



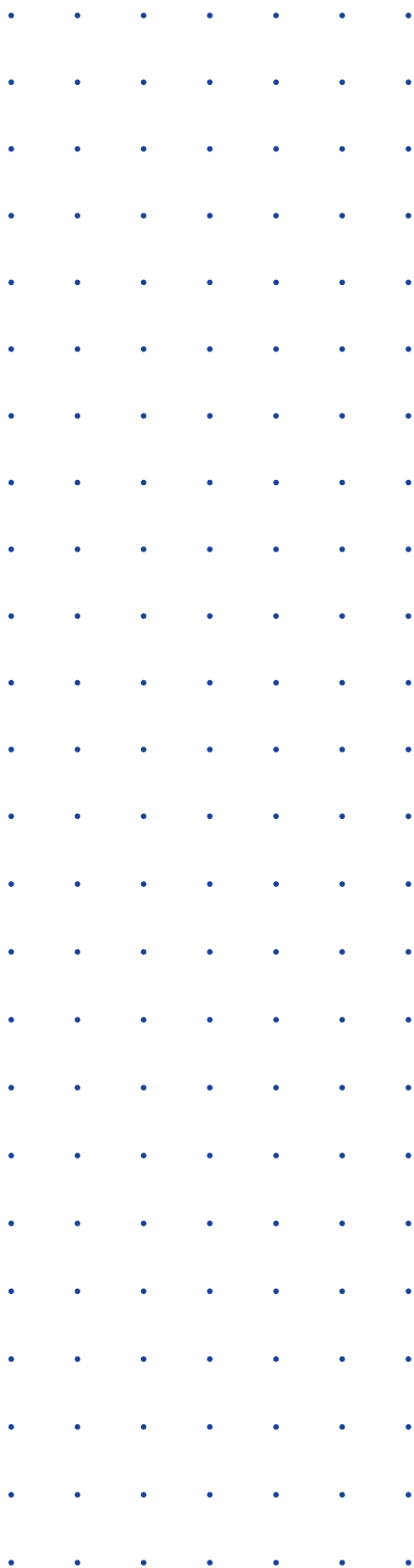
**BANCO PATAGONIA**

# Informe de RSE 2017



# Informe de RSE 2017

BANCOPATAGONIA



## Contenidos

|  |
|--|
| Carta del Presidente   |
| 01. Estrategia de sustentabilidad                                    |
| 02. Acerca de Banco Patagonia  |
| 03. Gobierno Corporativo   |
| 04. Clientes   |
| 05. Colaboradores  |
| 06. Sociedad   |
| 07. Proveedores  |
| 08. Medio Ambiente   |
| Índice de contenidos GRI   |
| Informe de Aseguramiento<br>Limitado de Contadores<br>Independientes |



# Carta del Presidente

En un año de grandes logros y nuevos desafíos, presento con gran orgullo nuestro Informe de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) a partir del cual rendimos cuentas a nuestros grupos de interés sobre el desempeño del Banco en materia económica, social y ambiental del año 2017.

Desde Banco Patagonia tenemos un fuerte compromiso en hacer cada una de nuestras acciones con responsabilidad, ética, transparencia, y buscando el fortalecimiento de las relaciones con cada uno de los actores con los cuales nos vinculamos. Como entidad financiera presente en todo el país y conscientes del rol social que tenemos en el desarrollo sostenible, ponemos foco en gestionar el negocio buscando generar un impacto integral, empoderando las economías regionales y mejorando el bienestar de las comunidades donde estamos presentes.

Este impacto se traduce en acciones y resultados que presentamos en este documento. Entre ellos destacamos la generación de empleo, donde en 2017 creamos 200 nuevos puestos de trabajo totalizando 3.365 colaboradores en el Banco. Para ellos brindamos 49.756 horas de capacitación, trabajando en herramientas

que potencian su desarrollo profesional y personal, como por ejemplo, la implementación de un nuevo modelo de Gestión del Desempeño con evaluaciones por objetivos y competencias a todos los colaboradores del Banco, proyecto logrado con éxito este año.

Hoy llegamos a más de 1.200.000 clientes de todo el país: desde emprendedores hasta grandes empresas de todos los sectores de la producción y el desarrollo, instituciones y organismos públicos, y personas con sueños y ganas de crecer. Así, desde nuestro lugar, ofrecemos productos y servicios a la medida de cada perfil, trabajando fuertemente en canales innovadores de atención y operación, apalancados en las nuevas tecnologías y la digitalización de procesos, aspecto en el que somos pioneros y estamos a la vanguardia a nivel nacional. En 2017 entre otras acciones para mejorar nuestra calidad y servicio implementamos el legajo 100% digital, invertimos en tecnología de avanzada para facilitarles la operatoria a nuestros oficiales y clientes, revalidamos Certificaciones Internacionales para Comercio Exterior y para la Protección de Activos de Información y creamos 8 Centros de Atención a Empresas.

Este año además avanzamos en la gestión de la cadena de valor. Capacitamos en sustentabilidad al equipo de Compras, identificamos a nuestros proveedores con variables que trascienden la relación comercial o requerimientos legales, y comenzamos a desarrollar una herramienta de evaluación de proveedores en aspectos económicos, sociales y ambientales.

Durante 2017, se otorgaron financiamientos fondeados por organismos multilaterales y agencias de desarrollo por el equivalente a \$552 millones de pesos. Adicionalmente, 4.900 propuestas de crédito fueron categorizadas según los lineamientos del Código de Clasificación Industrial Uniforme (CCIU) provisto por Naciones Unidas en términos ambientales y sociales, y cumplieron con los requisitos solicitados.

Todo esto es posible porque tenemos un fuerte compromiso con las comunidades donde estamos presentes. Este año llegamos a más de 16.000 beneficiarios con una inversión social de 10,3 millones de pesos, y un importante desarrollo de programas propios y en alianza con organizaciones. Durante 2017 revisamos nuestros pilares de colaboración para alinearlos a nuestra estrategia de

negocios y a las necesidades de las comunidades con las cuales trabajamos. Así, nos focalizamos en acompañar el emprendedurismo, fortaleciendo y capacitando a productores locales; en la educación; y en el crecimiento de nuestra propuesta de voluntariado para que todos nuestros colaboradores puedan participar de acciones de impacto social para beneficio de las comunidades, y de ellos a nivel personal.

Estas y otras acciones de nuestra gestión se encuentran publicadas en las siguientes páginas que espero sean de su interés. Agradezco especialmente al equipo de trabajo integrado por colaboradores de diferentes sectores que participó en el relevamiento y sistematización de la información publicada. Este documento es una herramienta que nos permite seguir mejorando nuestra gestión.

Cada logro, cada conquista, fue realizado gracias al trabajo de nuestros colaboradores en articulación con nuestros aliados claves. Es a partir de este esfuerzo y ganas de transformar desafíos en oportunidades que podemos, año a año, avanzar en nuestra gestión de RSE y dar más valor con el objetivo de construir juntos un país pujante y sostenible.



**João Carlos de Nobrega Pecego**  
Presidente

Brasileño, nacido el 12 de marzo de 1964, es Presidente del Directorio del Banco desde 2014. También es Director Suplente del Directorio de GPAT Compañía Financiera S.A., Patagonia Valores S.A., y Banco Patagonia (Uruguay) S.A.I.F.E. y miembro del Directorio del Banco Latinoamericano de Comercio Exterior S.A., (Bladex) desde 2010. Comenzó su carrera en Banco do Brasil en 1978 y ocupó diferentes cargos ejecutivos como Superintendente Comercial, Gerente Ejecutivo Corporate y Gerente Regional para América Latina, entre otros. En 2011, fue designado Vicepresidente de Banco Patagonia. El Sr. Pecego es Licenciado en Administración de Empresas egresado del Instituto de Educación Costa Braga (Brasil). Asimismo ha completado estudios de posgrado en Gestión de Negocios y dos MBA en Negocios Internacionales y Marketing.



# 01. Estrategia de sustentabilidad

Banco Patagonia tiene un fuerte compromiso en el acompañamiento del empoderamiento de las economías regionales, y para ello trabaja en acciones y programas de impacto, relacionados a su rol social como entidad financiera, desarrollando productos de valor para mejorar el bienestar de todos los públicos contribuyendo a su vez con el desarrollo sustentable del país.







# Destacados 2017

- Validación de todos los Lineamientos Estratégicos del Banco: Misión, Visión, Foco Estratégico y Valores.
- Revisión del análisis de materialidad en relación con las respuestas que desarrolló el Banco para cumplir con los temas relevantes seleccionados.

# Desafíos 2018

- Consolidación de la Estrategia de sustentabilidad y ejes de trabajo materiales al negocio y la contribución al desarrollo sostenible.
- Creación de un Comité de Sustentabilidad transversal al Banco.



## Enfoque sustentable

Banco Patagonia enfoca sus esfuerzos en desarrollar productos, servicios, acciones y programas basados en la sustentabilidad, que tiendan al cumplimiento de las expectativas, bienestar y crecimiento de sus grupos de interés. En este marco, realiza el seguimiento del Plan Estratégico con el objetivo de focalizar las acciones en metas concretas y alineadas a su Misión, Visión de futuro, Foco estratégico y Valores.

Así, durante 2017 las Superintendencias del Banco definieron acciones con foco en la sustentabilidad, con el objetivo de que se traduzcan en un beneficio de los grupos de interés y el negocio. Estas actividades se transforman en objetivos grupales e individuales de cada área que son monitoreados utilizando indicadores de cumplimiento articulados por las diferentes gerencias.

Entre ellas, se destacan las que tienen una mirada en la gestión de sustentabilidad:

- Posicionamiento del Banco en el mercado manteniendo estándares de liquidez y solvencia adecuados, como base para un crecimiento orgánico de la rentabilidad.
- Maximización de la generación de valor con nivel de riesgo adecuado.
- Expansión de la Red de Sucursales y de canales de autoservicio.

- Desarrollo de la banca digital para brindar una experiencia de excelencia al cliente.
- Desarrollo y capacitación de los colaboradores, con la implementación del nuevo Modelo de Gestión de Desempeño.
- Gestión responsable de la cadena de valor.
- Cuidado del ambiente a través de la disminución del consumo de recursos, apalancado en el uso eficiente de nuevas tecnologías.
- Inversión social con foco en emprendedurismo, educación e inclusión financiera.

Estas acciones son comunicadas internamente para que todos los colaboradores del Banco conozcan el Plan y trabajen para su cumplimiento.



### Misión

Ser un banco universal, cercano a sus clientes, con presencia nacional y vocación de crecimiento, en constante búsqueda de creación de valor para sus accionistas, colaboradores y la sociedad en su conjunto.

### Visión

Ser un banco reconocido por la experiencia de servicio a sus clientes, posicionándose entre los primeros bancos privados de la Argentina.

### Valores

Ética, pertenencia, competencia, innovación, potencial humano, sustentabilidad, eficiencia y agilidad.

## La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para Banco Patagonia

Es el compromiso voluntario de:

- Dar respuestas simples y claras a las necesidades de nuestros grupos de interés.
- Garantizar la transparencia del gobierno corporativo.
- Promover el valor de la sustentabilidad en la organización.
- Aportar al sentido de pertenencia de los colaboradores.
- Acompañar a las economías regionales.





## Análisis de materialidad

Con el objetivo de direccionar las acciones, programas e iniciativas que realiza el Banco hacia una estrategia de sustentabilidad y de triple desempeño; se realizó en 2015 un Análisis de Materialidad bajo los principios de la Iniciativa de Reporte Global (GRI) en el cual participó el gobierno corporativo de la entidad, y se realizó una consulta a proveedores, clientes, y referentes de la sociedad civil (ONGs, periodistas especializados, entre otros). De esta forma, el Banco obtuvo una matriz con 10 temas relevantes para su gestión.

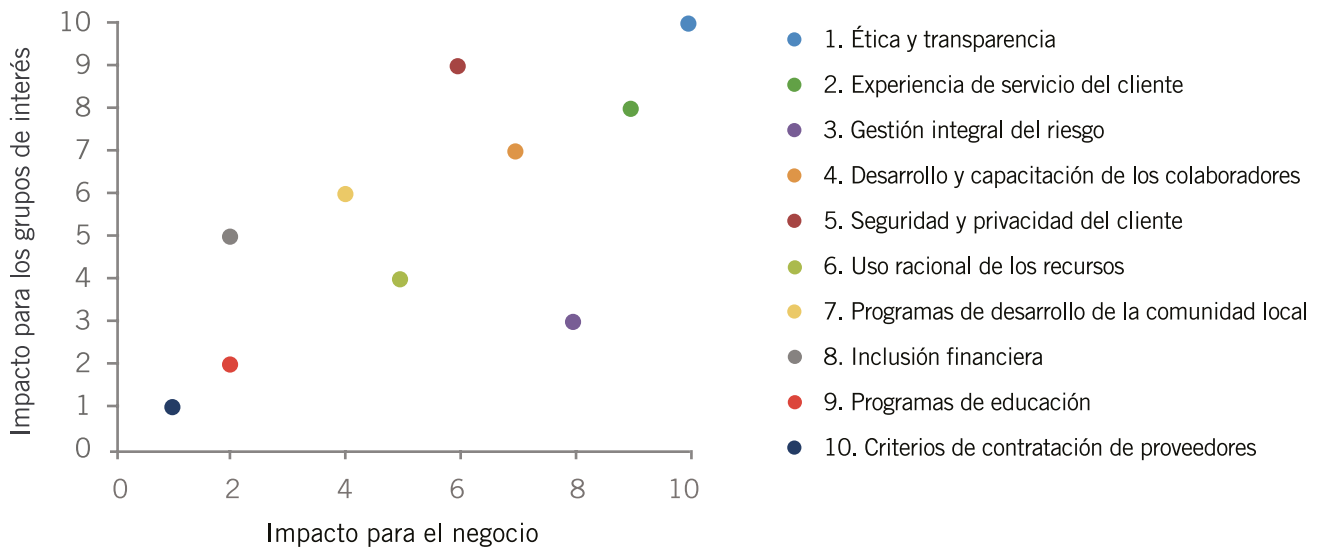
Sobre esta base, en 2016 y 2017 se profundizaron los temas seleccionados y se los relacionaron con acciones del Banco para poder monitorarlos y mejorarlos. Asimismo, para el análisis de los temas el foco estuvo puesto en la migración del Informe a los nuevos Estándares GRI y la elección de aquellos indicadores a responder en el Índice de Contenidos en función a la gestión y prioridades del negocio. Así, se completó la siguiente tabla con acciones nuevas y los estándares GRI correspondientes, buscando nuevos desafíos para seguir contribuyendo con el desarrollo sostenible.

### Alcance del Informe

El Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Banco Patagonia comunica las acciones y resultados en materia económica, social y ambiental desarrolladas desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2017. Fue realizado de conformidad con los Estándares GRI: opción Esencial. Para la elaboración de este documento, el Banco trabajó con un equipo de colaboradores que conforman el Grupo Operativo quienes relevaron la información y detectan todos los años las oportunidades de mejora para seguir evolucionando en la gestión de sustentabilidad.



### Matriz de materialidad



En la Matriz, el número 10 corresponde al valor de más impacto y 1 al de menor.

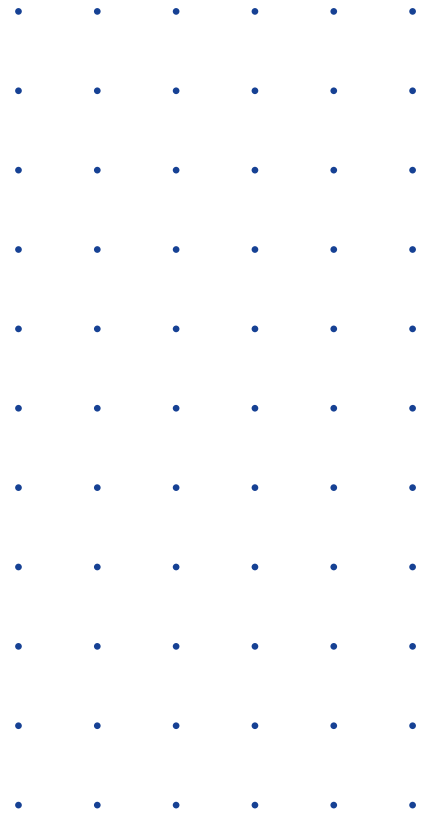
| TEMAS MATERIALES  | ACCIONES DE BANCO PATAGONIA  | ESTÁNDARES GRI ASOCIADOS  | GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS  |
|---|--|---|---|
| <b>Ética y transparencia</b>  |  |   |   |
| Código de ética y mecanismos de reclamos ante temas éticos y de conflicto de intereses.                           | Normas, políticas y códigos internos que guían su accionar. (p. 44-45)   | Anticorrupción  | - Accionistas<br>- Clientes<br>- Colaboradores<br>- Sociedad<br>- Proveedores |
| Capacitación en prevención de lavado de dinero y terrorismo.  | Cursos obligatorios para todos los colaboradores de Prevención de lavado de activos, Fraude, Continuidad del Negocio (BCP), entre otros. (p. 42-43)  |   |   |
| <b>Gestión Integral del riesgo</b>  |  |   |   |
| Gestión riesgos financieros, crediticios, operacionales y no financieros.   | Política de Gestión Integral de Riesgos conforme a los lineamientos establecidos por el B.C.R.A. y en línea con Basilea. (p. 39-41, 44-45)   | Anticorrupción  |   |
| Gestión de riesgos sociales y ambientales en el otorgamiento de créditos.   | Política de Créditos y Sistema de Análisis de Riesgos Sociales y Ambientales para el análisis de las operaciones de crédito. (p. 39-41, 44-45, 118-121)  | Tema propio: Evaluación de implementación de políticas ambientales y sociales y procedimientos de evaluación de riesgos sobre productos | - Accionistas<br>- Clientes<br>- Colaboradores<br>- Sociedad<br>- Proveedores |
| Mecanismos control para la lucha contra la corrupción y prevención de delitos financieros.                        | Productos y transacciones alcanzados por la Parametriza de Prevención de Lavado de Activos (PLA) y Financiamiento del Terrorismo (FT). (p. 42-43)  |   |   |
| Control de gestión y auditorías.  | Control interno realizado por el Comité de Auditoría regulado por la CNV, con mayoría de Directores independientes; y la Comisión Fiscalizadora. (p. 37, 44-45)  |   |   |
| <b>Experiencia de servicio del cliente</b>  |  |   |   |
| Medición de la satisfacción del cliente.  | Encuestas de calidad de atención de sucursales, MysteryShopper, sistema NPS ( <i>Net Promoted Score</i> ), estudios segmentados por tipo de negocio y encuestas internas a clientes, actualización del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) alineado a la norma ISO 9001:2015. (p. 69-70) | Marketing y etiquetado  |   |
| Beneficios al cliente.  | Oferta de servicios diferenciados: Acciones comerciales en fechas especiales, Alianzas comerciales con socios estratégicos y Club Patagonia. Además de eventos de fidelización, relacionamiento y captación de clientes. (p.54-55)   | Tema propio: Experiencia de servicio del cliente  | - Clientes<br>- Colaboradores   |
| Desarrollo de canales de atención y comunicación digitales.   | Patagonia e-bank, Mobile Banking, Programa de Venta sin papel, Proyecto de digitalización de legajos. (p. 61-64, 122-123)  |   |   |
| <b>Seguridad y privacidad del cliente</b>   |  |   |   |
| Seguridad personal de los clientes.   | Políticas, manuales y prácticas de seguridad, y realiza controles internos y auditorías externas en sucursales. (p. 44-45, 59-60, 68-69)   | Salud y seguridad de los clientes   |   |
| Seguridad en el manejo de datos y privacidad de la información.   | Controles digitales de seguridad a partir de la aplicación de nuevas tecnologías, revalidación de la certificación del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) alineado a la norma ISO 27001. (p. 69)   | Privacidad del cliente<br>Prácticas en materia de seguridad   | - Accionistas<br>- Clientes<br>- Colaboradores                                |
| Capacitación en seguridad de la información y personal a colaboradores según corresponda.                         | Capacitaciones a colaboradores en el manejo de situaciones de emergencias en sucursales, y Programa de Capacitación sobre Responsabilidades de Seguridad. (p. 43, 68-69, 78-79)  | Formación y enseñanza   |   |
| <b>Inclusión financiera</b>   |  |   |   |
| Accesibilidad a sucursales.   | Cajeros automáticos adaptados con una aplicación especial para personas no videntes, y sucursales cuentan con rampas y asesores para personas con dificultades de motricidad. (p. 67)  |   |   |
| Productos y servicios para personas de grupos vulnerables, personas no bancarizadas y/o con accesos restringidos. | Productos, servicios y beneficios para que el segmento de jóvenes universitarios, y convenios y acuerdos para financiamiento productivo al sector agropecuario. (p. 57-58, 97-99)  | Comunidades locales<br>Tema propio: Inclusión financiera  | - Clientes<br>- Sociedad  |
| Educación financiera.   | Talleres de inclusión y educación financiera para niños, jóvenes y personas de la tercera edad, junto a organizaciones de la sociedad civil aliadas. (p. 94-95)  |   |   |



