Global de Naciones Unidas y la Iniciativa de Reporte Global, "Estableciendo la conexión".

## Rigor y verificación

El IARC 2010 fue revisado, verificado internamente y auditado externamente. Las recomendaciones puestas de manifiesto en estos procesos de revisión del IARC 2009 se tuvieron en cuenta en el proceso de elaboración de este documento y algunos fueron considerados como oportunidades de mejora para los próximos informes.

# Indicadores GRI



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

| INDICADORES GRI                        |                                                                                                                                         | PÁGINA IARC 2010            |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| <b>1. VISIÓN Y ESTRATEGIA</b>          |                                                                                                                                         |                             |
| 1.1                                    | Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.                       | 2, 3                        |
| 1.2                                    | Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.                                                                       | SIT, 6, 8, 9, 20, 21, 65-68 |
| <b>2. PERFIL</b>                       |                                                                                                                                         |                             |
| 2.1                                    | Nombre de la organización.                                                                                                              | SIT                         |
| 2.2                                    | Principales marcas, productos y/o servicios.                                                                                            | SIT, 23, 24                 |
| 2.3                                    | Estructura operativa de la organización.                                                                                                | SIT, 6, 7                   |
| 2.4                                    | Localización de la sede principal de la organización.                                                                                   | (1)                         |
| 2.5                                    | Número de países en los que opera la organización y en los que desarrolla actividades significativas.                                   | SIT                         |
| 2.6                                    | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.                                                                                            | SIT                         |
| 2.7                                    | Mercados servidos.                                                                                                                      | SIT, 23, 24                 |
| 2.8                                    | Dimensiones de la organización informante.                                                                                              | SIT, 9, RC, (2)             |
| 2.9                                    | Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.              | 6, 7, (3)                   |
| 2.10                                   | Premios y distinciones recibidos.                                                                                                       | RC                          |
| <b>3. PARÁMETROS DEL INFORME</b>       |                                                                                                                                         |                             |
| <i>Perfil del Informe</i>              |                                                                                                                                         |                             |
| 3.1                                    | Periodo cubierto por la información contenida en el Informe.                                                                            | 55                          |
| 3.2                                    | Fecha del Informe anterior más reciente.                                                                                                | 55, (4)                     |
| 3.3                                    | Ciclo de presentación de informes.                                                                                                      | (4)                         |
| 3.4                                    | Punto de contacto para cuestiones relativas al Informe o su contenido.                                                                  | RC                          |
| <i>Alcance y cobertura del Informe</i> |                                                                                                                                         |                             |
| 3.5                                    | Proceso de definición del contenido del Informe.                                                                                        | 55                          |
| 3.6                                    | Cobertura del Informe.                                                                                                                  | 55                          |
| 3.7                                    | Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Informe.                                                              | 55                          |
| 3.8                                    | Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.                                                                                 | (5)                         |
| 3.9                                    | Técnicas de medición para elaborar los indicadores.                                                                                     | 55                          |
| 3.10                                   | Efecto de la reexpresión de información de informes anteriores.                                                                         | (5)                         |
| 3.11                                   | Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Informe. | (6)                         |
| <i>Índice del contenido GRI</i>        |                                                                                                                                         |                             |
| 3.12                                   | Tabla de contenidos GRI.                                                                                                                | 57-63                       |
| <i>Verificación</i>                    |                                                                                                                                         |                             |
| 3.13                                   | Política y práctica sobre verificación externa.                                                                                         | 52, 53, 55                  |

#### 4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

##### Gobierno

|      |                                                                                                                                                                      |                |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 4.1  | Estructura de gobierno la organización.                                                                                                                              | 6, 7, (2)      |
| 4.2  | Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.                                                                             | (2)            |
| 4.3  | Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.                                                                 | (2)            |
| 4.4  | Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.                                                | 31, (2)        |
| 4.5  | Vínculo entre la retribución del máximo órgano de gobierno, y el desempeño de la organización, incluido el desempeño social y ambiental.                             | 6, 7, (2), (7) |
| 4.6  | Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.                                                                      | 6, 7, (2)      |
| 4.7  | Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano en temas de sostenibilidad.                                    | 8, 9           |
| 4.8  | Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.                                                                                                             | 5, 6, 9        |
| 4.9  | Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social. | 6-9            |
| 4.10 | Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.                  | 6-9            |