| TEMAS MATERIALES  | ACCIONES DE BANCO PATAGONIA  | ESTÁNDARES GRI ASOCIADOS  | GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS |
|---|--|---|--------------------------------|
| <b>Desarrollo y capacitación de los colaboradores</b>     |  |   |                                |
| Desarrollo de carrera.                                    | Publicación de búsquedas internas y, a través del Canal de Orientación Laboral, se da respuesta a los pedidos de asesoramiento sobre el desarrollo profesional dentro de la organización. (p. 76)  |   |                                |
| Evaluación a colaboradores.                               | Finalización de la implementación del nuevo Modelo de Gestión del Desempeño, realizando por primera vez para toda la entidad una evaluación y delineando un plan de desarrollo individual para cada colaborador. Segunda etapa del Modelo de Gestión del Talento a fin de identificar y fidelizar a los colaboradores con potencial. (p. 80-81)                        | Empleo<br>Formación y enseñanza   | - Colaboradores                |
| Gestión del clima laboral.                                | Programa Visitas a Sucursales del Banco con espacios de diálogo con colaboradores y de intercambio de información útil. Organización de los Juegos Banco Patagonia con actividades deportivas y recreativas. (p. 82-83)  |   |                                |
| <b>Uso racional de los recursos</b>                       |  |   |                                |
| Uso responsable de la energía y agua.                     | Líneas de trade y líneas financieras con bancos multilaterales y de desarrollo, con el objetivo de mejorar la eficiencia energética. Diseño edilicio y cartelería respete lo más posible el entorno en sucursales ubicadas en zonas con valor de biodiversidad. (p. 118-121, 124)  |   |                                |
| Gestión sustentable del papel.                            | Programa venta sin papel que incluye digitalización de legajos y resúmenes. Eliminación de impresión de folletería gráfica, y de diarios recibidos en papel reemplazados por versiones digitales (p. 122-124)  | Materiales<br>Energía   | - Sociedad                     |
| Separación de residuos.                                   | Programa de separación de residuos en Edificios Centrales y sucursales de la Ciudad de Buenos Aires, y reutilización o donación de mobiliario. (p. 124-125)  |   |                                |
| <b>Programas de desarrollo de la comunidad local</b>      |  |   |                                |
| Programas de cultura.                                     | Apoyo a organizaciones en el desarrollo de proyectos orientados a la promoción cultural: espectáculos de música y danza, valorización del patrimonio arquitectónico, equipamiento para la formación musical, entre otros. (p. 105)   | Desempeño Económico   |                                |
| Voluntariado.   | Programa de voluntariado corporativo "Voluntarios Patagonia" tiene como objetivo acompañar el espíritu solidario de los colaboradores, consolidar la conciencia comunitaria y promover el sentido de pertenencia. (p. 100-104)   | Comunidades locales<br>Tema propio: Inclusión financiera  | - Sociedad                     |
| Emprendedurismo.  | Programa de Fortalecimiento a Emprendedores de la Provincia de Río Negro, Programa Integral para Emprendedores en Junín y Programa Universidades: Banco Patagonia Emprende. (p. 97-99)   |   |                                |
| <b>Programas de educación</b>                             |  |   |                                |
| Apoyo a la educación formal.                              | Programas de becas. (p. 94-96)   |   |                                |
| Capacitación y formación.                                 | Concurso "Nosotros Queremos" y Maratón de Lectura. (p. 94-95)  |   |                                |
| Equipamiento y mejoras edilicias.                         | Donación de rincones de lectura en el marco de la Maratón de Lectura. (p. 94)  |   |                                |
| Educación financiera.                                     | Programa educativo "Socios por un día" en Rosario y Programa de Economía Personal Mendoza para jóvenes. Programa "Un Click de Confianza" para la tercera edad. (p. 95)   | Comunidades locales<br>Tema propio: Educación financiera  | -Sociedad                      |
| Programa Universidades.                                   | Desarrollo de los estudiantes de 16 Universidades Nacionales, a través de becas de formación e investigación y acompañando a las áreas de extensión en eventos deportivos, programas culturales, jornadas de formación, entrega de premios y reconocimientos, equipamiento y en la implementación de acciones de inversión social en las comunidades cercanas. (p. 96) |   |                                |
| Alianzas estratégicas con organizaciones e instituciones. | Generación de alianzas estratégicas con el objetivo de generar juntos iniciativas de impacto social, de la mano de quienes trabajan en el campo de acción y son expertas en las diferentes temáticas que el Banco hace foco en su inversión. (p. 26, 103)  |   |                                |
| <b>Criterios de contratación de proveedores</b>           |  |   |                                |
| Proceso de selección y evaluación.                        | Proceso de compras detallado en el manual de compras y contrataciones. Incluye descripción de los roles, las responsabilidades y las etapas, desde el requerimiento hasta la entrega del servicio o producto. (p. 110-112)   | Prácticas de adquisición<br>Evaluación social de los proveedores<br>Evaluación ambiental de proveedores | - Proveedores                  |

## Mapa de grupos de interés

La identificación y conocimiento de los grupos de interés es un aspecto fundamental para la gestión de sustentabilidad del Banco ya que permite comprender sus necesidades y expectativas en relación con el negocio, y sus productos y servicios. En este marco, la entidad mapea a sus públicos clave siguiendo cinco criterios: responsabilidades legales, financieras y operativas, influencia en el logro de sus metas, cercanía, dependencia y representación de otras personas como es el caso de líderes de comunidades locales.



# Grupos de interés

## ACCIONISTAS

**Compromiso:** Proteger los intereses de los accionistas mediante una administración ética, transparente y respetando las regulaciones vigentes.

### Canales de comunicación

- Asambleas de Accionistas
- Área de Relación con Inversores
- Conferencias telefónicas

## CLIENTES

**Compromiso:** Brindar productos y servicios de calidad, atención personalizada y respuestas efectivas a sus necesidades.

### Canales de comunicación

- Email Marketing (EMM)
- Redes sociales
- Medios de comunicación masiva
- Encuestas y estudios de mercado
- Trato personal en sucursales
- Atención telefónica
- [www.bancopatagonia.com.ar](http://www.bancopatagonia.com.ar)

## COLABORADORES

**Compromiso:** Promover su desarrollo integral con beneficios, posibilidades de crecimiento interno y capacitación, mediante una comunicación adecuada.

### Canales de comunicación

- Revista Punto de Encuentro
- Yammer
- Intranet
- Carteleras
- Visitas, contacto telefónico, por mail o personal de analistas de clima laboral
- Relevamiento de sugerencias por parte del área de Calidad
- Línea Ética

## PROVEEDORES

**Compromiso:** Cumplir las relaciones contractuales, buscando relaciones de largo plazo y brindando beneficios a partir de la apertura de cuentas bonificadas.

### Canales de comunicación

- Correo electrónico
- Atención telefónica

## SOCIEDAD

**Compromiso:** Brindar respuestas simples y claras a las necesidades de la sociedad, garantizar la transparencia del gobierno corporativo, promover el voluntariado corporativo y acompañar el crecimiento de las economías regionales.

### Canales de comunicación

- Contacto presencial en forma directa con las comunidades
- Alianzas con organizaciones de la sociedad civil
- Correo electrónico
- Atención telefónica
- [www.bancopatagonia.com.ar](http://www.bancopatagonia.com.ar)



# 02. Acerca de Banco Patagonia

Banco Patagonia trabaja para desarrollar productos y servicios de calidad y a la medida de cada cliente, buscando ser un banco universal y líder del sistema financiero argentino. Esto lo logra con presencia en 23 provincias del país desde donde genera vínculos éticos y responsables dentro de la entidad y en toda la cadena de valor.

# BANCOPATAGONIA

Atención  
Empresas

BANCOPATAGONIA

BANCOPATAGONIA



# Destacados 2017

- Actualización del Plan Estratégico 2016-2018.
- Crecimiento de la base de clientes, alcanzando 1.191.593.
- \$ 18.071.494 de ingresos.
- 8,8% de incremento anual en el resultado del ejercicio económico.
- Continuidad de Banco Patagonia como agente financiero de la provincia de Río Negro.
- Coordinación de elaboración y definición del Presupuesto Anual 2018.

# Desafíos 2018

- Seguir afianzándose como uno de los bancos líderes del Sistema Financiero Argentino, personalizando la atención para brindar calidad a cada segmento de clientes: personas, pequeñas, medianas, grandes empresas y empresas del segmento Corporate.
- Avanzar en objetivos de incorporación de tecnología informática para la mejora de eficiencia en los procesos.
- Expandir la Red de sucursales a nivel nacional con foco en aquellos lugares donde el Banco aún no tiene presencia.
- Profundizar el modelo de servicio y venta a través del Centro de Contacto, y canales digitales.



## Introducción al Banco

Banco Patagonia se distingue por orientar su vocación hacia el cliente. Por ello, trabaja en la construcción de nuevos centros de atención, la implementación de tecnología de avanzada, la capacitación constante de su personal, y la innovación continua en la variedad de productos y servicios. Así, la entidad llega a cubrir en la actualidad todas las áreas de negocios y segmentos del mercado: individuos, empresas, pymes, profesionales, comerciantes, y lidera la posición en Planes Sueldo del sistema financiero.

Desde abril de 2011, Banco do Brasil<sup>1</sup> es el accionista mayoritario de Banco Patagonia, con una participación, al 31 de diciembre de 2017, de 58,97% en el capital social y votos por acción. Con más de 200 años de experiencia en el sistema financiero, Banco do Brasil<sup>1</sup> es una de las instituciones financieras más importantes de América Latina. Actúa en todos los segmentos, desde el financiero bancario, pasando por el de tarjetas de crédito, administración de recursos de terce-

ros, seguros, hasta mercado de capitales, con un importante portafolio de productos y servicios.

### Sociedades controladas

Banco Patagonia es controlante de las sociedades que se describen a continuación<sup>2</sup>. Estas cumplen con los objetivos de brindar servicios complementarios a los desarrollados por el Banco el cual, en forma centralizada, incluye en su planificación los principales lineamientos para la gestión empresarial de dichas sociedades, en cuanto a la toma de decisiones relacionadas con los volúmenes de sus negocios, nuevos servicios a ser brindados por las mismas, etc.

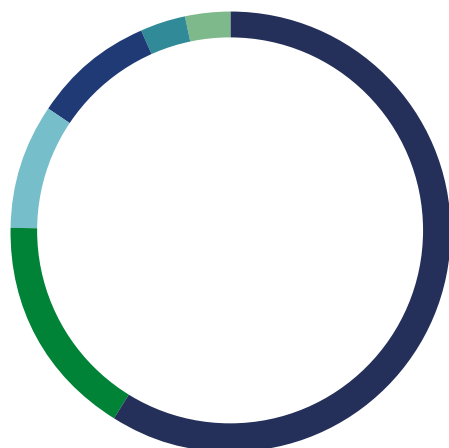
- PATAGONIA INVERSORA S.A. Sociedad Gerente de Fondos Comunes de Inversión
- PATAGONIA VALORES S.A.
- BANCO PATAGONIA (Uruguay) S.A.I.F.E.
- GPAT Compañía Financiera S.A.

<sup>1</sup> La información institucional y financiera al 30 de septiembre de 2017 de Banco do Brasil se encuentra disponible en su página de internet [www.bb.com.br](http://www.bb.com.br).

<sup>2</sup> Los datos correspondientes a estas sociedades no forman parte del presente Informe



## Estructura accionaria de Banco Patagonia



- 58,97% Banco do Brasil S.A.
- 16,45% Mercado
- 9,03% Ricardo Alberto Stuart Milne
- 9,03% Jorge Guillermo Stuart Milne
- 3,35% Emilio Carlos González Moreno
- 3,17% Provincia de Río Negro

## Banco Patagonia en números

El ejercicio económico del año 2017 de Banco Patagonia finalizó con un resultado positivo de \$3.555,2 MM que representa un incremento de 8,8% con respecto al ejercicio anterior. El total de activos de la entidad alcanzó \$ 93.718,0 MM, mientras que el total de pasivos fue de \$ 82.562,1 MM, con una variación del 34,8% y

36,9% respectivamente en relación con el año anterior. El apalancamiento, que se obtiene del cociente entre el patrimonio neto sobre los activos netos fue de 12,5%, frente a 13,4% del año anterior, mientras que para el total del sistema financiero fue de 12,6% y para el conjunto de entidades privadas de 13,2%.

| CONCEPTO  | DESCRIPCIÓN  | 2016          | 2017          |
|---|--|---------------|---------------|
| VALOR ECONÓMICO GENERADO DIRECTAMENTE: INGRESOS (en miles de pesos) (#)                       | Suma de los ingresos financieros más los ingresos por servicios.   | \$ 16.629.550 | \$ 18.071.494 |
| VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (#)   |  | \$ 10.888.631 | \$ 11.084.220 |
| Costos operativos   | Gastos de administración totales, menos salarios y beneficios de los empleados, impuestos y amortizaciones y depreciaciones. | \$ 1.526.078  | \$ 1.877.046  |
| Salario y beneficio de los empleados (gastos en personal, dentro de gastos en administración) | Gastos en personal, dentro de gastos de administración.  | \$ 2.848.392  | \$ 3.503.106  |
| Pagos a proveedores de capital  | Egresos financieros.   | \$ 6.232.748  | \$ 5.323.037  |
| Pagos al gobierno   | Pago de impuestos. No incluye el pago por impuesto a las ganancias. (1)  | \$ 281.413    | \$ 381.031    |
| Retenciones   | Valor económico generado directamente menos el valor económico distribuido.  | \$ 5.740.919  | \$ 6.987.274  |

(#) Los datos surgen de los estados contables auditados por contador independiente al 31 de diciembre de 2017.

(1) No incluye el pago por impuesto a las ganancias. El total de impuesto a las ganancias pagado por el Banco en 2016 fue \$1.494.400 (expresado en miles) y por el año 2017 \$ 1.862.989



## Presentes en todo el país

Con el fin de brindar un servicio de alta valoración para el cliente y generar mayor penetración en zonas de alta potencialidad del negocio, la entidad busca mantener la presencia y cobertura a través de la Red de Sucursales a nivel nacional. Banco Patagonia es el 8vo Banco del Sistema Financiero Argentino, y la 6ta entidad privada, excluyendo a Banco Nación y Bapro en cantidad de sucursales.

La Red cuenta con 186 sucursales y 19 Centros de Atención, con un total de 598 Cajeros Automáticos y 386 Terminales de Autoservicio. Todas las sucursales cuentan con una dotación total de 2.029 puestos entre gerenciales, comerciales y operativos.

Durante 2017, el Banco expandió su cobertura nacional con la apertura de la sucursal José C. Paz y los Centros de Atención en Oberá y Eldorado en la Provincia de Misiones. Asimismo, reforzó su presencia en la Provincia de Río Negro con la inauguración de las sucursales Alto Bariloche, Recaudadora Cipolletti y el Centro de Atención de Villa Regina.

Con foco en la calidad de atención de los clientes, se continuó con el plan de mejora de sucursales, a través del cual se han remodelado las Sucursales Trelew, Lanús Este, Corrientes 3 de Abril y Santiago del Estero. También se relocalizaron las sucursales de Neuquén y Salta en locales más amplios, las que cuentan con el nuevo layout, preparado para dar una mejor experiencia al cliente y brindar atención especializada al segmento de Alta Renta.

## Aliados estratégicos

- Asociación Civil Argentina Empresas Brasileñas (Grupo Brasil).
- Asociación de Leasing de Argentina.
- Bolsa de Cereales de Buenos Aires.
- Bolsa de Comercio de Buenos Aires.
- Cámara Argentina del Anunciante.
- Cámara de Comercio Argentino Brasileña.
- Cámara de Comercio Argentino Chilena.
- Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina (AMCHAM).
- Cámara de Comercio de San Lorenzo.
- Cámara de Comercio Exterior de Cuyo.
- Cámara de Comercio Franco Argentina.
- Consejo Internacional de Comercio y Producción.
- Fundación Mediterránea.
- Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA).

# PATAGONIA

# 24

Cajero Automático

Extracciones  
Pagos  
Depósitos  
Consultas

Cajero Automático

Extracciones  
Pagos  
Consultas



# 03. Gobierno Corporativo

La aplicación de prácticas de buen gobierno corporativo le permite a Banco Patagonia proteger sus intereses y los de sus públicos clave, sentando las bases de una administración ética y transparente, una adecuada gestión de riesgos y una precisa asignación de funciones dentro de la entidad. La gestión integral de riesgos, y las políticas y prácticas sobre Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo, permiten tanto a la entidad como a sus clientes operar de manera segura y ética.

# BANCOPATAGONIA



PATAGONIA más te suma.  
Programa legal de ahorros y premios.

**ClubPATAGONIA**  
Programa de premios

PUNTOS Y PREMIOS\*



Bancopatria Patagonia Plus Ahorro Plus  
Cuenta, Recargas, Ahorros y Seguros

BANCOPATAGONIA

PATAGONIA más te suma.

**YPF**  
**20%**



# Destacados 2017

- Emisión del primer Informe Anual de Gestión de la Gerencia de Auditoría Interna, con información sobre las actividades desarrolladas y los principales hallazgos o puntos de interés.
- Desarrollo de nuevos indicadores y alertas para la Metodología de Auditoría Continua adoptada en 2016.
- Adecuaciones a las Políticas Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.
- Incorporación de principios Anti-Corrupción dentro del Código de Ética.

# Desafíos 2018

- Implementación de la herramienta “Intranet Audit” para la sistematización digital del proceso de auditoría.
- Lanzar un e-learning para todos los colaboradores sobre normativas destinadas a evitar el lavado de dinero y financiamiento del terrorismo.
- Aplicar la Matriz de Riesgo Cliente Inicial al momento de la vinculación de un cliente, con el objetivo de determinar con mayor precisión el “riesgo cliente”.



## Estructura del gobierno corporativo

Banco Patagonia S.A. tiene una sólida estructura de gobierno societario representada por el Directorio, la Comisión Fiscalizadora, y los comités para el desarrollo de los temas más relevantes en forma integrada. Además, cuenta con un equipo de niveles gerenciales, compuesto por 7 Superintendencias y 7 Gerencias de primera línea, que participan en el día a día del negocio y comunican las

principales decisiones al Directorio de manera directa, ágil y efectiva.

A los efectos de una precisa y eficiente asignación de responsabilidades a todos los altos mandos del Banco, el Directorio aprobó una macroestructura organizacional que formalizó en el Manual de Organización donde se detallan la misión y función para cada área.

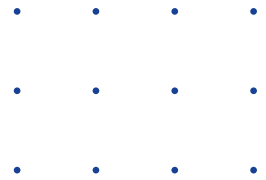
### El Directorio

El Directorio es el órgano responsable de la administración del Banco y toma todas las decisiones relacionadas al negocio.

### Miembros del Directorio al 31 de diciembre de 2017<sup>3</sup>

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Presidente</b>           | João Carlos de Nobrega Pecego   |
| <b>Vicepresidentes</b>      | Rubén Miguel Iparraguirre<br>Oswaldo Parré dos Santos<br>Claudio de Oliveira Borsa<br>Antônio Mauricio Maurano<br>Edson Rogerio Da Costa  |
| <b>Directores Titulares</b> | Carlos Alberto Araújo Netto<br>Fabián Gustavo Gatti (Acciones Clase “A” – Director Independiente)<br>Ernesto Juan Cassani (Director Independiente)  |
| <b>Directores Suplentes</b> | Nilson Martiniano Moreira<br>Fernando Florencio Campos<br>Marcio Hamilton Ferreira<br>Marco Antônio Ascoli Mastroeni<br>Paulo Roberto Lopes Ricci<br>Luis Carlos Cerolini (Director Independiente)<br>Zenón Alberto Biagosch (Director Independiente)<br>Giovanna María Matilde Cristóforo (Acciones Clase “A” – Directora Independiente) |





### **Responsabilidades**

Es el responsable de ejecutar las decisiones asamblearias, y de establecer la estrategia de negocios debiendo aprobar las políticas generales y particulares con el fin de lograr una gestión económica, social y ambientalmente responsable del negocio, respetando la ley y el estatuto social. Se reúne al menos una vez por mes.

### **Composición**

La Asamblea de Accionistas fija la cantidad de miembros del Directorio, entre un mínimo de 7 y un máximo de 9 miembros. Son elegidos por períodos de 3 años con posibilidad de ser reelegidos indefinidamente. De acuerdo con lo establecido en el Estatuto del Banco, un Director Titular será designado por el titular de las acciones ordinarias clase “A”, que corresponden únicamente al Estado de la Provincia de Río Negro, quien podrá a su vez designar un Director Suplente, mientras que los restantes Directores serán designados por los titulares de las acciones ordinarias clase “B”, quienes también podrán designar Directores Suplentes. El Directorio de Banco Patagonia está conformado por un 20% de Directores independientes, conforme a las normas de oferta pública, fomentando la independencia y objetividad.

## Nombramiento

La totalidad de los miembros del Directorio son sometidos a aprobación del BCRA, quien evalúa sus condiciones de habilidad legal, idoneidad, competencia, probidad, experiencia en la actividad financiera y posibilidad de dedicación funcional, condiciones que deberán ser mantenidas durante todo el período de desempeño en el cargo. Por su parte, el Estatuto Social del Banco dispone que no podrán ser directores quienes desempeñen cualquier cargo o empleo, rentado o no, en la Administración Pública Nacional, Provincial o Municipal, con excepción de los docentes, ni los Directores o Administradores de personas jurídicas que sean deudores morosos de Entidades Financieras.

No pueden integrar el Directorio ni la Comisión Fiscalizadora, quienes se encuentren comprendidos en las inhabilidades e incompatibilidades previstas en la Ley General de Sociedades N° 19.550, ni en la Ley N° 21.526 de Entidades Financieras, ni las contempladas en la normativa del BCRA sobre Autoridades de Entidades Financieras, ni en la normativa de la CNV.

## Capacitación

Banco Patagonia organiza conferencias de economistas y de profesionales especializados en materia bancaria y financiera, convocando a los miembros del Directorio y a los niveles gerenciales, quienes también participan de diversos foros y en asociaciones de la industria.

Comunicación y capacitación del gobierno corporativo en Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo:

- Participación en la Jornada de Capacitación sobre Prevención, Detección, Reporte de Investigación de Soborno Nacional y Extranjero: Promoviendo mejores Prácticas Internacionales para la Lucha contra el Lavado de Activos. Unidad de Información Financiera.
- Participación en el Foro Parlamentario Regional de Inteligencia y Seguridad organizado por la UIF.
- Realización de una capacitación por un tercero externo independiente, en materia de Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo, dirigida a directores, Síndicos y Gerentes de Áreas Centrales, Gerentes Ejecutivos y Superintendentes. Asimismo, se realizó la misma capacitación para los integrantes del Comité PLA/FT y Sindicatura.

## Evaluación

Anualmente, el Directorio expone ante la Asamblea de Accionistas los resultados de su gestión con la emisión de los Estados Contables auditados y la Memoria, quien evalúa su desempeño. La Comisión Fiscalizadora debe opinar en su informe anual sobre la Memoria del Directorio, y los Accionistas pueden pedir las explicaciones y/o ampliaciones que consideren necesarias. Además, en forma previa a cada Asamblea anual ordinaria de Accionistas, el Directorio realiza una autoevaluación de su desempeño como Órgano. En la Asamblea de Accionistas también se somete a consideración la gestión del Directorio y los actos realizados en el año.

## Comunicación con grupos de interés

Banco Patagonia cuenta con un área de Relación con Inversores<sup>4</sup> que entre otras actividades se encarga de mantener vínculos con inversores institucionales, -potenciales y existentes-, analistas, calificadoras y bancos de inversión. Además, el Banco publica y mantiene actualizada su información contable e institucional, a través de su página web, en la Autopista de la Información Financiera (AIF) de la Comisión Nacional de Valores<sup>5</sup>, en el Boletín de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y en la Bolsa de Valores de Bovespa (Brasil)<sup>6</sup>. A través de sus Informes de RSE, da a conocer los avances realizados en el año en materia de sustentabilidad.



<sup>4</sup> [investors@bancopatagonia.com.ar](mailto:investors@bancopatagonia.com.ar)

<sup>5</sup> [www.cnv.gob.ar](http://www.cnv.gob.ar)

<sup>6</sup> [http://www.bmfbovespa.com.br/pt\\_br/produtos/listados-a-vista-e-derivativos/renda-variavel/empresas-listadas.htm](http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/produtos/listados-a-vista-e-derivativos/renda-variavel/empresas-listadas.htm)

## Remuneración

Las remuneraciones del Directorio son determinadas por la Asamblea General de Accionistas. El Directorio de Banco Patagonia aprobó una política, estableciendo la responsabilidad de fijar dichos honorarios a la Asamblea de Accionistas, de acuerdo con lo prescripto por el artículo 261 de la Ley General de Sociedades N° 19.550. En la determinación de dichas remuneraciones se debe tener en cuenta las responsabilidades, el tiempo dedicado a las funciones, la experiencia y la reputación profesional. Este criterio se basa en que el nivel de remuneración debería ser el que se considere necesario para atraer, retener y motivar a directores que reúnan las condiciones requeridas para ejercer dicha función.

Respecto a los cuadros gerenciales, los miembros de la Alta Gerencia deben contar con condiciones generales de idoneidad y experiencia necesaria para gestionar el negocio bajo su supervisión. En cuanto a las remuneraciones, cabe mencionar que, en función de las retribuciones para cargos similares en el mercado, el desempeño observado, el desarrollo profesional y el resultado obtenido en el ejercicio, el Banco otorga remuneraciones variables, las cuales son aprobadas por el Comité de Remuneraciones y puestas en conocimiento del Directorio de la entidad.

## Los Comités

Con el objeto de mantener una adecuada organización, control y seguimiento de las actividades inherentes a la gestión, el Directorio del Banco creó distintos Comités<sup>7</sup>, los cuales se encuentran bajo su supervisión, y en los que participan por lo menos un director, con carácter de vicepresidente o presidente y el máximo responsable del área correspondiente.

- Comité de Auditoría -CNV
- Comité de Auditoría -BCRA-
- Comité de Tecnología Informática
- Comité de Seguridad Informática y Protección de Activos de Información
- Comité de Control y Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo
- Comité de Riesgo Operacional
- Comité de Riesgo Global
- Comité de Dirección
- Comité de Negocios
- Comité de Finanzas
- Comité de Remuneraciones e Incentivos al Personal
- Comité de Ética
- Comité de Calidad
- Comité de Arquitectura, Seguridad y Administración de Bienes

# BANCO PATAGONIA


## Comisión Fiscalizadora<sup>8</sup>

Está integrada por tres síndicos titulares y tres suplentes, designados por la Asamblea Ordinaria de Accionistas, con mandato para ejercer durante un ejercicio económico, con posibilidad de ser reelectos. Sus funciones son principalmente la fiscalización de la administración de la sociedad; verificación de tiempos y periodicidad las disponibilidades y títulos valores, así como las obligaciones y su cumplimiento; asistencia con voz, pero sin voto, a las Asambleas de Accionistas y a las reuniones del Directorio; convocatoria a Asambleas Extraordinarias de Accionistas; aseguramiento del cumplimiento de las leyes y regulaciones; e investigación de quejas por escrito presentadas por los accionistas que representen no menos del 2% del capital social.

<sup>8</sup> Para más información sobre los miembros de la Comisión Fiscalizadora, consultar la Memoria del ejercicio 2017.

A hand is holding a silver pen over a white envelope. The envelope has the Bancopatagonia logo printed on it. The background is a blurred office setting with people standing near large windows.

BANCO PATAGONIA

A close-up photograph of a person's torso. They are wearing a white, intricately patterned lace top. The person is holding a white envelope or document in their left hand, which is visible on the left side of the frame. The background is blurred, showing what appears to be an indoor setting with some furniture and a window.

Banco Patagonia entiende a la gestión de riesgos como una función estratégica y diferencial, por lo que posee políticas y procesos para manejar eficientemente la exposición a los diferentes riesgos propios de la actividad bancaria, sobre la base de las definiciones estratégicas definidas por el Directorio, especialmente en lo relativo a apetito y tolerancia por el riesgo.

## Gestión de Riesgos

Los principales riesgos y amenazas gestionados por Banco Patagonia son:

- **Riesgo de Crédito:** posibilidad de sufrir pérdidas por el incumplimiento que un deudor o contraparte hace de sus obligaciones contractuales.
- **Riesgo de Liquidez:** riesgo de ocurrencia de descalces entre los plazos de activos y pasivos que puedan afectar la capacidad de cumplir con los compromisos financieros, presentes y futuros -dentro de diversos horizontes temporales-, tomando en consideración las diferentes monedas y plazos de liquidación de los derechos y obligaciones, sin incurrir en pérdidas significativas.
- **Riesgo de Mercado:** posibilidad de sufrir pérdidas por posiciones dentro y fuera de balance, a raíz de fluctuaciones adversas en precios de mercado o factores de riesgo asimilables a ellos.
- **Riesgo de Tasa de Interés:** posibilidad de que se produzcan cambios en la condición financiera de la Entidad como consecuencia de fluctuaciones en las tasas de interés, pudiendo afectar los ingresos financieros netos y su valor económico.
- **Riesgo Operacional:** riesgo de pérdida resultante de la inadecuación o fallas de los procesos internos, de la actuación del personal y/o de los sistemas internos, o bien aquellas que sean producto de eventos externos. Esta definición incluye el riesgo legal, pero excluye el riesgo estratégico y reputacional.
- **Riesgo Reputacional:** aquel que está asociado a una eventual percepción negativa acerca del Banco por parte de clientes, contrapartes, accionistas, inversores, tenedores de deuda, analistas de mercado y/u otros grupos de interés. Este riesgo podría afectar la normal capacidad para mantener relaciones comerciales existentes o establecer nuevas y continuar accediendo a fuentes de fondeo en forma normal.
- **Riesgo Estratégico:** aquel riesgo que pudiese derivar de una estrategia de negocios inadecuada o de un cambio adverso en las previsiones, parámetros, objetivos y otras funciones que respaldan esa estrategia.
- **Riesgo de modelo – Validaciones independientes:** La Entidad desarrolla y utiliza modelos como uno de los soportes para la toma de decisiones en diversas áreas de la gestión, incluyendo las de riesgos. A fin de mitigar el riesgo de modelo y velar por un correcto desempeño de los mismos, el Banco cuenta con un proceso de validación independiente de modelos liderado por la Gerencia de Validación de Modelos.



- **Riesgo asociado a la Seguridad Informática y la Protección de Activos de la Información (SI-PAI):** El Banco a través de un área específica, protege a la Entidad de amenazas y riesgos de seguridad, que pueden poner en peligro la continuidad de los niveles de competitividad, rentabilidad y conformidad legal necesarios para alcanzar los objetivos planteados por el negocio, asegurando los datos y la información, con la ayuda de un Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI).
- **Riesgo de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo (PLA):** La Entidad cuenta con las políticas, procedimientos y herramientas necesarios para asegurar el cumplimiento de las normativas vigentes en materia de control y prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo.
- **Riesgos ambientales y sociales:** La Entidad cuenta con un Sistema de Riesgos Sociales y Ambientales que busca impulsar y consolidar la introducción de estos criterios en el proceso de análisis de las operaciones de créditos.

En 2017, se comenzó la primera auditoría interna de RSE destinada a evaluar los aspectos más relevantes vinculados a la implementación y el desarrollo de actividades vinculadas con dicha temática en la Entidad.

#### **Avances en el proceso de auditoría interna**

Con el objetivo de efficientizar los procesos, en 2017 el Banco finalizó la instalación de una nueva herramienta, “Intranet Audit”, que permite digitalizar los trabajos de auditoría, y la implementó en 180 trabajos relacionados. Además, realizó un trabajo de homogeneización de archivos y sistematización de la información de la Gerencia.

## Prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo

Durante 2017, la Unidad de Información Financiera dictó la Resolución 30/2017 debido a un cambio de enfoque en los estándares internacionales relacionados a la Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo (LA/FT). La misma tiene por objeto establecer los lineamientos para la Gestión de Riesgos de LA/FT y de cumplimiento mínimo que las Entidades deberán adoptar y aplicar para gestionar, de acuerdo con sus políticas, procedimientos y controles, el riesgo de ser utilizadas por terceros con objetivos criminales.

En este sentido, Banco Patagonia llevó adelante un plan de implementación de los conceptos y procedimientos indicados en la Resolución que culminará en junio de 2018, que incluyeron:

- La modificación de las atribuciones del Comité de Control y Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.

- Realización de adecuaciones en procesos y parametrías de calificación de los distintos riesgos de clientes.
- Adecuación de exigencias en transferencias de fondos, principalmente internacionales y la aplicación de Diligencia simplificada o continuada según corresponda.
- Revisión del alcance y metodología de análisis del monitoreo de operativa del Sector Público instaurada en Banco Patagonia desde 2012.
- Modificaciones e incorporaciones al Código de Ética: se incorporó la posibilidad de informar actos u operaciones sospechosas a la Gerencia de Prevención de Lavado de Activos; y un párrafo específico de Prevención de Lavado de Activos relacionado en el Código de Ética para establecer distintas responsabilidades, y obligaciones que corresponden a todos los empleados y funcionarios en materia de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.

En 2017, se adecuaron las Políticas de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo y el Código de Ética, incorporando principios Anti-Corrupción. Además, se aprobó la metodología de una autoevaluación en materia de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo para cada una de las líneas de negocio del Banco, a fin de determinar el perfil de riesgo de la Entidad, el nivel de exposición inherente y evaluar la efectividad de los controles implementados para mitigar los riesgos identificados en relación, como mínimo, a sus clientes, productos y/o servicios, canales de distribución y zonas geográficas.

### Capacitaciones internas en Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo

- Capacitaciones presenciales a 11 cajeros a través del programa de inducción.
- Participación en las visitas coordinadas a la Red de Sucursales “Conociendo la Red” propuesto por la Gerencia de Planeamiento y Calidad. En 2017, se realizaron visitas a: Barracas, Vicente López, Sucursal Rosario, Tortuguitas, San Isidro y Morón.
- 9 reuniones virtuales de la Gerencia Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo con distintas regiones del Banco con el objetivo de profundizar el conocimiento de nuevas normativas y resolución de casos puntuales.

### Concientización externa sobre la Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo

Banco Patagonia a través del Gerente de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo realizó presentaciones en los siguientes espacios:

- IAE Business School – Universidad Austral – Certificación de Prevención de Crímenes Financieros.
- 9º Seminario Internacional de Cumplimiento Dictado por Business Compliance Solutions
- Jornada de Capacitación sobre Prevención, Detección, Reporte de Investigación de Soborno Nacional y Extranjero: Promoviendo mejores Prácticas Internacionales para la Lucha contra el Lavado de Activos. Unidad de Información Financiera.
- Deloitte Desayuno Global Anti-Corruption Landscape and Trends.
- Primera Edición del Thomson Reuters Advisory Board: Compliance en Instituciones Financieras, Capítulo Argentina.
- Foro Parlamentario Regional de Inteligencia y Seguridad. Organizado por la UIF.