##### Compromisos con iniciativas externas

|      |                                                                                                                                                            |                      |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 4.11 | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.                                                                | 20, 21, 36, 37       |
| 4.12 | Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.                                                                      | 23, 24, 36-39, 41-48 |
| 4.13 | Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya | 9, 48                |

##### Participación de los grupos de interés

|      |                                                                                                                    |       |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 4.14 | Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.                                                     | 11-13 |
| 4.15 | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.            | 11-13 |
| 4.16 | Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.                                                     | 11-13 |
| 4.17 | Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización. | 11-13 |

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

##### ENFOQUE DE GESTIÓN

SIT, 9, 23, 24, (2)

##### Desempeño económico

|         |                                                                                              |        |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| EC1 (P) | Valor económico directo generado y distribuido                                               | SIT, 9 |
| EC2 (P) | Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.        | N/D    |
| EC3 (P) | Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. | (8)    |
| EC4 (P) | Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.                                    | N/D    |

##### Presencia en el mercado

|         |                                                                                                               |      |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| EC5 (A) | Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.                          | 26   |
| EC6 (P) | Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.                              | (9)  |
| EC7 (P) | Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local. | (10) |

##### Impactos económicos indirectos

|         |                                                                                                                                 |     |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| EC8 (P) | Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público. | N/D |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|         |                                                                                                 |               |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| EC9 (A) | Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance. | 23, 24, 41-46 |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|

| INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE |                                                                                                                                      |             |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| ENFOQUE DE GESTIÓN                                                     |                                                                                                                                      | 26-29       |
| <i>Empleo</i>                                                          |                                                                                                                                      |             |
| LA1 (P)                                                                | Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región.                                                                 | 26          |
| LA2 (P)                                                                | Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.                                   | 26          |
| LA3 (A)                                                                | Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal.                                     | 30-32       |
| <i>Relaciones empresa/trabajadores</i>                                 |                                                                                                                                      |             |
| LA4 (P)                                                                | Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.                                                                         | (19)        |
| LA5 (P)                                                                | Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.                                                                | (11)        |
| <i>Salud y seguridad en el trabajo</i>                                 |                                                                                                                                      |             |
| LA6 (A)                                                                | Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.                                          | (12)        |
| LA7 (P)                                                                | Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. | 32          |
| LA8 (P)                                                                | Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos en relación con enfermedades graves.               | 32          |
| LA9 (A)                                                                | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.                                                          | (13)        |
| <i>Formación y educación</i>                                           |                                                                                                                                      |             |
| LA10 (P)                                                               | Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.                                            | 29, 30      |
| LA11 (A)                                                               | Programas de gestión de habilidades y de formación continua.                                                                         | 29, 30      |
| LA12 (A)                                                               | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.                                | 29, (14)    |
| <i>Diversidad e igualdad de oportunidad</i>                            |                                                                                                                                      |             |
| LA13 (P)                                                               | Órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad y pertenencia a minorías.                            | 6, 7, 26-28 |
| LA14 (P)                                                               | Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.                     | (15)        |

| INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS    |                                                                                                                                                         |               |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| ENFOQUE DE GESTIÓN                                   |                                                                                                                                                         | 9, 27, 28, 34 |
| <i>Prácticas de inversión y abastecimiento</i>       |                                                                                                                                                         |               |
| HR1 (P)                                              | Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.                                           | N/D           |
| HR2 (P)                                              | Porcentaje de los distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.                    | 34            |
| HR3 (A)                                              | Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos.                                                   | 29, 30        |
| <i>No discriminación</i>                             |                                                                                                                                                         |               |
| HR4 (P)                                              | Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.                                                                                           | (16)          |
| <i>Libertad de asociación y convenios colectivos</i> |                                                                                                                                                         |               |
| HR5 (P)                                              | Actividades en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas. | (16)          |
| <i>Explotación infantil</i>                          |                                                                                                                                                         |               |

|                                  |                                                                                                                |      |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| HR6 (P)                          | Actividades que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas.      | (16) |
| <i>Trabajos forzados</i>         |                                                                                                                |      |
| HR7 (P)                          | Operaciones con riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas. | (16) |
| <i>Prácticas de seguridad</i>    |                                                                                                                |      |
| HR8 (A)                          | Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.                      | N/D  |
| <i>Derechos de los indígenas</i> |                                                                                                                |      |
| HR9 (A)                          | Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.      | (9)  |