## Códigos internos

Banco Patagonia cuenta con distintas normas internas que guían el accionar del gobierno corporativo y el de todos los colaboradores, entre las que se pueden mencionar:

- **Estatuto Social:** reglamenta la constitución, atribuciones y funcionamiento del Directorio.
- **Reglamento del Directorio:** rige el funcionamiento y/o las actividades del Directorio, el ejercicio de sus atribuciones, derechos y obligaciones.
- **Código de Gobierno Societario:** contiene los lineamientos de la política adoptada por su Directorio para las buenas prácticas de gobierno. El cumplimiento del mismo es un requisito para el ejercicio de sus cargos y son los responsables, junto a la Alta Gerencia, de velar por su cumplimiento. El mismo es revisado semestralmente y elevado a la aprobación del Directorio.
- **Código de Ética:** aprobado por el Directorio, el Código facilita el conocimiento y comprensión de los principios éticos y de conducta que cada colaborador del Banco debe observar en su desempeño, respetando las más altas normas de conducta, trabajando con eficiencia, calidad y transparencia, siendo la base para un comportamiento ético con clientes, proveedores, organismos de control y la comunidad en la que se opera. Así, fija las pautas a fin de evitar todo conflicto de intereses personales y los intereses de negocios del Banco o sus clientes.
- **Código de Conducta:** adoptado en función de la categoría de Agente de Liquidación y Compensación, y Agente de Negociación Integral, estableciendo la política y los procedimientos correspondientes a las normas legales y éticas aplicables.
- **Manual de Desarrollo Humano y Clima Organizacional:** aprobado por el Directorio, describe las funciones, procesos y prácticas, vinculadas a la selección, evaluación y remuneración de todos los empleados del Banco.
- **Código de Prácticas Bancarias:** brinda un marco de referencia para la relación entre los clientes y la entidad en la prestación de servicios bancarios.
- **Protección de datos personales:** establece el marco regulatorio a fin de garantizar a todos los clientes un adecuado tratamiento de la información personal suministrada.
- **Política de atención a los usuarios de servicios financieros:** establece procedimientos y pautas para el adecuado funcionamiento y control de la operatoria de atención al cliente.
- **Política de calidad de datos de personas y clientes:** establece los lineamientos y procedimientos de identificación, registro, almacenamiento y actualización de los datos de personas y clientes.

- **Política sobre prevención y control del lavado de activos y financiamiento del terrorismo:** establece pautas y procedimientos para minimizar los riesgos en la materia y el cumplimiento de la normativa aplicable.
- **Política sobre Publicidad y Comunicación de la Información:** establece los lineamientos para proveer en forma oportuna y correcta toda información pública pertinente.
- **Política sobre requisitos mínimos de divulgación de la información:** establece los lineamientos para la publicación de la información necesaria de acuerdo con las normas del B.C.R.A. sobre Disciplina de Mercado.

## Política de Gestión del Canal de Denuncias

El Banco cuenta con una Línea Ética dirigida a todos sus colaboradores, para que puedan denunciar la ocurrencia de irregularidades o comportamientos que afecten los principios de integridad institucional. Este canal formal, seguro, anónimo y confidencial, atiende las denuncias recibidas, sobre actuaciones o comportamientos que puedan ser contrarios a los establecidos en el Código de Ética, a los valores organizacionales, o a la normativa legal y interna.

Por su parte, a través de la página web del Banco o del Centro de atención telefónica al cliente, los públicos externos pueden presentar cualquier queja o re-

clamo, registrado y derivado al sector correspondiente.

El Directorio de Banco Patagonia aprobó la política para la gestión de fraudes, ilícitos e irregularidades que describe el procedimiento a seguir al momento de detectar o tomar conocimiento sobre hechos fraudulentos, circunstancias o conductas irregulares, que hayan sido informadas través de los canales habilitados a tal fin. Banco Patagonia posee además una dirección de correo electrónico a la cual puede enviarse todo descubrimiento o sospecha de la existencia de una actividad ilícita que afecte el funcionamiento del Banco.

A photograph of a band performing on stage. The scene is dominated by blue lighting, creating a moody atmosphere. In the foreground, a male singer in a dark t-shirt and dark pants is captured mid-performance, holding a microphone and looking down. Behind him, other band members are visible, including a drummer on the right and another musician on the left. The background is filled with stage equipment like microphones and stands, all bathed in the same blue light. The overall composition is dynamic and focused on the live performance.

# 04. Clientes

Con más de un millón de clientes, Banco Patagonia se afianza en todos los segmentos de negocios, acompañando el desarrollo de las economías familiares, de las empresas y de las diferentes regiones. Con foco en la innovación tecnológica, el Banco busca mejorar la experiencia del cliente, facilitando y promoviendo los canales digitales.







# Destacados

## 2017

- Apertura de 3 sucursales y 8 Centros de Atención a empresas.
- Reconocimiento de Google por Patagonia Móvil (Best in industry).
- Lanzamiento Patagonia Móvil llegando a 100.000 usuarios activos.
- Lanzamiento de simuladores de préstamos personales e hipotecarios.

# Desafíos

## 2018

- Actualizar el Plan de Seguridad con cambios normativos.
- Implementar una nueva estrategia de contenido en redes sociales.
- Mejorar la experiencia del cliente en los canales digitales, poniendo foco en el canal mobile.
- Continuar con la expansión de la Red de Autoservicio Inteligente.

## Nuestros clientes

El foco de Banco Patagonia es continuar siendo uno de los bancos líderes del sistema financiero argentino, personalizando la atención para brindar calidad a cada segmento de clientes. Con una apuesta a la flexibilidad y adaptación de sus productos y servicios a cada perfil, a través de estos años la entidad supo responder a las nuevas demandas y expectativas de sus clientes.

El Banco segmenta sus clientes según sus necesidades en diferentes unidades de negocios:



### Personas:

Individuos jóvenes, estudiantes, profesionales, que trabajan en relación de dependencia, que poseen una actividad comercial, adultos mayores, jubilados.



### Empresas:

Corporate, Grandes Empresas, Pyme y Agronegocios.



### Sector Público, Entidades Financieras e Institucionales:

Instituciones educativas, entidades financieras bancarias y no bancarias, entidades y organismos públicos de orden nacional, provincial o municipal.

| CANTIDAD DE CLIENTES POR UNIDAD DE NEGOCIO                                  | 2016             | 2017             |
|---|------------------|------------------|
| <b>Negocios con sector público, entidades financieras e institucionales</b> |                  |                  |
| Finanzas  | 280              | 252              |
| Sector Público  | 561              | 559              |
| <b>Negocios con Empresas</b>  |                  |                  |
| Empresas  | 44.996           | 44.616           |
| <b>Negocios con Personas</b>  | <b>1.022.303</b> | <b>1.146.166</b> |
| <b>TOTAL</b>  | <b>1.068.140</b> | <b>1.191.593</b> |

## Productos y servicios para las personas

Con presencia en todas las provincias del país, Banco Patagonia respeta la idiosincrasia, diversidad cultural, y costumbres de cada ciudad o región. La estrategia del negocio con personas de Banco Patagonia tiene como pilares la innovación y la tecnología para generar mayor seguridad y comodidad en las transacciones de sus clientes.

Acompañando el proceso de digitalización que impacta directamente en la inclusión financiera, Banco Patagonia fue el primer banco en implementar un proceso de alta de clientes y productos "sin papel" en la totalidad de sus sucursales.

Adicionalmente, el Banco incorporó nuevas tecnologías que incorporan seguridad transaccional para sus clientes como tarjeta chip y clave alfabética en tarjetas de débito.

En 2017, continuó ofreciendo a usuarios de Mercado Libre la posibilidad de solicitar una tarjeta de crédito. Así, los usuarios accedieron a una propuesta integral con beneficios exclusivos y una cuenta por medio de la cual pueden realizar todas sus operaciones de manera digital desde sus celulares vía Patagonia Móvil y a través de Patagonia e-bank Personas por Internet.

Banco Patagonia consolidó la alianza junto a Mercado Libre con un nuevo modelo de negocios, potenciando el conocimiento de ambos. La estrategia y propuesta de servicio está orientada a la generación de nuevos beneficios y servicios integrales mediante un canal de captación digital.



## TARJETAS

Con una permanente apuesta a la innovación tecnológica, Banco Patagonia implementó la tecnología full chip en las tarjetas de débito sumándose los cambios ya vigentes en tarjetas de crédito, y la identificación alfanumérica para todo el stock de tarjetas de débito, logrando que operen con una clave robusta en los dispositivos que no lean chip. Para los clientes que viajan al exterior, se realizaron adecuaciones en las tarjetas de débito, permitiendo la elección de la cuenta de débito de sus compras y extracciones a través de Patagonia e-Bank. Asimismo, la plataforma Todo Pago pone a disposición las transferencias PEI, pagos con código QR y la billetera digital.

- Patagonia Visa
- Patagonia Mastercard
- Patagonia American Express
- Patagonia Universitaria
- Tarjeta de débito Patagonia 24



**6%**

de aumento de las Tarjetas de Débito en cajeros automáticos propios

**36%**

de aumento del volumen de compras con Tarjetas de Débito

**23%**

de aumento de Tarjetas de Crédito con cuenta habilitada

**43%**

aumento en las compras con Tarjetas de Crédito





## PRÉSTAMOS

Con el lanzamiento de Préstamos Hipotecarios y Plazos fijos UVA, se amplió la oferta de productos con el objetivo de acompañar el desarrollo del cliente y mejorar su bienestar. Además, el Banco se sumó al plan PROCREAR dentro del Plan Nacional de Vivienda del Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda; facilitando el acceso a la casa propia a través de un crédito hipotecario accesible.

- Préstamos personales
- Préstamos con retención de haberes
- Patagonia anticipo
- Préstamos hipotecarios

## ALTA RENTA

El Banco consolidó el modelo de atención a Clientes Alta Renta, logrando un incremento en cantidad de clientes en un 65% respecto de 2016. Este crecimiento, junto a las acciones de fidelización de clientes y la ampliación de los centros de atención exclusiva, fortalecieron el modelo; y permitieron una sinergia con el área de Empresas, lo cual atrajo nuevos socios, dueños y directivos claves al segmento.

## CUENTAS

- Patagonia Alta Renta Black e Inversor: relacionado a los clientes de perfil alto para satisfacer sus necesidades financieras más exigentes. Un concepto de atención exclusiva y diferencial.
- Patagonia Plus Premium y Plus: creadas para atender a los clientes de perfil medio.
- Patagonia Global/ Personal / Ahorro: permite realizar de manera simple y cómoda las operaciones cotidianas a través de todos los canales de atención del Banco, según las necesidades de cada cliente.
- Patagonia Sueldo: conjunto de productos y servicios que simplifican la vida de los clientes que cobran sus haberes y/o jubilaciones, y pensiones en Banco Patagonia.
- Patagonia Universitaria: un producto para el segmento de Personas que esté cursando en una institución académica, a fin de captar y fidelizar a largo plazo el segmento de alumnos usualmente no bancarizados, posicionándonos como su primer banco y con la posibilidad de continuar acompañándolos como profesionales en su ciclo de vida comercial.



## SEGUROS

Banco Patagonia brinda a sus clientes soluciones que se adaptan al contexto social y económico, generando en ellos la conciencia de afrontar los imprevistos mediante la contratación de distintos tipos de seguros.

En este esquema y bajo el lema de mantener su mundo bien protegido, la institución ofrece la siguiente gama de productos, administrando a diciembre 2017 aproximadamente 900.000 pólizas:

- Robo en Cajero Automático
- Vida
- Accidentes Personales
- Robo en Vía Pública
- Seguro de Hogar
- Mascotas
- Pertenencias protegidas

## Beneficios

**Banco Patagonia cuenta con más de 3.000 comercios adheridos de diversos rubros (indumentaria, supermercados, combustible, hogar y decoración, pinturerías, espectáculos, shoppings, artículos para mascotas, vinotecas, turismo) que le permiten ofrecer programas de beneficios y promociones a sus clientes.**

En 2017, el Banco se consolidó como referente en el rubro de Espectáculos y Entretenimiento a través de las alianzas estratégicas con Time For Fun (T4F) y Hoyts, lo que le permitió lograr un fuerte incremento de presencia en medios masivos. Además, el Banco auspició el lanzamiento de recitales internacionales de gran impacto en la industria de la música como: U2, Bruno Mars, Festival BUE, Deep Purple y Jamiroquai, entre otros, a los que asistieron más de 45.000 clientes.

En cuanto al rubro turismo, se lanzó la Plataforma Almundo en Club Patagonia, que permite a los clientes

alcanzar más beneficios a utilizando sus puntos y abonando la diferencia con sus tarjetas Banco Patagonia y en cuotas sin interés. También se continuaron realizando acciones de temporada en destinos turísticos como Bariloche y Las Grutas, llegando a 1.500 clientes con beneficios.

Por otra parte, se realizaron 12 clínicas de tenis con más de 200 clientes, se renovó el acuerdo con YPF y se realizaron cocktails y desayunos con destacados expositores del ámbito político económico invitando a más de 300 clientes de las áreas de Finanzas, Empresas y Patagonia inversora.

**3.000**

comercios  
adheridos a  
beneficios

**+45.000**

clientes  
participaron de  
espectáculos  
auspiciados  
por el Banco

**1.500**

clientes con  
beneficios  
turísticos

## Productos y servicios con empresas

Banco Patagonia acompaña a empresas de distinto tamaño y sector en el crecimiento de sus negocios, ofreciendo una propuesta de valor innovadora y adaptada a sus necesidades para así generar impacto positivo en el desarrollo económico y social del país.

Entre los principales productos y servicios ofrecidos se incluyen:

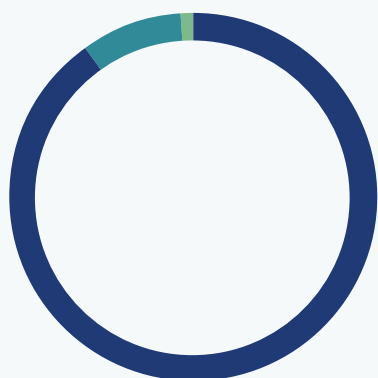
- **Préstamos:** personales, con retención de haberes, hipotecarios y Patagonia Anticipo.
- **Seguros:** se encuentran a disposición de los clientes, productos elaborados para cubrir sus necesidades.
- **Inversiones:** Plazos fijos, Fondos comunes de inversión, Fideicomisos financieros.
- **Servicios:** Cajas de ahorro, Pago de Servicios, Transferencias, Más Cerca (promociones y descuentos).

En 2017, Banco Patagonia implementó un nuevo modelo de atención a Empresas con foco en la especialización y la proximidad a los clientes, lo que impactó en forma muy positiva tanto en la calidad de atención como así también en los resultados obtenidos. En línea con ello, la cartera de Préstamos evolucionó exitosamente alcanzando \$33.004 MM con un crecimiento del 23% con respecto de 2016, mientras que la cartera de Depósitos exhibió un crecimiento del 20% como resultado del aporte realizado por cada segmento de negocios en el año.





## Segmentos de Negocios con Empresas



- 1% Corporate
- 9% Grandes Empresas y Agro
- 90% Pymes

### GRANDES EMPRESAS Y AGRO 3.998 clientes

Banco Patagonia desarrolla este segmento apuntando a posicionarse entre los principales participantes del sistema financiero. Así, trabaja en el desarrollo y retención de clientes actuales y en la incorporación de nuevos clientes, dentro de un esquema de generación de relaciones de largo plazo. Ofrece principalmente financiamiento y el pago de haberes a grandes empresas, y acompaña a un sector clave en la Argentina como es el negocio Agro.

- Crecimiento del 53% interanual en la otorgación de préstamos.

- Evolución incremental del 15% en depósitos.
- Nuevo modelo de atención a través de la creación de 8 Centros de Empresas.
- Convenios de Agro con los principales comercios del sector, fomentando la utilización de la Tarjeta Agro Patagonia.
- Nuevos parámetros de créditos que permiten mejorar el enfoque tanto en actividades tradicionales como en economías regionales.

### PYMES 40.292 clientes

Banco Patagonia se enfoca en el desarrollo de una cartera de clientes Pyme con más volumen de negocios, teniendo como objetivo que se lo identifique como una de las entidades más utilizadas por las Pequeñas y Medianas Empresas del país.

- Crecimiento del 37% interanual en la otorgación de préstamos.
- Crecimiento del 23% interanual en depósitos.
- Crecimiento del 24% al 49% en la penetración de producto Tarjetas Comerciales sobre la base de clientes.

- 500% de aumento en el volumen de avales emitidos por diferentes Sociedades de Garantía Recíproca (SGR) y FoGaBA (Fondo de Garantías Buenos Aires).
- Colocación de las Líneas de Financiamiento para la Producción y la Inclusión Financiera del BCRA y otras líneas de fomento para el desarrollo de inversiones (Fondear, Procer, Fondefin e IFC), acompañando a nuevos y actuales clientes MiPyMEs en el desarrollo y crecimiento de sus negocios, desembolsando el monto agregado de más de \$1.600 MM.

### CORPORATE 326 clientes

El segmento Corporate profundiza las relaciones con sus clientes basándose en tres pilares: excelencia en la calidad de la atención, profundo conocimiento del cliente que permita tener una visión integral de su negocio para brindar el mejor asesoramiento, y generación de relaciones de largo plazo.

- Crecimiento del 20% interanual en depósitos.
- Comienzo de emisión de Obligaciones Negociales (ON) y acciones como fuente de financiamiento.
- Colocador de la emisión de ON locales de Quickfood y de la emisión de acciones a nivel local e internacional de Loma Negra.

## Sector Público, Entidades Financieras e Institucionales

Banco Patagonia puso su foco en acciones de fidelización de clientes y vinculación de nuevos entes. Asimismo, trabajó activamente en operaciones de mercado de capitales relacionadas con el sector público en la emisión de letras, títulos locales e internacionales.

Así, se mantuvo como una de las entidades líderes en el mercado argentino durante 2017, participando en 23 operaciones de obligaciones negociables y de fideicomisos financieros

por un monto total que superó los \$ 6.000 MM.

Como hito del año se destaca que el Banco fue organizador y colocador del primer bono local para la Provincia de Río Negro por \$ 1.800 MM y de 7 series de Letras de Tesorería para la Provincia por \$ 3.218 MM. Además, a fines de noviembre de 2017, la Provincia de Río Negro emitió por primera vez un bono en el mercado internacional por USD 300 MM en el cual Banco Patagonia participó como colocador local.

**Banco Patagonia organizó y colocó el primer bono local para la Provincia de Río Negro por un monto de \$ 1.800 MM, siendo para la provincia la primera vez que emite un título de deuda en el mercado local.**

### Negocios con Sector Público y Universidades<sup>9</sup>

Banco Patagonia cumple el rol de agente financiero de la Provincia de Río Negro. En este marco, en 2017 se firmó el nuevo contrato de vinculación que atenderá por los próximos años las necesidades de la Provincia, y así renovó su compromiso profundizando la relación iniciada hace 20 años siendo el principal banco de plaza con más de 20 sucursales y 130 cajeros automáticos. Respecto al negocio con Provincias, Municipios y la Administración Pública Nacional, se mantuvo el posicionamiento en el mercado de la entidad, generando relaciones de valor

a través de una atención personalizada y una oferta de servicios financieros y transaccionales pensada a medida.

Dentro de las Universidades en que Banco Patagonia detenta el Rol de Agente Financiero, se realizó nuevamente el concurso Banco Patagonia Emprende en alianza con NXTP Labs. En este sentido y con un jurado en el que, entre otros, participó el BCRA, se premiaron proyectos de innovación financiera aplicados a la tecnología, presentados por alumnos de las Universidades.

## La experiencia del cliente

Banco Patagonia cuenta con distintas herramientas para conocer el nivel de satisfacción de los clientes y la forma en la cual viven su experiencia en el Banco.

Al igual que el año anterior, la entidad continuó realizando estudios de Encuesta de Calidad de Atención en Sucursales a través de la metodología de Mystery Shopper, a fin de relevar los principales aspectos que conforman la percepción de experiencia de contacto en las sucursales. Las variables analizadas se relacionadas al aspecto externo y ambientación interna de las sucursales, el nivel de servicio en las distintas posiciones de atención de clientes y la proactividad comercial de las distintas posiciones. A su vez, en

2017 incorporó una nueva encuesta presencial a clientes en sucursales.

Por otra parte, se continuó utilizando el sistema NPS (Net Promoted Score) para medir la lealtad de los clientes con el Banco y la potencialidad de que lo promocionen. Los resultados obtenidos a partir de este indicador en las dos encuestas realizadas en el año fueron 20% y 14% respectivamente.

Asimismo, se realizaron diversos estudios segmentados por tipo de negocio con comparación de benchmarking a fin de recabar aspectos relacionados a atributos de valoración de la experiencia, de imagen, y de elección de banco.



## Gestión de Calidad

Durante 2017, se llevó a cabo la actualización del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) alineado a la norma ISO 9001, de la versión 2008 a la 2015. En tal sentido la empresa se efectuaron auditorías externas de recertificación de los siguientes procesos: Cash Management – Pagos, Plan Sueldos, Custodia de Títulos, y Atención de Quejas y Reclamos.

Este proceso incluyó varias modificaciones a la norma, introduciendo el concepto de análisis de riesgo, poniendo foco en la revisión del contexto en el cual se encuentra inmersa la organización, así como también de las partes interesadas identificadas en los procesos. A partir de esto se debieron identificar los riesgos asociados, controles aplicables, acciones correctivas y oportunidades de mejoras que puedan capitalizarse para la evolución del SGC.

Asimismo, la empresa certificadora Bureau Veritas llevó a cabo el primer seguimiento anual de todos los procesos de la Gerencia Ejecutiva de Comercio Exterior y Cambios. Todas las auditorías se cumplieron con

resultados exitosos, con la correspondiente revalidación de las certificaciones. Estos certificados posicionan a Banco Patagonia frente al cliente como proveedor de servicios de calidad con procesos eficientes y ajustados a normas de calidad internacional.

Por otra parte, el Banco continuó consolidando su red de Referentes de Calidad compuesta por colaboradores de diferentes áreas y sucursales cuya función es promover la atención de calidad mediante diferentes programas y herramientas de gestión. Así, se llevó a cabo el programa “Escuchando al Cliente”, cuyo foco estuvo en involucrar a los referentes relevando sus opiniones y percepciones en relación con lanzamientos de herramientas y nuevas implementaciones. Se midió el nivel de satisfacción de estas herramientas a través encuestas telefónicas en dos etapas, alcanzando 800 y 400 clientes respectivamente. Los resultados registraron niveles de 83% en ambas consultas.

**1.200 clientes encuestados telefónicamente en el marco del programa “Escuchando al Cliente”.**

## Canales de comunicación y atención

### Banca Digital

Durante 2017 el Banco profundizó la estrategia de transformación digital para brindar mayor accesibilidad a los clientes. Fomentó la adopción de los canales virtuales, incorporando nuevas funcionalidades y haciendo foco en la simplicidad de uso. El crecimiento exponencial de dichos canales permitió una nueva forma de relacionamiento para estar a la vanguardia y atentos a las oportunidades de mejora que puedan surgir para ponerlas al servicio de cada perfil.

Este año se lanzó la aplicación Patagonia Móvil, lo que generó una gran aceptación por parte de los clientes. En este marco, el Banco ofreció distintas funcionalidades para brindar a los usuarios una de las soluciones más completas del mercado, incluyendo el inicio de sesión mediante huella dactilar, la extracción de dinero de un cajero automático sin tarjeta de débito y la contratación de préstamos o alta de un plazo fijo a través del celular. A lo largo del año se realizaron acciones de captación de usuarios para dar a conocer y fomentar el uso de la aplicación.

A su vez, se realizaron distintas acciones para que cada vez más clientes usen los canales electrónicos, como envíos de e-mail marketing, campañas web y folletería en sucursal. Durante el

año Banco Patagonia generó nuevos simuladores de préstamos personales e hipotecarios, a través de los cuales los clientes pudieron simular su solicitud y solicitar el préstamo.

### Patagonia e-bank

Banco Patagonia cuenta con dos plataformas de internet banking: una orientada al segmento Personas y otra al segmento Empresas. Así los clientes tienen un fácil acceso a los productos, novedades y beneficios del Banco. La inversión en plazos fijo, fondos comunes de inversión y la contratación de préstamos personales siguen siendo un diferencial para los clientes que prefieren operar por esta vía, la cual creció exponencialmente en el último año.

**405.302**

usuarios activos en e-bank Personas

**23.249**

empresas activas en e-bank Empresas

**12.135.330**

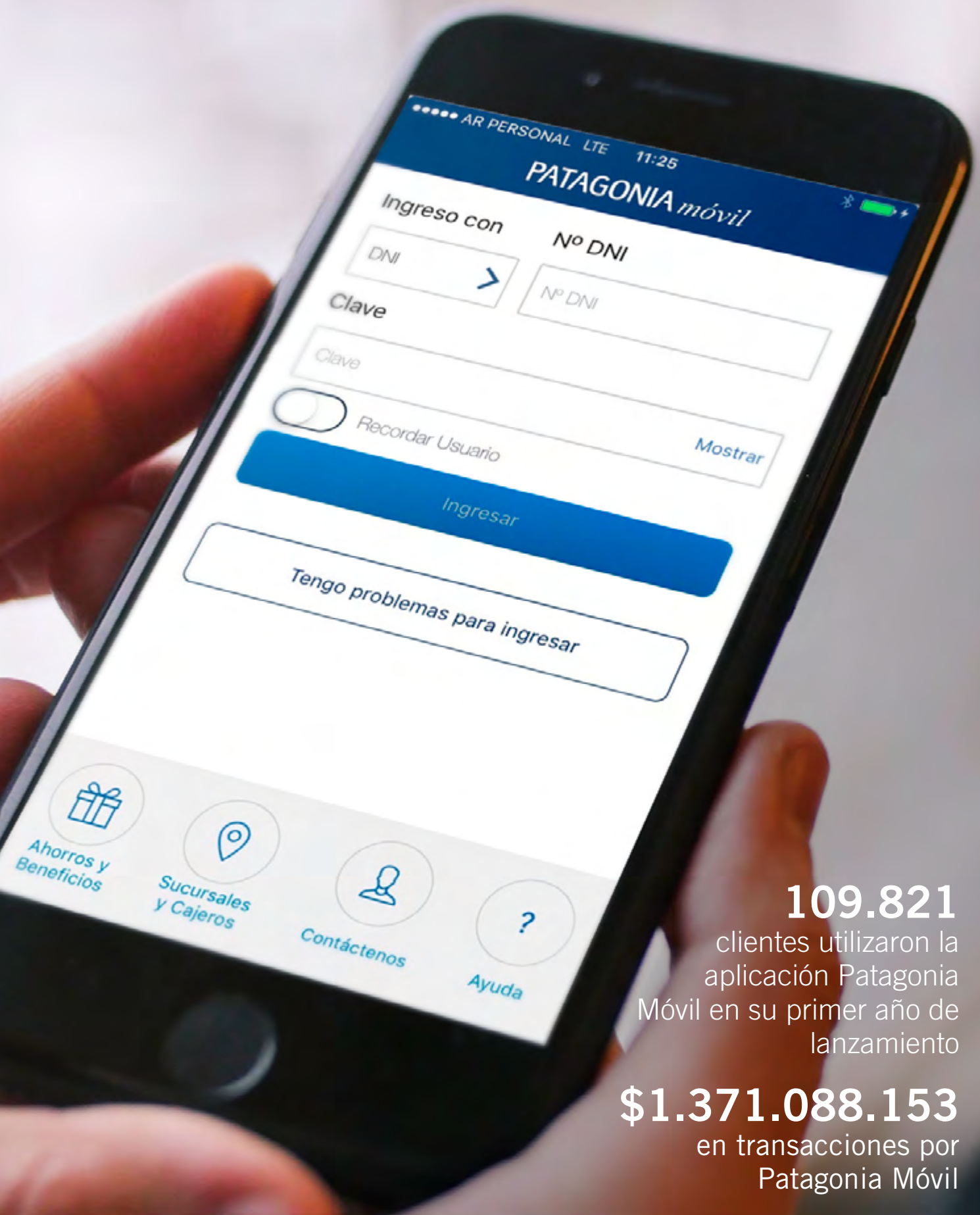
transacciones en e-bank Personas

**\$53.680.162**

en transacciones en e-bank Personas

**1.400.375**

transacciones monetarias en e-bank Empresas



**109.821**

clientes utilizaron la aplicación Patagonia Móvil en su primer año de lanzamiento

**\$1.371.088.153**

en transacciones por Patagonia Móvil

## Presencia en redes sociales

A lo largo de 2017, el Banco trabajó en su estrategia de comunicación continua en redes sociales y pauta publicitaria online, habiendo recibido un reconocimiento de Google por la campaña de Patagonia Móvil. Además, se implementó una campaña continua

de Google Search con el objetivo de capitalizar la intención de búsqueda de potenciales clientes y se contrató un servicio propio de plataforma de gestión de datos, que permitió crear audiencias digitales que se conviertan en público objetivo.



159.414



10.797



27.589



2.289

## La Red de Sucursales

Con el objetivo de favorecer la atención de todos los clientes, en 2017 Banco Patagonia decidió llevar a cabo un importante cambio en la estructura de la Red de Sucursales.

La Red fue reestructurada en 11 regiones constituidas por 186 sucursales y 19 Centros de Atención, con un total de 598 Cajeros Automáticos y 386 Terminales de Autoservicio. Todas las sucursales cuentan con una dotación total de 2.029 puestos entre gerenciales, comerciales y operativos.

Esta reestructuración hace foco en el desarrollo de los negocios con los seg-

mentos Personas, Pequeñas y Medianas Empresas, sumando la especialización en el negocio de Agro Pyme, como acompañamiento del crecimiento de las Pymes del país. Por otro lado, para la atención de los negocios con Empresas y Agro se crearon 8 Centros especializados en plazas estratégicas del país.

Expansión de la cobertura nacional:

- 3 sucursales abiertas<sup>10</sup>
- 4 sucursales remodeladas<sup>11</sup>
- 2 sucursales relocadas<sup>12</sup>
- 3 Centros de Atención abiertos<sup>13</sup>
- 10.740 m<sup>2</sup> intervenidos por obras

<sup>10</sup> Sucursales José C. Paz (Provincia de Buenos Aires) y Alto Bariloche y Recaudadora Cipolletti (Provincia de Río Negro)

<sup>11</sup> Sucursales Trelew, Lanús Este, Corrientes (3 de abril) y Santiago del Estero.

<sup>12</sup> Sucursales de Neuquén y Salta.

<sup>13</sup> Centros de Atención Oberá y Eldorado (Provincia de Misiones) y Villa Regina (Provincia de Río Negro).

## **Cajeros Patagonia 24**

La red de cajeros Patagonia 24 está compuesta por 598 cajeros automáticos, de los cuales 507 se encuentran instalados en sucursales, dependencias y Bancos en planta y 91 fuera del ámbito de las sucursales, en distintas localidades del país. Con foco en la mejora en la experiencia del cliente, en 2017 se realizaron instalaciones de nuevas posiciones y cambios en terminales para su actualización y adecuación tecnológica.

Como complemento de las acciones comerciales tendientes a fortalecer la presencia del Banco en zonas turísticas, se instalaron nuevos cajeros automáticos en el Cerro Catedral de la ciudad de Bariloche (Río Negro) durante el invierno, y en la localidad de Las Grutas (Río Negro) durante la temporada de verano.

### **Terminales de Autoservicio (T.A.S)**

A través de las terminales de autoservicio (TAS) se procesan más de 5 millones de depósitos y pagos de tarjetas de crédito por año, siendo un canal con marcadas posibilidades de crecimiento.

A diciembre de 2017, había 386 TAS instaladas, lo cual representa un crecimiento del 8% respecto al 2016.

Durante 2017, se instalaron nuevas Terminales de Autoservicio Inteligentes y este proceso continuará en el 2018 dado los beneficios que este tipo de equipos tienen para los clientes, teniendo impacto positivo en los tiempos de procesamiento de dichas operaciones.

### **Centro de Contacto con Clientes**

A través del Centro de Contacto con Clientes se gestionan consultas, trámites, venta de productos y asesoramiento a clientes que se comunican por el canal telefónico y la web. Con el objetivo de optimizar la capacidad productiva del sector, se implementó el Modelo de Actuación Comercial ("MAC") en línea con la gestión desarrollada en Sucursales. Asimismo, se realizaron talleres orientados a la Calidad en la Atención y Venta de productos y se incorporaron mejoras tecnológicas en la autogestión de los usuarios del canal. Se puede destacar además que se desarrolló un servicio de atención diferencial para aquellos proveedores que brindan servicio a los clientes del Banco y que cuenten con el Servicio de Cash Management habilitado.





### Metodología Lean - Células de Trabajo

Se continuó con el proyecto Lean, iniciado en mayo de 2016, que permitió el desarrollo e implementación de un modelo de atención del segmento de Personas, basado en la gestión de células directamente relacionadas con grupos específicos de sucursales. Se agruparon las sucursales de acuerdo con las regiones, creándose células de atención permanente para mejo-

rar la comunicación y resolución de problemas basado en el mejor conocimiento de la problemática de las sucursales involucradas. Esta implementación mejoró los plazos de apertura de cuentas, otorgamiento de tarjetas y préstamos personales, conjuntamente con una mejora en los formularios utilizados y procesos de bastanteo.

## Gestión de reclamos

Banco Patagonia cuenta con un proceso de atención al cliente que incluye la recepción de reclamos, consultas e inquietudes, y su gestión, análisis, resolución y la correspondiente comunicación a los clientes. En los últimos meses del año se incorporó a la información existente dos nuevos reportes para informar los montos reintegrados a los clientes como consecuencia de reclamos resueltos a favor del cliente y un reporte que informa la cantidad de reclamos que ingresan por vía legal/administrativa. Además, se estandarizó una encuesta de Calidad de Atención y resolución de quejas y reclamos a través de medio electrónico, la cual tuvo un índice alto de respuesta.

En 2017, Banco Patagonia recibió 155.072 reclamos, relacionados principalmente al lanzamiento de la tarjeta Mercado Libre (entrega del plástico y activación de la tarjeta), dis-

tribución de tarjetas de débito y crédito (falta de entrega de los plásticos nuevos, reposiciones y renovaciones) y desconocimientos de consumos con tarjeta de débito y crédito. En base a esto, se implementaron las siguientes mejoras para dar respuesta a los reclamos:

- Establecimiento de un proceso de habilitación de la tarjeta de Mercado Libre directamente por parte del cliente llamando a la tarjetera.
- Generación de una opción en el IVR (Respuesta de Voz Interactiva) de contacto telefónico para que los clientes directamente deriven a las tarjeteras y éstas ingresen directo el desconocimiento de consumos.
- Trabajo con nuevas empresas de logística en determinadas zonas y con determinadas entregas de productos para mejorar los plazos de entrega y disminuir los tiempos de cara al cliente.

| CANTIDAD DE RECLAMOS POR CANAL | 2016    | 2017    |
|--------------------------------|---------|---------|
| Atención telefónica            | 56.893  | 74.568  |
| Atención de quejas y reclamos  | 5.400   | 13.421  |
| Red de sucursales              | 61.426  | 72.470  |
| Total                          | 123.719 | 155.072 |

El promedio del año en cuanto a los tiempos de resolución fue de 11 días hábiles, registrando una puntualidad en la resolución del reclamo de 80%.

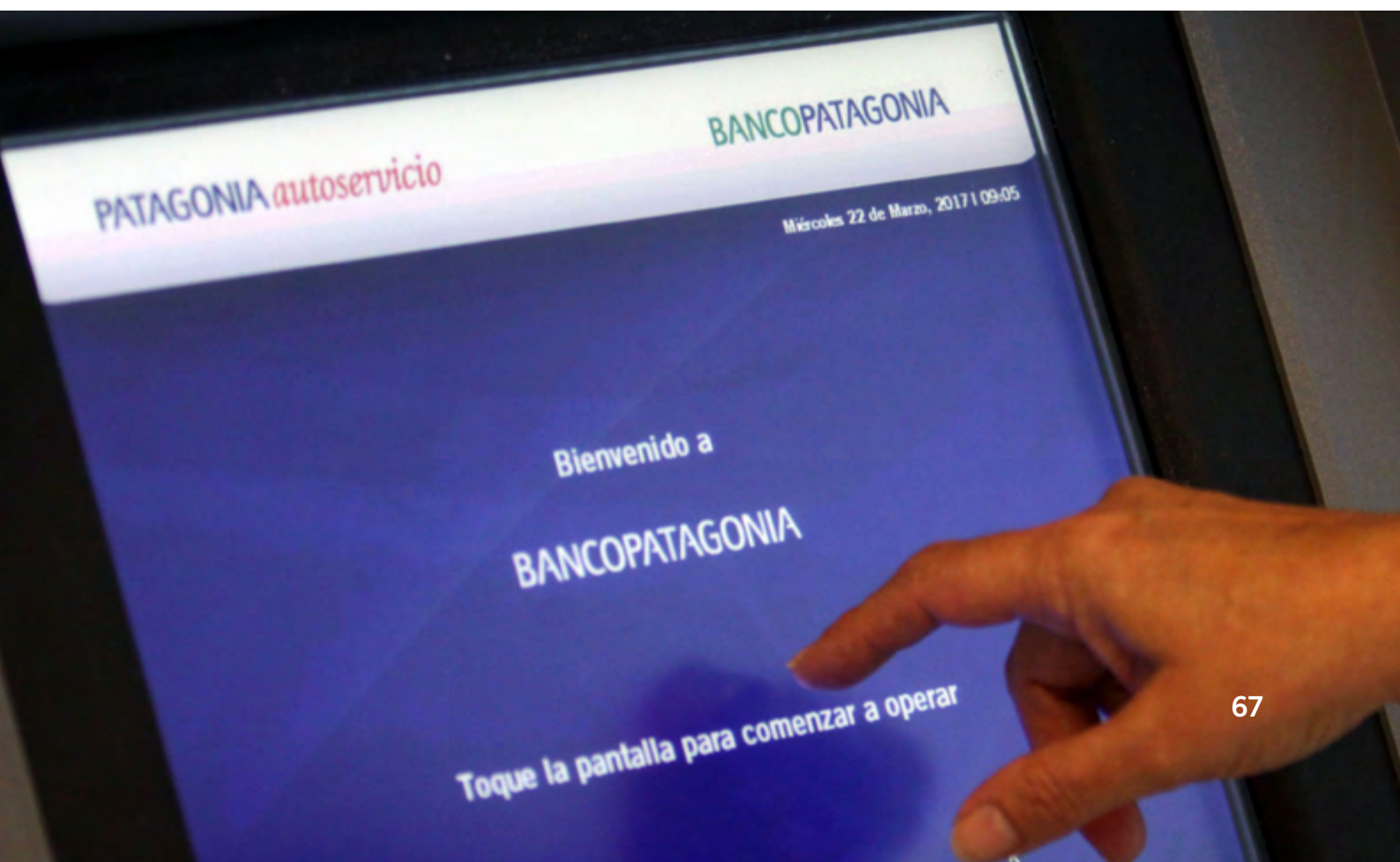
## Accesibilidad

Todas las sucursales de Banco Patagonia cuentan con rampas para permitir el acceso de personas con problemas de motricidad o, en su defecto, poseen medios de elevación mecánica para su ingreso.