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD

|                                              |                                                                                                                            |              |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>                    |                                                                                                                            | 41           |
| <i>Comunidad</i>                             |                                                                                                                            |              |
| SO1 (P)                                      | Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.                         | 41-46        |
| <i>Corrupción</i>                            |                                                                                                                            |              |
| SO2 (P)                                      | Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.         | 6, 9, 20, 21 |
| SO3 (P)                                      | Porcentaje de empleados formados en anti-corrupción.                                                                       | 20, 21       |
| SO4 (P)                                      | Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.                                                                   | (16)         |
| <i>Política pública</i>                      |                                                                                                                            |              |
| SO5 (P)                                      | Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.            | N/D          |
| SO6 (A)                                      | Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.                                 | N/D          |
| <i>Comportamiento de competencia desleal</i> |                                                                                                                            |              |
| SO7 (A)                                      | Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. | (16)         |
| <i>Comportamiento normativo</i>              |                                                                                                                            |              |
| SO8 (P)                                      | Valor monetario de sanciones, multas y sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes y regulaciones.              | (16)         |

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO

|                                            |                                                                                                                                                                   |                       |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>                  |                                                                                                                                                                   | 15-17, 20, 21, 23, 24 |
| <i>Salud y seguridad del cliente</i>       |                                                                                                                                                                   |                       |
| PR1 (P)                                    | Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.                                                           | 17                    |
| PR2 (A)                                    | Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación relativa a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de clientes. | (16)                  |
| <i>Etiquetado de productos y servicios</i> |                                                                                                                                                                   |                       |
| PR3 (P)                                    | Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa.                                           | 17, (17)              |
| PR4 (A)                                    | Nº total de incumplimientos de la regulación relativa a la información y al etiquetado de los productos y servicios.                                              | (16)                  |
| PR5 (A)                                    | Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.                                                                                                             | 15-17                 |
| <i>Comunicaciones de marketing</i>         |                                                                                                                                                                   |                       |
| PR6 (P)                                    | Programas de cumplimiento de las leyes y códigos voluntarios en comunicaciones de marketing.                                                                      | (17)                  |

|                               |                                                                                                                                                             |      |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| PR7 (A)                       | Nº total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.                                            | (16) |
| <i>Privacidad del cliente</i> |                                                                                                                                                             |      |
| PR8 (A)                       | Nº total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.                                             | (16) |
| <i>Cumplimiento normativo</i> |                                                                                                                                                             |      |
| PR9 (P)                       | Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. | (16) |

| INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL |                                                                                                                                  |          |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <i>ENFOQUE DE GESTIÓN</i>               |                                                                                                                                  | 36, 37   |
| <i>Materiales</i>                       |                                                                                                                                  |          |
| EN1 (P)                                 | Materiales utilizados, por peso o volumen.                                                                                       | 39       |
| EN2 (P)                                 | Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.                                                                         | 39       |
| <i>Energía</i>                          |                                                                                                                                  |          |
| EN3 (P)                                 | Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.                                                                     | 39       |
| EN4 (P)                                 | Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.                                                                   | 39       |
| EN5 (A)                                 | Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.                                                         | N/D      |
| EN6 (A)                                 | Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía, y las reducciones logradas.             | N/D      |
| EN7 (A)                                 | Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.                                             | 38       |
| <i>Agua</i>                             |                                                                                                                                  |          |
| EN8 (P)                                 | Captación total de agua por fuentes.                                                                                             | 39       |
| EN9 (A)                                 | Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.                                              | (9)      |
| EN10 (A)                                | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.                                                                      | N/A      |
| <i>Biodiversidad</i>                    |                                                                                                                                  |          |
| EN11 (P)                                | Terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.           | (9)      |
| EN12 (P)                                | Impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas. | (9)      |
| EN13 (A)                                | Hábitats protegidos o restaurados.                                                                                               | (9)      |
| EN14 (A)                                | Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.                            | (9)      |
| EN15 (A)                                | Nº de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.                                              | (9)      |
| <i>Emisión, vertidos y residuos</i>     |                                                                                                                                  |          |
| EN16 (P)                                | Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.                                               | 39       |
| EN17 (P)                                | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.                                                              | 39       |
| EN18 (A)                                | Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.                                | 38       |
| EN19 (P)                                | Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.                                                                  | (9)      |
| EN20 (P)                                | NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.                                                                 | (9)      |
| EN21 (P)                                | Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.                                                                | (9)      |
| EN22 (P)                                | Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.                                                          | 39, (18) |
| EN23 (P)                                | Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos.                                                              | (9)      |