A través del Programa de ANSES “Mi Huella” el Banco busca reducir el tiempo de espera de jubilados y pensiona-

dos en las sucursales. En este marco, cuenta con tótems de identificación biométrica para la acreditación de identidad con huellas dactilares que solo pueden ser utilizados por jubilados, pensionados y apoderados que previamente se hayan enrolado. Durante 2017, se alcanzó el 88,70 % de clientes enrolados, en una base total de apoderados y titulares de 266.257.

| ACCESIBILIDAD   | 2016 | 2017 |
|---|------|------|
| Sucursales con rampa  | 178  | 182  |
| Baños especiales  | 97   | 103  |
| Cajeros automáticos adaptados para el uso de personas no videntes | 82   | 111  |



## Seguridad Física

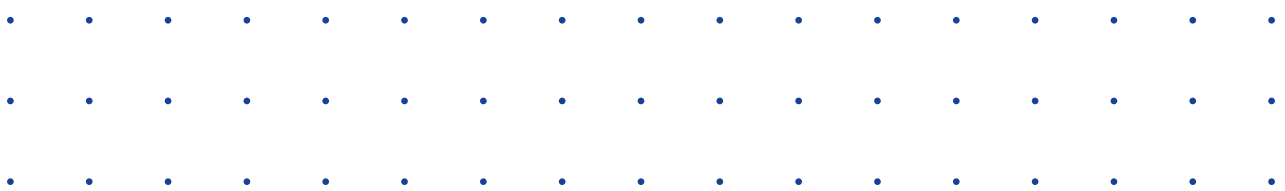
Banco Patagonia realiza todos los días la revisión de dos procedimientos en dos sucursales aleatorias. Allí se verifican el Procedimiento de Ingreso a la sucursal y el procedimiento sobre el correcto uso del Tesoro, en cuanto a la utilización de claves y retardos. Además, diariamente se recorren todas las sucursales para detectar si algún colaborador utiliza algún dispositivo de comunicación, lo cual está prohibido por Ley. Durante estas auditorías, en 2017 se realizaron 37 observaciones a sucursales.

En cuanto a actividades de formación, se continuó con el e-learning de prevención de incendios y se realizó una capacitación presencial a todos los líderes de evacuación de la Torre Av. de Mayo, en la que se trataron los siguientes temas: uso de matafuego, Procedimiento de Evacuación Interno, utilización correcta de vías de escape y rol del líder.

Durante 2017, se evaluó el 42% de las sucursales en materia de salud y seguridad, incluyendo mediciones de iluminación, ergonomía y puesta a tierra. Además, se realizaron 279 inspecciones de las policías provinciales a sucursales en todo el país y 6 simulacros de evacuación.

Gracias a las medidas de seguridad implementadas, se frustraron tres intentos de robo a ATM Neutrales y un intento de robo en sucursal. En 2017 no se registraron robos en sucursales.

Todos los guardias que prestan servicio de seguridad realizaron el curso básico de Capacitación inicial para cumplir servicios de vigilancia privada. Los principales temas de mayor carga horaria son seguridad y vigilancia, legales, derechos humanos y primeros auxilios.



## Seguridad en el manejo de datos

La política interna sobre publicidad y comunicación de la información de la entidad, aplicable a todos sus colaboradores, detalla el deber de confidencialidad para todas las personas independientemente de su cargo, actividad, posición o relación con la información.


Además, el Banco destina un capítulo a la confidencialidad de la información con la que todos los colaboradores se deben desenvolver en su Código de Ética, y define los aspectos relacionados al uso de información privilegiada o reservada y el deber de guardar reserva en su Código de Conducta.

Banco Patagonia revalidó la certificación del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) alineado a la norma ISO 27001, sobre las actividades de control de acceso lógico a los activos de información, monitoreo y mantenimiento de los controles necesarios para la adecuada prestación de servicios de confidencialidad e integridad a clientes internos y externos.

Como parte de la adecuación de estrategias de Seguridad Informática y Protección de Activos de información, con un horizonte de Banco Digital, se

realizaron acciones educativas y de concientización, con el apoyo del Directorio en fortalecer la identidad de la seguridad y la protección de los activos de información, ampliando el alcance al cliente interno y externo, en sinergia con las acciones del negocio. En 2017, se dictaron tres cursos de formación en temáticas relacionadas a la seguridad informática, alcanzando a 14 colaboradores con 260 horas de formación. Asimismo, se realizaron campañas internas relacionadas a estos temas, a través de mensajes de concientización vía mail y carteleras digitales. Banco Patagonia cuenta además con un micrositio de seguridad, que incluye información sobre cómo operar de forma segura.

A lo largo del año, se llevó a cabo la clasificación y organización de la información en servidores de 6 áreas del Banco, con el objetivo de mejorar la segregación de los accesos y optimizar el uso de los recursos de red del Banco. Por otra parte, se implementó la metodología de medición de la efectividad de los controles de seguridad de la información, validando que los mismos cumplen con los objetivos para los cuales fueron creados. Por último, se implementó el filtrado de los puertos USB, CD y DVD para la prevención de la fuga de información.



# 05. Colaboradores

A través de programas y acciones, así como también de la gestión del clima laboral, Banco Patagonia busca incrementar en sus colaboradores el sentido de pertenencia y el trabajo en equipo. Se ofrecen oportunidades de capacitación y desarrollo tanto profesionales, para fortalecer las competencias de cada puesto, como personales, apalancadas en una oferta de beneficios adaptados a cada necesidad.







# Destacados

## 2017

- Rediseño y lanzamiento del nuevo plan de inducción.
- Implementación del nuevo modelo de Gestión del Desempeño con evaluaciones por objetivos y competencias a todos los colaboradores del Banco.
- Segunda etapa del Modelo de Gestión del Talento.
- Rediseño de la Intranet y creación de un portal de noticias.
- Ampliación de la red social colaborativa Yammer a todo el Banco.
- Asesoramiento en comunicación al 100% de las áreas.

# Desafíos

## 2018

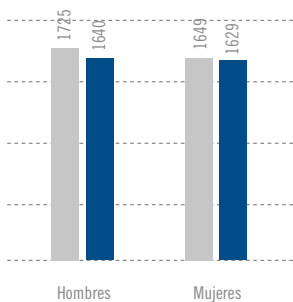
- Implementar un programa de Liderazgo.
- Gestionar e implementar la Escuela de negocios.
- Rediseñar integralmente la Intranet.
- Crear nuevos canales de comunicación interna.
- Implementar un programa de Crianza Saludable.
- Realizar un programa de cultura organizacional.

# Nuestros colaboradores

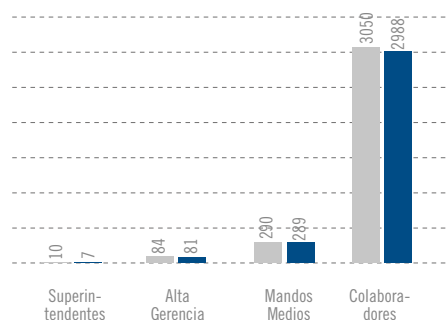
2016

2017

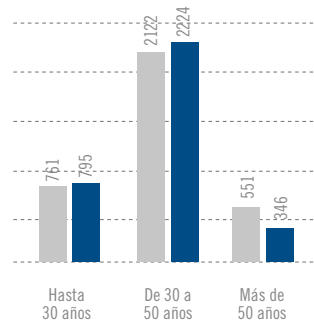
POR GÉNERO



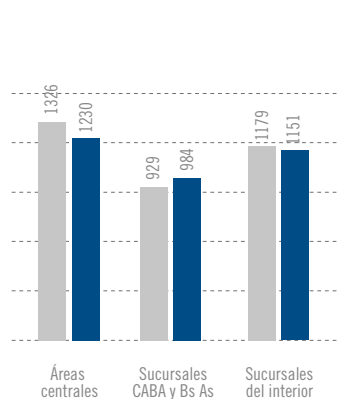
POR CATEGORÍA



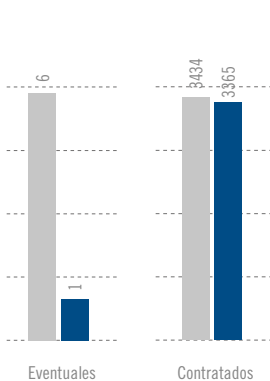
POR EDAD



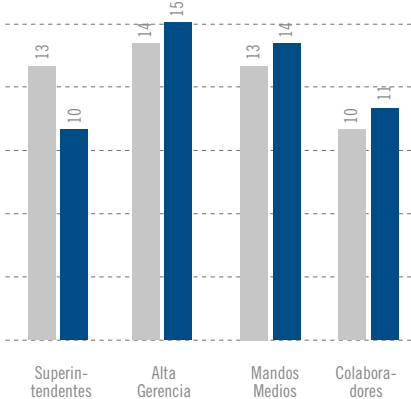
POR REGIÓN



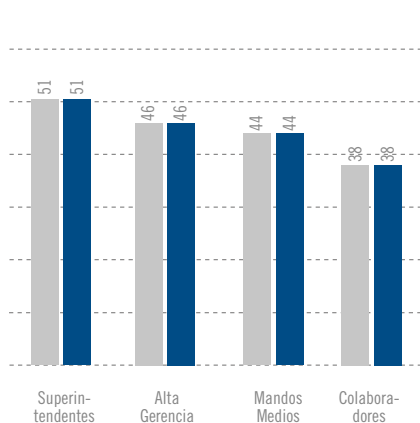
POR TIPO DE CONTRATO



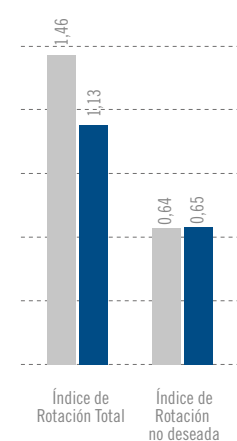
ANTIGÜEDAD PROMEDIO (en años)



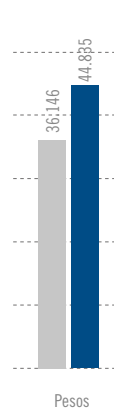
EDAD PROMEDIO



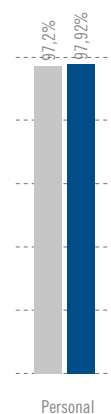
ÍNDICE DE ROTACIÓN



SUELDO PROMEDIO



PERSONAL ALCANZADO POR LOS ACUERDOS PARITARIOS



## COLABORADORES EN CIFRAS

2017

### Por tipo de contrato y género:

Contrato laboral permanente: Hombres 1.725

Contrato laboral permanente: Mujeres 1.640

Contrato laboral temporal: Hombres 1

Contrato laboral temporal: Mujeres 0

### Por tipo de contrato y región:

Áreas centrales: Hombres 655

Áreas centrales: Mujeres 575

Sucursales CABA y Bs As: Hombres 424

Sucursales CABA y Bs As: Mujeres 560

Sucursales del Interior: Hombres 646

Sucursales del Interior: Mujeres 505

### Por tipo de contrato laboral y género:

Jornada completa: Hombres 1.725

Jornada completa: Mujeres 1.640

Media jornada: Hombres -

Media jornada: Mujeres -



## Empleos y oportunidades laborales

Banco Patagonia cuenta con un Manual de Desarrollo Humano y Clima Organizacional que garantiza la transparencia, eficacia e imparcialidad en el proceso de selección; con el objetivo de que cada puesto de trabajo esté cubierto por colaboradores motivados en sus tareas y comprometidos con sus valores, cultura y estrategia de negocios.

Entre las principales fuentes de selección externa se incluyen las redes sociales y canales digitales – como LinkedIn y la Feria virtual de empleos

XLaboral –, portales de empleos, consultoras y referidos.

Durante 2017, ingresaron al Banco 196 nuevos colaboradores, se publicaron 89 búsquedas internas y se realizaron 123 promociones, de las cuales el 82% fueron movimientos dentro de la Red de Sucursales. Por otra parte, el Canal de Orientación atendió 32 consultas sobre expectativas de desarrollo, actividades de formación, requisitos para búsquedas, entre otras inquietudes de los colaboradores con respecto a esta temática.

| ALTAS Y ROTACIÓN 2017   |            |            |              |                               |
|-------------------------|------------|------------|--------------|-------------------------------|
|                         | Altas      | Bajas      | Rotación     | Tasa de nuevas contrataciones |
| <b>TOTAL</b>            | <b>196</b> | <b>265</b> | <b>2,05%</b> | <b>5,8%</b>                   |
| Por edad                |            |            |              |                               |
| Hasta 30 años           | 134        | 72         | 1,72%        | 1,69%                         |
| De 30 a 50 años         | 56         | 154        | -2,82%       | 31,63%                        |
| Más de 50 años          | 6          | 39         | -0,95%       | 66,66%                        |
| Por región              |            |            |              |                               |
| Áreas centrales         | 97         | 133        | -1,09%       | 2,88%                         |
| Sucursales CABA y Bs As | 46         | 73         | -0,83%       | 1,3%                          |
| Sucursales del Interior | 53         | 59         | -0,14%       | 1,6%                          |
| Por género              |            |            |              |                               |
| Femenino                | 86         | 111        | -0,80%       | 2,4%                          |
| Masculino               | 110        | 154        | -1,24%       | 3,3%                          |

(1) Fórmula = (Altas – Bajas) / Total de colaboradores.  
 (2) Fórmula = Altas / Total de colaboradores.

# Sucursal Alto



## Formación continua

Con el objetivo de acompañar el desarrollo de nuestros colaboradores a nivel profesional y personal, el Banco implementa un plan de capacitación anual con foco en la formación de capacidades y habilidades, y en la generación un beneficio para su crecimiento.

### Rediseño del Programa de Inducción

En 2017 se rediseñó el Programa de Inducción con el fin de ofrecer nuevos y mejores conocimientos a ingresantes, y además a colaboradores nombrados en el Segmento Empresa de las categorías Ejecutivos de Negocios y Oficiales Pequeñas y Medianas Empresas. La nueva modalidad incluye módulos de e-learning y reuniones con la Gerencia PyMEs.

### Capacitación interna

El Banco brindó más de 29.000 horas de capacitación. Estas alcanzan el programa de cultura de ventas, idiomas y diversos cursos que se dictan durante el año. En 2017 se sumaron nuevos temas de interés para los colaboradores y claves para el desempeño de sus tareas, entre ellos: negociación creativa, presentaciones de alto impacto y administración de proyectos.

### Capacitación online

Se continuó fomentando la educación on-line. En 2017 se registraron más de 14.500 horas realizadas por los colaboradores en cursos a distancia.

### Capacitación externa

En cuanto a la capacitación externa, se realizaron 114 inscripciones que sumaron 600 horas totales.

### Conocimiento de normas y procesos regulatorios

El Banco cuenta con acciones de capacitación de carácter obligatorio para todos sus colaboradores sobre políticas, normas, leyes y directivas emitidas por los organismos nacionales e internacionales. Entre estas se encuentran los cursos de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y Continuidad del Negocio (BCP).

## MAC Pyme

Durante 2017 se realizó el programa de cultura de ventas denominado MAC (Modelo de Atención Comercial) Pyme. El mismo estuvo destinado al Segmento Pyme y contó con más de 5.000 horas de capacitación dedicada en forma exclusiva a los oficiales de dicho segmento en 50 sucursales de todo el país.

## Programa de Becas

El Banco acompaña a sus colaboradores con ayuda económica en sus estudios. Durante 2017 otorgó 26 becas de grado y 21 de posgrado.

| INDICADORES DE CAPACITACIÓN    | 2016          | 2017          |
|--------------------------------|---------------|---------------|
| CANTIDAD DE HORAS DE FORMACIÓN |               |               |
| <b>Capacitación interna</b>    | <b>45.947</b> | <b>49.156</b> |
| - Idiomas                      | 3.663         | 4.697         |
| - Aula virtual                 | 2.764         | 9.706         |
| - Presencial                   | 16.965        | 20.253        |
| - Online                       | 22.555        | 14.500        |
| <b>Capacitación externa</b>    | <b>968</b>    | <b>600</b>    |
| <b>Total</b>                   | <b>46.915</b> | <b>49.756</b> |



## Gestión del desempeño

**El Proceso de Gestión del Desempeño permite acompañar el desarrollo de los equipos de trabajo y favorecer la mejora continua a través de la comunicación fluida y la coordinación de acciones en todos los ámbitos del Banco. Para ello, se implementan dos instancias de reflexión: el conocimiento de qué meta se quiere lograr y la forma en que el Banco trabaja para alcanzarlas.**

En lo que respecta a la gestión del desempeño, el Banco considera que el rol de los líderes es clave en el proceso. Ellos son los que promueven el feedback continuo e implementan las acciones para el desarrollo; considerando metas y aspiraciones personales y profesionales de los colaboradores, y los objetivos del negocio. Durante 2017 se finalizó la implementación del nuevo modelo de Gestión del Desempeño, realizando por primera vez para toda la entidad una evaluación, delineando un plan de desarrollo individual para cada colaborador.

Por otra parte, se continuó con la segunda etapa del Modelo de Gestión del Talento a fin de identificar

y fidelizar a los colaboradores con potencial. Este año el proyecto se centró en Gerentes de Sucursal y Gerentes de Centro de Empresas, llegando a un total de 183 colaboradores, donde participaron 11 evaluadores. Se realizaron 17 sesiones de Talent Review, 68 horas en total, en las cuales se presentaron las competencias que poseen estos colaboradores para planificar, definir y realizar sus funciones diarias. Asimismo, en el transcurso de este año, se trabajó con la información obtenida en 2016 para cubrir vacantes, según las necesidades del Banco y las aspiraciones profesionales de los participantes, y a capacitar y motivar a quienes habían sido evaluados.





### CANTIDAD DE COLABORADORES EVALUADOS EN 2017

Porcentaje de colaboradores evaluados 99,37%

#### Por género

Mujer 48,28%

Hombre 51,09%

#### Por categoría

Alta Gerencia 2,06%

Mandos Medios 10,39%

Otros colaboradores 86,92%

### Proceso de gestión del desempeño

ENERO  
MARZO

JUNIO  
JULIO

NOVIEMBRE  
DICIEMBRE



**FIJACIÓN  
DE OBJETIVOS**



**REVISIÓN DE  
MITAD DE AÑO**



**EVALUACIÓN  
DE DESEMPEÑO**

## Gestión del clima

A través del Programa de Visitas a Sucursales el Banco genera espacios de diálogo con todos sus colaboradores, intercambiando información útil para la gestión.

Las sugerencias y oportunidades de mejora detectadas fueron registradas de acuerdo con cada dimensión de clima organizacional del Banco: la gente, procesos de trabajo, liderazgo, aspectos institucionales y comunicación, poder de decisión, y recompensas. Luego de cada visita a sucursal se envió un mail con los resultados y datos clave para los equipos de trabajo que participaron.

**Programa de Asistencia al Empleado (PAE):** Se acompañó a 217 para colaboradores y familiares directos que atravesaron situaciones críticas, como inconvenientes de salud graves, siniestros u otras problemáticas.

Con el objetivo de favorecer la integración entre los colaboradores se organizaron los Juegos Banco Patagonia. Se realizaron 14 eventos con más de 1.000 participantes de todo el país que disfrutaron de torneos de

fútbol masculino y femenino, vóley mixto y juegos inflables. Además, en todas las jornadas se compartió un almuerzo. Los encuentros fueron revividos en la plataforma online exclusiva de los Juegos, que incluyó fotos, estadísticas e información de cada torneo.

**Celebración de Un Día Distinto:** Se organizó este evento con actividades y sorpresas que convocaron a más de 4.200 personas en todo el país. En la Sede, se recibió a los hijos de los colaboradores durante la primera semana de octubre. Asimismo, 600 participantes, entre chicos y grandes, se divirtieron con la propuesta basada en el mundo del cine. En todas las regiones del país, se realizaron diversas acciones que involucraron a más de 1800 personas. Además, el Bioparque Te maikén fue el ámbito donde 1.800 concurrentes disfrutaron de un día al aire libre.

Para celebrar fin de año, se realizaron festejos en cada sucursal y en los equipos de los diferentes sectores de la Sede.



**Durante 2017 se  
realizaron 186 visitas  
a sucursales en todo  
el país, llegando  
a más de 2.000  
colaboradores.**

## Comunicación interna

El Banco se focaliza en tener una visión 360° sobre la comunicación a partir de la cual brinda asesoramiento a las áreas sobre los mejores canales y herramientas. Así, provee estrategias integrales y desarrolla planes para que los diferentes perfiles y equipos dialoguen y compartan información de manera eficaz y transparente.

Durante 2017 Banco Patagonia continuó con la campaña “Tenemos Valores”, cuyo principal objetivo fue el de difundir la filosofía corporativa y sus ocho valores entre todos sus colaboradores. Se difundió a través de los medios digitales del Banco, direccionando cada valor a un proyecto específico.

Los canales de comunicación de Banco Patagonia son:

- **Intranet:** es el principal medio de difusión del Banco y se complementa con el correo electrónico, la red social interna y las cartelerías digitales de forma eficiente, dinámica y con gran visibilidad para una lectura ágil y efectiva. Este año se capitalizó la Home para crear un

portal informativo llamado “En Movimiento” con actualización periódica. El mismo cuenta con las secciones Punto de Encuentro, Eventos y Patrocinios, Comunidad, Productos, Nuestro Banco, Acciones Comerciales y Banco Digital.

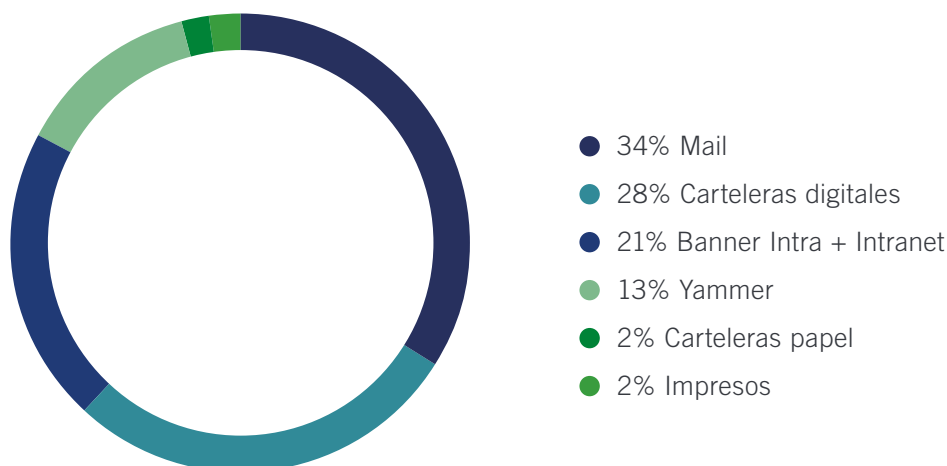
- **Carteleras digitales:** durante 2017 se realizaron 194 videos para proyectar en las 24 pantallas de Sede y en 32 sucursales que ya cuentan con esta tecnología.

- **Yammer:** el 100% de los colaboradores del Banco ya tienen a disposición la red social colaborativa Yammer. 1.933 la usaron al menos una vez.

- **Carteleras:** tienen una actualización quincenal de los contenidos para aquellas sucursales que no cuentan con carteleras digitales.

- **Mailing interno-Placas:** en 2017 se creó un nuevo manual de estilo para estas comunicaciones y se estableció una frecuencia diaria de no más de dos placas para eficientizar su uso, buscando también disminuir la cantidad de correos y empoderar otros canales más dinámicos e interactivos.

### Medios utilizados



## Beneficios

**Seguro de vida:** Todo el personal del Banco cuenta con un seguro de vida adicional al obligatorio de salud.

**Prepaga:** El Banco brinda cobertura de medicina prepaga a través de un convenio corporativo con una reconocida empresa de salud.

**Subsidios especiales:** Todos los colaboradores con hijos de hasta 11 años, cuentan con un subsidio para la colonia de vacaciones. Asimismo, también se les brinda un subsidio a quienes tienen hijos con capacidades especiales. Se cuenta, además, con un subsidio especial en caso de fallecimiento de familiares directos de los empleados.

**Obsequios a Colaboradores:** El Banco acompaña con un presente a sus colaboradores en acontecimientos importantes de su vida tales como el nacimiento de un hijo o graduación universitaria. Asimismo, se obsequiaron útiles escolares por la vuelta a clases y juguetes por el Día del Niño.

**Productos para Colaboradores:** El Banco otorga como beneficio a sus empleados los Paquetes Plus y Plus Premium. Asimismo, los colaboradores también tienen acceso a préstamos personales y préstamos hipotecarios con condiciones preferenciales.

**Convenios de descuento:** El Banco ofrece a sus colaboradores convenios de descuentos en rubros variados a lo largo de todo el país.

| INDICADORES SOBRE LICENCIAS Y REINCORPORACIONES  | Mujeres | Hombres |
|--|---------|---------|
| Cantidad de empleados que se tomaron una licencia por maternidad/paternidad en 2017  | 76      | 57      |
| Cantidad de empleados que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su baja por maternidad o paternidad en 2017                             | 55      | 57      |
| Cantidad de empleados que se tomaron una licencia por maternidad/paternidad en 2016  | 89      | 85      |
| Cantidad de empleados que se tomaron una licencia por maternidad/paternidad en 2016, y conservaron su empleo pasados doce meses desde su reincorporación | 82      | 76      |
| Tasa de regreso (1)  | 72,37%  | 100%    |
| Tasa de retención (2)  | 92,13%  | 89,41%  |

(1) Fórmula = Empleados que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su baja en 2017 / Empleados que se tomaron una licencia \*100

(2) Fórmula = Empleados que se tomaron una licencia en 2016, y conservaron su empleo pasados doce meses desde su reincorporación / Empleados que se tomaron una licencia en 2016 \*100

## Salud y seguridad

Banco Patagonia trabaja para que sus colaboradores tengan un ambiente seguro y saludable de trabajo. Con este fin, en 2017 se realizaron 4 informes de relevamiento generales de riesgos laborales, 18 informes de relevamiento de agentes de riesgos y 20 informes antisiniestros.

Además, en 2017 se visitaron 92 sucursales del Banco para realizar un relevamiento sobre acciones de seguridad e higiene. Las mismas fueron realizadas por la empresa Experta ART en conjunto con el asesor externo de Higiene y Seguridad de la entidad. Los tópicos revisados fueron:

- Tenencia de carpeta de Seguridad e higiene
- Orden y Limpieza
- Matafuegos con carga vigente
- Salidas de emergencia identificadas

Por otra parte, en conjunto con una consultora externa se visitaron 19 sucursales con el objetivo de realizar mediciones de iluminación, capacitación al personal y simulacros de evacuación. Asimismo, con el fin de fomentar la relación vida sana y empleo, se organizaron talleres de yoga en Buenos Aires y se consiguieron acuerdos corporativos para abonos en gimnasios en diferentes zonas del país.

- 213.585 horas de licencia por enfermedad
- 63,47 de promedio anual de horas de licencia por enfermedad/colaborador
- 3,35% de tasa de enfermedad
- 43 denuncias por accidente a la ART

# UN ESPACIO LIMPIO Y ORDENADO NOS BENEFICIA A TODOS.

**Lavá y guardá** la vajilla que utilizás.



**Guardá o tirá todos los alimentos** que hayan quedado sobre tu escritorio.



**Mantené la limpieza** en los lugares comunes de trabajo.



BANCO PATAGONIA



# 06. Sociedad

Banco Patagonia se compromete con el desarrollo de proyectos de impacto social que empoderen las comunidades y fomenten su crecimiento económico a partir de la promoción y acompañamiento de programas en alianza con organizaciones sociales y sector público.







# Destacados 2017

- Acompañamiento al emprendedurismo mediante el fortalecimiento y la capacitación a productores locales.
- Fortalecimiento de una propuesta de voluntariado más amplia en cuanto a la cantidad y tipo de acciones para participar.
- Consolidación de las actividades en Río Negro para la promoción de la inclusión financiera, como Un Click de confianza.

# Desafíos 2018

- Seguir fortaleciendo el programa Emprendedores de Río Negro logrando mayor cobertura regional.
- Potenciar Banco Patagonia Emprende en alianza con las Universidades socias del Banco.
- Incrementar la diversificación de las acciones de voluntariado en cantidad de propuestas y alcance territorial.
- Ampliar la difusión de los programas de RSE.

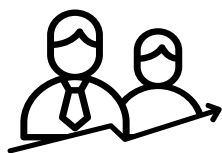
## Estrategia de inversión social privada

Con la mirada puesta en el desarrollo sostenible y el rol social como entidad financiera, Banco Patagonia desarrolla su modelo de negocio considerando a todos sus grupos de interés, y el impacto económico, social y ambiental que genera en ellos. A través de la Estrategia de Inversión Social, busca impulsar y apoyar proyectos propios y en alianza con Organizaciones de la Sociedad Civil y Sector Público, que crean valor en las comunidades en las que está presente.

Durante 2017, se revisaron los pilares estratégicos de colaboración con la comunidad en base a las prioridades de la Entidad con el objetivo de maximizar la propuesta de valor a la sociedad y que esta sea de largo plazo. Como resultado de este análisis y de la evaluación de la contribución del Banco en las comunidades locales, Banco Patagonia decidió orientar su inversión social hacia la educación, el emprendedurismo, el fortalecimiento local, la cultura y el voluntariado corporativo a través de acciones que generen mayor impacto.

Este año el Banco analizó y redefinió la estrategia de inversión social, focalizando su aporte a las comunidades locales en cuatro ejes de acción, y fortaleciendo las alianzas para maximizar el impacto y la generación de valor.

### Inversión social privada<sup>14</sup> 2017



Participantes y beneficiarios

16.407



Organizaciones aliadas

24



Monto inversión social privada (en millones de pesos)

10,3

<sup>14</sup> Este año el Banco redefinió la metodología de cálculo de los datos de impacto de la inversión social, descartando cualquier comparación interanual.

## Diagnóstico y evaluación del impacto social

Banco Patagonia evalúa sus programas de acuerdo con criterios ligados a su estrategia interna y al impacto de largo plazo que tendrán en la comunidad. Cuenta con un proceso de selección de proyectos en base a tres canales principales:

- 1. Iniciativas o programas diseñados por el Banco en conjunto con especialistas** para abordar temas que considera de interés para la sociedad.
- 2. Identificación de proyectos desde las sucursales**, ya que desde allí se pueden detectar las necesidades y las organizaciones locales que brindan respuestas a problemáticas sociales dentro de los ámbitos de inversión social de la entidad.
- 3. Contacto desde organizaciones de la sociedad civil y distintas instituciones** para la solicitud de alianzas o generación de acciones conjuntas.

Una vez definido el objetivo de un proyecto, el Banco diseña en conjunto con la organización aliada una metodología para su evaluación que permita identificar su impacto y las transformaciones concretas en la sociedad. Estos resultados son difundidos interna y externamente con el objeto de generar compromiso y sentido de pertenencia en el público interno, como también para potenciar los proyectos y dar a conocer el trabajo realizado a los grupos de interés. Para cada proyecto se determina la cantidad y tipo de beneficiarios como así también el alcance y transformación lograda. Se establece una metodología de trabajo en articu-

lación con los aliados estratégicos y se ejecuta siguiendo un plan de acción en el que cada actor involucrado aporta al proyecto para generar el mejor y mayor impacto social. Luego de cada iniciativa se realiza una evaluación formal, encuesta e informes para reportar los datos y cifras más relevantes.

Los avances y resultados de las acciones con la comunidad se informan tanto a través de los canales internos (cartelera digital, Yammer, mails, visitas de clima organizacional) como también a través de canales externos, como notas de prensa e Informe de RSE.

## Educación

**Banco Patagonia busca contribuir en este ámbito a través de la educación financiera, el equipamiento a instituciones educativas, el acceso a la educación formal, la capacitación y formación para el futuro, y el apoyo a la educación superior.**

### Apoyo a la educación formal

Consciente del impacto que genera el apoyo financiero, y acompañamiento personal y familiar, en la educación de chicos de bajos recursos y en la prevención del abandono de la escuela por parte de estos colectivos en desventaja; el Banco continuó apoyando a la educación formal mediante becas a estudiantes de nivel medio.

Durante 2017 se acompañó a más de 60 jóvenes de Neuquén, Río Negro, Catamarca, Buenos Aires y Chaco. Las Becas se otorgaron principalmente a través de la Fundación Cimientos y Fundación Cruzada Patagónica contemplando un aporte monetario, acompañamiento educativo personalizado y jornadas de encuentro e intercambio entre los becados. La elección de estas organizaciones se fundamenta en su amplia trayectoria y experiencia; y en la metodología de seguimiento, monitoreo del impacto a través de indicadores robustos, y la sistematización para una transparente rendición de cuentas.

Por otra parte, durante 2017 la Entidad, junto con la empresa social Proyecto Agua Segura implementó el Programa “Escuelas Activas” en 12 escuelas rurales de la Provincia de Río Negro. Se dictaron talleres de capacitación a 886 niños y niñas, 122 docentes, 15 familiares y vecinos sobre los hábitos de higiene, salud, cuidado personal y cuidado del agua. Además, en cada escuela se dejó en funcionamiento un filtro microbiológico para garantizar el acceso inmediato al agua segura.

En alianza con Fundación Leer, el Banco participó del programa Maratón de Lectura con la donación de 3 rincones de lectura, conformado por 200 libros cada uno, a escuelas de Río Negro beneficiando a más de 400 niños y niñas. Adicionalmente el Banco sorteó un rincón de lectura conformado por 50 textos en la Feria del Libro en Cipolletti, cuya ganadora fue la Escuela Primaria N°165 "Barrio Santa Clara" a la que asisten 108 alumnos. También se acompañó la Maratón Nacional de Lectura realizada en Plaza Alemania y en varias localidades de todo el país.



### **Capacitación y formación para el futuro**

Banco Patagonia y la Fundación Inclusión Social Sustentable impulsaron el concurso “Nosotros Queremos” cuyo objetivo es promover el desarrollo de acciones de compromiso y responsabilidad con la comunidad entre alumnos de los últimos tres años de escuelas secundarias de la provincia de Río Negro. Participaron más de 660 alumnos, de 27 escuelas, de 15 localidades, presentando 40 proyectos.

#### **Educación financiera**

Consciente de su rol como entidad financiera, Banco Patagonia asume el compromiso de impulsar programas que favorezcan la educación e inclusión financiera a través de iniciativas que mejoren los hábitos y conocimientos a la hora de tomar decisiones relacionadas con la economía personal y mejorar su vínculo con el sistema financiero.

Junto a Fundación Junior Achievement, se desarrolló el programa

educativo “Socios por un día” en las ciudades de Rosario y Mendoza para introducir a jóvenes en el mundo del trabajo y el Programa de Economía Personal que demuestra el valor de la planificación y el establecimiento de objetivos en la economía diaria. Se dictaron 11 cursos, llegando a 330 alumnos de 6 escuelas de Cipolletti.

Para promover la educación e inclusión financiera en la tercera edad se diseñó el programa “Un Click de Confianza”. El objetivo fue que adultos mayores puedan incorporar conocimientos de banca electrónica: utilización de cajeros automáticos, tarjeta de débito y tótem. Se dictaron talleres presenciales en Cipolletti, Río Negro, y se promovió un concurso en el que participaron más de 1.000 adultos mayores residentes de Río Negro, mediante un sitio web especialmente diseñado para familiarizarse con los canales electrónicos. El mismo consistió en una trivia y la utilización de un simulador de cajero automático.