|                               |                                                                                                              |      |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 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.       | (9)  |
| <i>Productos y servicios</i>  |                                                                                                              |      |
| EN26 (P)                      | Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción.        | N/D  |
| EN27 (P)                      | Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje recuperados al final de su vida útil.              | (9)  |
| <i>Cumplimiento normativo</i> |                                                                                                              |      |
| EN28 (P)                      | Coste de multas significativas y nº de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental. | (16) |
| <i>Transporte</i>             |                                                                                                              |      |
| EN29 (A)                      | Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.      | 38   |
| <i>General</i>                |                                                                                                              |      |
| EN30 (A)                      | Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.                                             | N/D  |

#### SUPLEMENTOS SECTORIALES

|      |                                                                                                                                                                             |                   |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| FS1  | Políticas con componentes ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas.                                                                                | 8, 20, 21, 23, 24 |
| FS2  | Procesos para evaluar y controlar los riesgos ambientales y sociales en las líneas de negocio básicas.                                                                      | 20, 21            |
| 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.  | 20, 21            |
| 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.                                 | 41, 48            |
| FS8  | Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios ambientales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.                              | N/D               |
| FS9  | Alcance y frecuencia de las auditorías que evalúan políticas y procedimientos de gestión de riesgos ambientales y sociales.                                                 | 38                |
| FS10 | Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la empresa con las cuales se hayan interactuado en temas ambientales y sociales.                                   | 41-46             |
| FS11 | Porcentaje de activos sujetos a un control ambiental y social positivo y negativo.                                                                                          | N/D               |
| FS12 | Políticas de voto en materias medioambientales y sociales aplicables a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto. | N/D               |
| FS13 | Puntos de acceso en áreas poco pobladas o económicamente desfavorecidas por tipo.                                                                                           | N/D               |
| FS14 | Iniciativas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros.                                                                                  | 8, 23, 24, 41-46  |
| FS15 | Políticas para el diseño justo y venta de productos y servicios financieros.                                                                                                | N/D               |
| FS16 | Iniciativas para realzar la educación financiera por tipo de beneficiario.                                                                                                  | 17, 18, 41-46     |

- (1) Nuestra casa matriz se encuentra en Buenos Aires, Argentina.
- (2) Información en el Informe Anual 2010 de BBVA Banco Francés
- (3) Durante 2010 realizamos cambios en la estructura organizativa, en el marco del Plan BBVA x 3.
- (4) BBVA Banco Francés publica el IARC anualmente.
- (5) En caso de que algún indicador haya sufrido modificaciones en su cálculo o en la composición del mismo se indica en el Informe respectivamente.
- (6) No se registraron cambios significativos en el alcance y cobertura del IARC.
- (7) La retribución de los miembros del Directorio se rige por lo dispuesto en el Estatuto Social y en la normativa aplicable (art. 261 Ley de Sociedades Comerciales) y Normas de la Comisión Nacional de Valores. El Comité de Auditoría (CNV) debe opinar sobre la razonabilidad de las propuestas acerca de honorarios y de planes de opciones sobre acciones de los directores y administradores de la Sociedad y elevar dicho informe al Directorio.
- (8) BBVA Banco Francés no emplea planes de pensión / jubilación por sobre los exigidos por la ley.
- (9) No material para el Grupo BBVA, nuestro accionista de referencia
- (10) Indicador no material para BBVA Banco Francés ya que sus operaciones son en la Argentina y la mayoría de los miembros de la alta dirección son argentinos.
- (11) BBVA Banco Francés sólo notifica los vencimientos de Contratos a Plazo Fijo.
- (12) BBVA Banco Francés no cuenta con un Comité de Salud y Seguridad.
- (13) No existen acuerdos formales con sindicatos sobre asuntos de salud y seguridad.
- (14) Al cierre del IARC, los datos sobre la evaluación de actuación del período correspondiente aún no se han procesado. Es por eso que en este Informe se presentan los resultados de la evaluación de actuación 2009.
- (15) En igual posición, función y responsabilidad, no existen diferencias salariales entre hombres y mujeres.
- (16) Ninguno.
- (17) Se opera según el entorno regulatorio argentino: Banco Central de la República Argentina (BCRA), Comisión Nacional de Valores (CNV), Defensa al Consumidor, Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN), Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias (CPB), Código de Conducta en ámbito de los mercados de valores y Código de Prácticas Bancarias.
- (18) La información publicada corresponde únicamente a la gestión de residuos de papel.
- (19) El 100% de los empleados tienen un convenio colectivo, aún cuando las negociaciones y acuerdos salariales alcanzan hasta la categoría de Jefe Principal de Departamento.

# Progresos 2010 y Objetivos 2011



|                                         | LÍNEAS DE TRABAJO                                           | OBJETIVOS 2010                                                            | PROGRESOS 2010                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | OBJETIVOS 2011                                                       |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>PLAN DE ACCIÓN SOCIAL</b>            | Diseño y ejecución del Plan de Acción Social                | Cumplimiento de los programas diseñados para 2010.                        | <p>Desarrollo e implementación del Programa de Becas de integración, con un total de 1.169 becas y alcanzando 17 localidades de todo el país. Realización de la 21ª edición del Premio Emprendedor Agropecuario.</p> <p>Lanzamiento del Programa Artistas por la Educación. Presentación de resultados de la Investigación de Programas de Becas Educativas en la Argentina.</p> <p>Realización del Programa Talleres de Expresión Artística.</p> | Cumplir con los programas diseñados para 2011.                       |
| <b>DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE RRC</b>  | Matriz Local de RRC                                         | Actualizar el Tablero de Control Reputacional local.                      | Presentación ante el nuevo Comité de Dirección.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Realizar un análisis del Tablero de Control Reputacional local.      |
|                                         | Grupos de Trabajo                                           | Reuniones periódicas de los grupos de trabajo para registrar los avances. | Organización de reuniones con los grupos de trabajo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Continuar realizando reuniones periódicas con los grupos de trabajo. |
|                                         | Informe Anual de Responsabilidad Corporativa                | Proceso de elaboración y publicación del IARC 2009.                       | Elaboración y publicación del IARC 2009.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Realizar el proceso de elaboración y publicación del IARC 2010.      |
|                                         | Formación en RRC para empleados                             | Ejecución de los cursos realizados.                                       | Oferta de cursos relacionados con la Responsabilidad Corporativa, mediante la plataforma e-campus "Compromiso BBVA en Materia de Derechos Humanos", "Responsabilidad social empresaria, más que sólo imagen" y "Responsabilidad y reputación corporativa".                                                                                                                                                                                        | Continuar con los cursos sobre RRC para empleados.                   |
| <b>COMPROMISO CON PRINCIPIOS DE RRC</b> | Comunicación para el Progreso del Pacto Global en Argentina | Publicación y presentación de COP 2009.                                   | Publicación de la COP junto al IARC 2009.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Publicar y presentar la COP 2010.                                    |
|                                         | Talleres Pacto Global para empresas clientes PYME's         | Realización de talleres.                                                  | <i>No se realizaron talleres por reestructuración en la Banca de Empresas</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                      |
|                                         | Foro Ecuménico Social                                       | Patrocino y participación de actividades.                                 | Patrocino de la 9ª edición del Premio al Emprendedor Solidario                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Patrocino y participación de actividades.                            |
|                                         | CENARSECS, Facultad de Ciencias Económicas, UBA             | Patrocino de actividades.                                                 | <i>Cenarsecs no desarrolló programa de actividades durante 2010</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                      |

|                                                              | LÍNEAS DE TRABAJO                             | OBJETIVOS 2010                                                                                                                                  | PROGRESOS 2010                                                                                                                                                                                                                                                                                       | OBJETIVOS 2011                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>VOLUNTARIADO CORPORATIVO</b>                              | Voluntariado Corporativo                      | Fomentar aun más la participación de los empleados en esta iniciativa                                                                           | <i>Durante 2010, debido a la redefinición la estructura organizativa, no se realizaron actividades de voluntariado.</i>                                                                                                                                                                              | Analizar en el Comité de Dirección la Creación de una Oficina Voluntarios que administre y proponga proyectos, y un Concurso de Proyectos Sociales para nuestros voluntarios a través del cual ellos puedan proponer ideas en temas de ayuda social, premiando a las mejores. |
| <b>FORTALECIMIENTO DE REPUTACIÓN EN LA GESTIÓN COMERCIAL</b> | Calidad de atención                           | Implementar en 50 sucursales el Proyecto Gestión de Filas.                                                                                      | Funcionamiento en 25 sucursales el Proyecto Gestión de Filas, sistema para la administración y el llamado de turnos.                                                                                                                                                                                 | Implementar en 50 sucursales el Proyecto Gestión de Filas.                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                              | Reducción de riesgos, en la gestión comercial | Presentar la investigación comparativa de Programas de Becas del sector privado. Presentar el camino recorrido con el Programa de Voluntariado. | <i>Presentación de los resultados de la investigación, en el marco de la Cátedra Abierta de Responsabilidad Social y Ciudadana del Foro Ecuménico Social, y en Salta y Mendoza. Durante 2010, debido a la redefinición la estructura organizativa, no se realizaron actividades de voluntariado.</i> | Se continuará con las acciones de construcción y prevención de riesgo reputacional.                                                                                                                                                                                           |
|                                                              | Mejora en el ambiente de trabajo              | Realizar la nueva encuesta de clima laboral.                                                                                                    | Realización de la encuesta de clima bianual, logrando un índice récord de participación, un 86% de nuestros empleados respondieron el cuestionario.                                                                                                                                                  | Detectar áreas de mejora, colaborar con los diferentes sectores en el armado de planes de acción y también a realizar acciones conjuntas entre Recursos Humanos y las áreas para apuntalar los aspectos de los indicadores más bajos.                                         |
|                                                              | Beneficios para clientes de Banca de Empresas | Continuar con actividades de actualización para clientes y no clientes, ampliando el alcance geográfico.                                        | Acercamiento con clientes actuales y potenciales mediante una mayor cantidad de cursos, talleres y charlas.<br><br>Programa de Capacitación para PYMES con diversas casas de estudios, mediante un subsidio de la Sepyme.                                                                            | Continuar desarrollando este Programa en 2011 y comenzar a implementarlo.                                                                                                                                                                                                     |
| <b>ACCESO AL SISTEMA DE SECTORES MENOS FAVORECIDOS</b>       | Bancarización de sectores menos favorecidos   | Continuar con el Programa Becas de Integración 2010.                                                                                            | Realización del Programa de Becas de integración, con un total de 1.169 becas y alcanzando 17 localidades de todo el país.                                                                                                                                                                           | Continuar con el Programa Becas de Integración 2011.                                                                                                                                                                                                                          |

|                                                                                        | LÍNEAS DE TRABAJO                                                                                                                            | OBJETIVOS 2010                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | PROGRESOS 2010                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | OBJETIVOS 2011                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FACILITAR LA ACCESIBILIDAD A COLECTIVOS DESFAVORECIDOS O NECESIDADES ESPECIALES</b> | BBVA Banco Francés y personas con discapacidad                                                                                               | Continuar trabajando para transformarnos cada vez más en un empleador comprometido con los criterios de diversidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Participación en la conformación del Grupo de Empresas por la Equidad de Género junto con otras organizaciones que lograron en 2009 la Certificación MEGA. Realización de presentaciones exponiendo nuestra propia experiencia y creamos una página de difusión en la red social LinkedIn.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Continuar promoviendo criterios de diversidad que fomenten condiciones y oportunidades para todos y todas.                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>DESARROLLO DE LA EQUITAD DE GÉNERO</b>                                              | Promover la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres                                                                                | Continuar trabajando junto a la Red de Empresas por la Diversidad.<br><br>Continuar promoviendo la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres.                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <i>Este año, debido a cambios en la dirigencia del INADI, la Red de Empresas por la Diversidad no tuvo actividad.</i><br><br>Participación en la conformación del Grupo de Empresas por la Equidad de Género, trabajando para promover dicha temática.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Generar propuestas superadoras que promuevan la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres, poniendo especial foco en las medidas de apoyo a la Maternidad.                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>POSICIONAMIENTO DE BBVA BANCO FRANCÉS</b>                                           | Observar y analizar desde la óptica de los valores corporativos y condicionamientos del entorno los mensajes emitidos por BBVA Banco Francés | Mantener actualizados los contenidos del Programa Becas de Integración en el sitio de BBVA Banco Francés.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Comunicación de información a la página web del BBVA Banco Francés sobre: Programa de Becas de Integración, Informe sobre Programa de Becas Educativas en la Argentina, Premio Emprendedor Agropecuario.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Mantener actualizados los contenidos del Plan de Acción Social.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>POLÍTICA DE FINANCIACIÓN DE ARMAMENTO</b>                                           | Política de financiación de armamento, prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo                                         | Mantener el firme compromiso en el fortalecimiento de los principios éticos, incorporados en su Código de Conducta y procedimientos internos.<br><br>Implementar nuevas herramientas informáticas de control y monitoreo.<br><br>Continuar las acciones de formación, concientización y sensibilización relativas a temas de Integridad, Protección de Datos Personales y Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo. | Realización y actualización de los cursos de formación de Código de Conducta y Prevención de Lavado de dinero incorporándolos a la plataforma e-campus.<br><br>Respecto de las herramientas de control, implementación el sistema "Mantas" con 18 escenarios de monitoreo de operaciones inusuales y sospechosas, y realización de una actualización de la herramienta con la que efectuamos el control del Terrorismo y de Personas Políticamente Expuestas.<br><br>Durante 2010, 2.738 empleados fueron capacitados vía la plataforma de e-learning denominada "e-campus", y 106 empleados con charlas presenciales de Inducción. | Continuar con el proceso de matriculaciones para los ingresos.<br><br>Desarrollar un curso de Prevención de Lavado de Dinero específico para Sucursales.<br><br>Inscribir/matricular a los empleados de las sucursales.<br><br>Reemplazar el sistema Integral de Gestión de Alertas (SIGA), mejorar el Plan de Redocumentación de Clientes e implementar la herramienta Fircosoft Real Time. |

|                                                                                              | LÍNEAS DE TRABAJO                                                    | OBJETIVOS 2010                                                                                | PROGRESOS 2010                                                                                                                                                                                                                                                                  | OBJETIVOS 2011                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>POLÍTICA DE FINANCIACIÓN DE ARMAMENTO</b><br><i>(Continuación)</i>                        |                                                                      |                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Continuar las acciones de formación, concientización y sensibilización relativas a temas de Integridad, Protección de Datos Personales y Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.</p> <p>Desarrollar un curso sobre Protección de Datos Personales destinado a todos los empleados del Banco.</p> |
| <b>CONSIDERACIÓN DE FACTORES AMBIENTALES Y SOCIALES EN EL ANÁLISIS DEL RIESGO CREDITICIO</b> | Factores ambientales y sociales en el análisis del riesgo crediticio | Aplicación del Plan de Ecoeficiencia                                                          | <i>No se ha avanzado en nuevas iniciativas dentro de este Plan, pero se ha trabajado para mantener operativos todos los sistemas de control y normas de procedimientos implantados.</i>                                                                                         | Analizar la posibilidad de implementar el sistema de gestión ISO 14.001 en sucursales                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                              |                                                                      | Certificación de la Norma internacional ISO 14.001 para 5 edificios centrales                 | Certificación por la implantación del sistema de gestión conforme con la Norma internacional ISO 14.001 en los edificios de Reconquista 40, Maipú 356, Reconquista 199, Venezuela 538/40 e Independencia 169.                                                                   | Analizar la posibilidad de implementar el sistema de gestión ISO 14.001 en sucursales.                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>COMPRAS Y GESTION AMBIENTAL</b>                                                           | Ampliación de criterios RC en las compras                            | Aplicación Normas 14001 con proveedores                                                       | Desarrollo de la propuesta de aplicar la Norma internacional ISO 14.001 a proveedores, a través de auditorías ambientales.                                                                                                                                                      | Analizar en el Comité de Dirección la implementación de las auditorías ambientales a los proveedores del Banco.                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                              | Sistema de Gestión Ambiental                                         | Publicación en Intranet sobre temas de medioambiente y capacitación a empleados por Intranet. | Realización de campañas de educación ambiental sobre reciclado de residuos y de papel, racionalización del uso del agua y energía eléctrica, por medio de la Intranet. Toda la información que se comunica por esta vía se encuentra alineada con aquella que difunde el Grupo. | Difundir cursos sobre gestión de residuos, consumo responsable de la energía, deforestación y cambio climático.                                                                                                                                                                                                             |

| INDICADORES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA                               | 2010          | 2009          | 2008          |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>ECONÓMICOS</b>                                                        |               |               |               |
| Resultado neto                                                           | 1.198.179     | 718.462       | 321.510       |
| Resultado por acción                                                     | 2,23          | 1,47          | 0,68          |
| <b>SOCIALES</b>                                                          |               |               |               |
| Tiempos Medios de Resolución de reclamaciones (días)                     | 10,67         | 16,08         | (1)           |
| Mujeres en cargos gerenciales                                            | 11            | 11            | 12            |
| Diversidad hombres y mujeres (%)                                         | 56/44         | 58/42         | 59/41         |
| Rotación no deseada Total                                                | 1,20%         | 0,66%         | 1,51%         |
| Cantidad de horas de participación en formación anual                    | 152.600       | 138.220       | 158.065       |
| Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido (%) | 0,97          | 1,6           | 1             |
| <b>MEDIOAMBIENTALES</b>                                                  |               |               |               |
| Consumo Papel por empleado (kg) <sup>(2)</sup>                           | 232,08        | 289,13        | 100,04        |
| Reciclado de Papel (Kg) <sup>(2)</sup>                                   | 165.170,00    | 176.830,00    | 12.870,00     |
| Consumo Agua (m3)                                                        | 171.768,42    | 98.255,20     | 123.880,80    |
| Consumo de Energía Eléctrica (kwh)                                       | 27.691.068,75 | 33.130.628,40 | 33.292.331,26 |

(1) Debido al cambio de metodología de cálculo de este indicador, no se cuenta con información a 2008.

(2) El aumento a partir de 2009 se debe a una ampliación en el alcance de la sistematización del indicador durante dicho año.

#### PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2010

Premio al Mejor Reporte de RSE de la Argentina, al IARC 2009 en BBVA Banco Francés.

Foro Ecuménico Social

Premio a la efectividad publicitaria por la Campaña "Francés Go".

Effie Awards Argentina

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

Dirección de Relaciones Institucionales  
BBVA Banco Francés  
**[direc\\_rel\\_inst@bancofrances.com.ar](mailto:direc_rel_inst@bancofrances.com.ar)**  
**[www.bancofrances.com.ar](http://www.bancofrances.com.ar)**

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

Impresión:  
**FP Compañía Impresora**

Facilitadores externos en el Proceso de elaboración del IARC 2010:  
**ReporteSocial.com**  
**[www.reportesocial.com](http://www.reportesocial.com)**