## Programa Universidades

Mediante el Programa Universidades, se promueve el desarrollo de los estudiantes de 16 Universidades Nacionales, a través de becas de formación e investigación y acompañando a las áreas de extensión tales como eventos deportivos, programas culturales, jornadas de formación, entrega de premios, reconocimientos y equipa-

miento. Asimismo, se implementaron acciones de inversión social en las comunidades cercanas a las Universidades. Entre los proyectos destacados se encuentra el apoyo a la Sinfónica de la Universidad Nacional de Río Negro y el Programa "Fundación de Innovación y Tecnología" de Universidad Nacional de San Martín.

1er premio del Programa  
Ochenta mil pesos  
96

Programa  
Universidades  
Banco Patagonia  
20.000





## Emprendedurismo

**Banco Patagonia impulsa el emprendedurismo mediante el fortalecimiento y la capacitación a productores locales que quieren promover sus negocios, contribuyendo así al desarrollo de las economías regionales.**

### Banco Patagonia Emprende

En 2017, se invitó a las 16 casas de altos estudios que son parte del Programa Universidades a participar de “Banco Patagonia Emprende”. Para promover el espíritu emprendedor de los jóvenes universitarios, el Banco puso en marcha este programa junto a la aceleradora NXTP Labs, convocando a los alumnos para que presenten ideas que propongan una innovación de base digital en el sector financiero.

Con 16 proyectos finalistas, representantes de cada equipo participaron durante tres días de un plan de capacitación y visitas a empresas de base tecnológica, con el fin de aprender a emprender desde la experiencia compartida. El último día, visitaron Banco Patagonia, donde conocieron más sobre los desarrollos tecnológicos del Banco y realizaron la presentación de sus proyectos frente a un jurado de expertos, que eligió a los tres ganadores del programa, quienes recibieron un total de \$140.000 en premios.

El ganador del primer puesto de este año fue el proyecto Zing, de la Universidad Nacional de Jujuy, con el desarrollo de una aplicación que simplifica la forma de hacer pagos electrónicos y en efectivo a las personas con discapacidad visual, recibiendo \$80.000.

El segundo premio fue para la Universidad Nacional del Sur con Greenfono, plataforma de e-commerce para la compra y venta de celulares usados, mientras que el tercer premio fue para Fletes en Línea, una app que buscará conectar a transportistas con tenedores de cargas, ganadores de \$40.000 y \$20.000 respectivamente.

El jurado que tomó la decisión final estuvo conformado por representantes de la Mesa de Innovación del BCRA, de la Secretaría de Emprendedores y Pymes, de NXTP Labs y por el Superintendente de Tecnología, Comunicaciones y Sistemas, y por el Gerente Ejecutivo de Finanzas y Sector Público de Banco Patagonia.

### Programa Integral para Emprendedores en Corrientes

Junto a la Fundación Impulsar se capacitó a emprendedores de Corrientes, a través del Programa para Emprendedores Patagonia. A través de este, se invitó a los interesados a poner en marcha una idea o fortalecer su proyecto productivo actual o de servicios. Incluyó capacitación gratuita en formulación de planes de negocio, ayuda financiera a los tres mejores proyectos y mentoría para acompañar a los emprendedores durante un año, trabajando para la sustentabilidad sus negocios.

## Programa de Fortalecimiento a Emprendedores de la Provincia de Río Negro

El Banco, como actor social responsable y con el fin de acompañar a los emprendedores rionegrinos para promover el desarrollo local, implementó el Programa de Fortalecimiento a Emprendedores de la Provincia de Río Negro. En ocho localidades de la provincia se realizó el programa junto a Fundación Nobleza Obliga con el apoyo de la Agencia de Desarrollo del Ministerio de Economía de la Provincia de Río Negro y los Municipios de San Carlos de Bariloche, Allen, Cipolletti, Villa Regina, Viedma, Choele Choel, San Antonio Oeste y Río Colorado. Participaron más de 240 personas de los talleres presenciales, que

tenían por objetivo fortalecer la capacidad de los emprendedores para la planificación, ejecución, monitoreo, sustentabilidad, articulación, y difusión de sus emprendimientos. El programa continuó con cinco instancias de capacitación y acompañamiento online y un concurso entre aquellos que participaron de todas las instancias del programa y que presentaron sus proyectos de negocio, para ser evaluados por un jurado compuesto por representantes del Ministerio, Banco Patagonia y Nobleza Obliga. Fueron 50 los proyectos finalistas y 6 los ganadores de un premio de \$30.000 cada uno.

El Banco contribuye con el desarrollo de emprendedores rionegrinos a través de capacitación en planificación estratégica, comunicación y finanzas; incorporación de metodologías para establecer planes de mejora; acompañamiento durante el desarrollo del plan de negocios; y posibilidad de participar en un concurso con premios monetarios.

**240**

emprendedores capacitados

**5**

instancias de capacitación

**50**

proyectos finalistas

**6**

premios entregados



Lorena Jorge – Cipolletti  
Anastasia, Fideos Saborizados  
**Ganadora Emprendedores de Rio Negro 2017**

*“Tenía un espacio pequeñísimo y logramos tener un espacio de 50 mts2 para aumentar la producción.”*

Tiene un emprendimiento familiar. Elaboran de forma artesanal fideos secos estilo cinta ancha, con diversos sabores de verduras de estación. Iniciaron en esta actividad en el mes de marzo de 2017 y ya llevan elaborados 13 variedades de sabores de fideos.



Sofía Drago – Villa Regina  
Fundadora de Lobería Indumentaria  
**Emprendedores de Rio Negro 2017**

*“Mi experiencia en el programa fue muy buena porque pude adquirir herramientas que puse en práctica en mi negocio. No me había preguntado por qué hacía estas prendas de diseño y participar en el programa me ayudó a buscar y encontrar mi propósito como emprendedora”.*

Hace ropa de diseño femenina, hecha 100% en Villa Regina. Son prendas únicas, con apliques, bordados y pintura hechas a mano. Aporta al medioambiente haciendo bolsas reutilizables y los apliques en la ropa están confeccionados con retazos y cortes de otras telas.



## Voluntariado

El Programa Voluntarios Patagonia tiene como objetivos acompañar el espíritu solidario de los colaboradores y promover su compromiso con la comunidad. Las acciones se realizan bajo una modalidad de responsabilidad y compromiso compartidos, a través del cual los colaboradores son invitados a donar su tiempo y esfuerzo, y el Banco se hace cargo del financiamiento, insumos necesarios y coordinación de las actividades.

A partir de este año se desarrolló un comunicado para cada jornada a fin de informar claramente el sentido de la actividad a los voluntarios, en el cual se indica el objetivo de esta, el tipo y cantidad de beneficiarios, la historia del proyecto y el aporte que realizarán los voluntarios. Esta nueva herramienta facilitó la organización y motivación de las acciones, y el liderazgo del coordinador.

Por otra parte, la Red de Líderes Voluntarios se incrementó y fortaleció durante 2017. Esta Red está conformada por colaboradores que se ofrecen a participar y promocionan las acciones de RSE en sus equipos. Son personas que tienen especial interés en temas sociales relacionados con

la comunidad de la que forman parte. En este marco, Banco Patagonia apoya a las personas que conforman esta Red, transmitiendo un espíritu que los empodera dentro de su comunidad y les permite ser protagonistas del cambio. Es un grupo que se conformó en 2015 y fue creciendo año a año. En 2017 se incorporaron 17 nuevos líderes voluntarios, finalizando el año con 54 referentes de las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Salta, Tucumán, Chubut, Corrientes, Río Negro y San Luis.

Con el fin de empoderar el rol de los líderes voluntarios y brindarles más herramientas, se realizaron dos capacitaciones con referentes del sector social sobre temáticas asociadas a las ONGs con las que el Banco trabaja, una jornada especial en el Banco de Alimentos de Buenos Aires y un encuentro de cierre del año, en el que se compartió los resultados de la gestión. Además, se generó un grupo especial en Yammer, la red social interna del Banco, con el fin de compartir información, potenciar las iniciativas solidarias de sus comunidades y favorecer el vínculo entre los miembros de la red.



**144**

jornadas de  
voluntariado

**556**

voluntarios de  
distintos puntos  
del país

voluntarios  
**PATAGONIA**

ganas de ayudar

| VOLUNTARIADO EN CIFRAS  | 2016 | 2017 |
|-------------------------|------|------|
| Cantidad de jornadas    | 98   | 144  |
| Cantidad de voluntarios | 337  | 556  |
| Horas de voluntariado   | 338  | 379  |

### **Celebramos con los niños**

Como parte de la “Campaña Solidaria Día del Niño” que organizó el Banco, a través de Voluntarios Patagonia se entregaron más de 5 mil regalos en distintos rincones del país. Dicha campaña solidaria incluyó donación de juguetes donados por parte de colaboradores y del Banco. Los regalos fueron entregados a los chicos de 60 instituciones por aquellos colaboradores que las propusieron, acompañados por voluntarios de sus equipos de trabajo

## Resumen de las acciones de Voluntarios Patagonia llevadas a cabo en 2017

| NOMBRE DEL PROGRAMA                                 | ORGANIZACIÓN  | DESCRIPCIÓN  | BENEFICIARIOS DIRECTOS   | LOCALIDAD   |
|---|---|--|--|---|
| Colecta por los inundados                           | Fundación Sí  | Dos colectas internas para ayudar a los afectados por las inundaciones. Se recolectaron más de 1.200 kilos de comida y 1420 artículos de higiene personal y limpieza. Además, Banco Patagonia compró herramientas que fueron donadas a Fundación Sí para contribuir con la reconstrucción de las viviendas en las comunidades afectadas. | Lo recaudado se envió a Fundación Sí, que lo distribuyó según las necesidades de las zonas afectadas.                                  | Ciudad de Buenos Aires, Junín y Comodoro Rivadavia  |
| Huertas en escuelas                                 | Fundación Huerta Niño   | Construcción de 5 espacios de huerta en la Escuela especial N°7-003 "Sergio Catena", Escuela Mariano Moreno de Oliva, Escuela Secundaria N°792, Escuela Primaria especial N° 2026, Escuela N°7 de Cinco Saltos.  | 862 alumnos de las escuelas beneficiadas.  | Cinco Saltos (Río Negro), Rivadavia (Mendoza), Oliva (Córdoba), Trelew (Chubut), Santa Fé (Santa Fé)                |
| Plantación de árboles                               | Plantarse   | Plantación de 50 árboles nativos en la Reserva Costanera Sur junto a familiares y amigos de los colaboradores.   | Acción con impacto ambiental positivo  | Ciudad de Buenos Aires  |
| Construcción de viviendas                           | TECHO   | 4 construcciones de viviendas de emergencia en Buenos Aires y 1 en Tucumán.  | 5 familias en situación de vulnerabilidad y emergencia habitacional  | Moreno (Buenos Aires), José C. Paz (Buenos Aires) y Tucumán   |
| Clasificación de alimentos                          | Banco de alimentos  | Jornada de clasificación y recuperación de alimentos.  | 444 niños y niñas de instituciones educativas del norte de GBA.  | Munro (GBA)   |
| Campaña de donación de juguetes por el día del niño | Hogares, comedores, merenderos, escuelas y ONGs   | Donación de juguetes a instituciones propuestas por colaboradores y dos jornadas de clasificación y armado de los pedidos al interior del país.  | 5255 bebés, niños, niñas y adolescentes que participan y asisten a las 62 organizaciones propuestas. 24 de ellas fueron de Río Negro.  | Nacional  |
| Socios por un día                                   | Junior Achievement  | Jornadas en la que los voluntarios recibieron en sus espacios de trabajo a estudiantes del último año de nivel medio para compartir un día en la vida de un profesional afín a la carrera que desean estudiar.   | 7 estudiantes de nivel medio.  | Mendoza (Mendoza) y Rosario (Santa Fe)  |
| Maratón nacional de lectura                         | Fundación Leer  | Participación de jubilados del Banco como voluntarios del evento central realizado en CABA y donación de 3 rincones de lectura conformados por 200 libros para escuelas.   | 1443 niños y niñas de escuelas primarias de CABA y alumnos de las escuelas donde fueron entregados los rincones de lectura.            | CABA, Gral. Conesa, Allen, Ing. Jacobacci y Cipolletti (Río Negro)  |
| Nosotros Queremos                                   | Fundación Inclusión Social  | Acompañamiento en la etapa final del Concurso Nosotros Queremos en la provincia de Río Negro.  | 660 alumnos de escuelas de nivel medio, de los cuales fueron 62 los que participaron de la final del concurso, realizada en Bariloche. | Río Negro   |
| Jornadas de refacción y pintura                     | Haciendo Camino y Hogar de Nazaret (Cáritas Mar del Plata)  | Jornada en las que los voluntarios pudieron contribuir con la mejora de espacios de Haciendo Camino y Hogar Nazaret.   | 120 familias que asisten al programa integral de desarrollo y primera infancia. 50 adultos que asisten al hogar.                       | Suncho Corral (Santiago del Estero) y Mar del Plata (Buenos Aires).   |
| Jornadas de lectura                                 | Merendero Sus Manitos, La Casita del Saber, Mensajeros de la Paz, Jardín de Infantes N°901 de Olavarría, Comedor Nueva Luz, Comedor Embarriarte y Hogar Casita Manu | 7 jornadas de lectura en distintas organizaciones a las que asisten niños y niñas en situación de vulnerabilidad.  | 333 niños, niñas y adolescentes que concurren a los talleres y espacios de las 7 ONGs beneficiadas.                                    | Monte Grande, La Cava en San Isidro (GBA), Junín, Olavarría (Buenos Aires), Flores (CABA), General Roca (Río Negro) |

## Concurso de proyectos solidarios 2017 ¡Con ganas de ayudar!

El concurso invito a que los colaboradores postulen proyectos con impacto social que favorezcan el desarrollo de su comunidad. Se presentaron propuestas que contribuían a resolver problemáticas puntuales, permitían la financiación de refacciones, equipaban instituciones, proponían la implementación de programas de capacitación o actividades recreativas.

Para elegir a los 10 ganadores, se llevó a cabo una votación a través de un sitio web especial y 1.270 colaboradores eligieron entre las iniciativas que se presentaron. Las donaciones que Banco Patagonia otorgó fueron implementadas en cada uno de los proyectos, llegando a más de 1420 beneficiarios directos de las provincias de Buenos Aires, Misiones, Córdoba, Salta, Santiago del Estero y Santa Fe.

| ORGANIZACIONES GANADORAS                               | PROYECTO   | IMPACTO   | LOCALIDAD                          |
|--|--|---|------------------------------------|
| Asociación Civil Sal y Luz                             | Amasando Sueños  | 450 niños, adolescentes y adultos   | Córdoba, Córdoba                   |
| Escuela Nro. 904 junto a APAER                         | Agua clara para los chicos                                   | 25 niños y niñas del Paraje Puerto Argentino                                    | San Pedro, Misiones                |
| Cáritas San Nicolás                                    | Ampliación de La Casita de Don Orione                        | 82 personas en situación de vulnerabilidad                                      | San Nicolás, Santa Fe              |
| Fundación Síndrome de Down Orán                        | ¡Construyamos la integración!                                | 50 Bebés, niños y adultos   | Orán, Salta                        |
| Fundación Ainhep                                       | Equipamiento de taller para niños con habilidades diferentes | 70 niños y adolescentes con desafíos del desarrollo                             | Quilmes, GBA                       |
| Mensajeros de la Paz Argentina                         | Mujeres que dejan huellas                                    | 23 madres de jóvenes que asisten al Programa "Nuestras Huellas" en el Barrio 31 | Ciudad Autónoma de Buenos Aires    |
| Asociación Civil Academia Femenina del Sagrado Corazón | Pampa Rebelde  | 50 niños en situación de vulnerabilidad   | Valentín Alsina, GBA               |
| Cáritas Mar del Plata                                  | Proyecto Hogar de Nazaret                                    | 50 adultos en situación de calle  | Mar del Plata, Buenos Aires        |
| Asociación Civil Haciendo Camino                       | Refacción del Centro en Suncho Corral                        | 120 familias que asisten a la institución                                       | Suncho Corral, Santiago del Estero |
| Club Atlético Porteño                                  | Una vereda de igualdad                                       | 500 socios del club.  | San Vicente, GBA                   |



## Cultura

En el marco del Régimen de Promoción Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y a partir de la Ley de Mecenazgo, se concretó el acompañamiento de 21 proyectos orientados a la restauración de edificios culturales, equipamiento para la promoción de la cultura, acceso a eventos artísticos, y proyectos de inclusión a través del arte.

Además, se dio apoyo a las Galas del Río en Paraná, Entre Ríos y al Collegium Musicum para poder realizar conciertos en el Museo Sarmiento, en la Catedral Metropolitana y en el Museo Casa de Ricardo Rojas en la Ciudad de Buenos Aires.





# 07. Proveedores

Banco Patagonia trabaja para establecer relaciones sólidas de largo plazo con sus proveedores a partir de una selección responsable y transparente, un seguimiento continuo para garantizar la calidad, y canales de diálogo fluidos y abiertos.

# OPATAGONIA



# Destacados 2017

- Implementación de la línea ética de proveedores.
- Automatización del 100% del procedimiento de pagos sin papel.
- Capacitación al equipo de compras sobre procesos de evaluación social y ambiental de sus proveedores.

# Desafíos 2018

- Lanzar el Código de ética específico para proveedores.
- Incorporar en los pedidos de información inicial para evaluación de proveedores (RFI) criterios de sustentabilidad.

## Nuestros proveedores

98% del gasto de compras corresponde a proveedores locales.

Los 2.422 proveedores activos con los que trabajó el Banco en 2017 son en su mayoría Pymes y pertenecen principalmente a los siguientes rubros: constructoras, marketing y merchandising, gráficas, consultoras, tecnología, limpieza y seguridad. De esta forma, el Banco contribuye al desarrollo del país contratando, casi en su totalidad, a proveedores locales. Del total de pagos efectuados en 2017 a proveedores, solo el 3% corresponde a pagos al exterior.

En 2017, Banco Patagonia realizó modificaciones en el Manual de Compras y Contrataciones que regula la relación con sus proveedores con el fin de mejorar el proceso y su relación con la cadena de valor. Entre ellas se destacan:

- Obligatoriedad de ser cliente del Banco para los proveedores habituales mediante la apertura de una cuenta gratuita.
- Incorporación del uso del formulario RFI (pedido de información de primera vez) para el análisis y la evaluación de los proveedores en forma previa a la realización de cualquier tipo de operación.
- Incorporación de conceptos relacionados con la Prevención del Lavado de dinero proveniente de actividades ilícitas y de cuestiones relacionadas con sustentabilidad y responsabilidad social al RFI.
- Desarrollo de modelos de contratos a utilizar en las distintas operaciones de compras de bienes y contrataciones de servicios.

Banco Patagonia comenzó a desarrollar un Código de conducta para proveedores, con el objetivo de lanzarlo en 2018.

| PERFIL DE PROVEEDORES                               | 2016             | 2017             |
|---|------------------|------------------|
| Proveedores activos                                 | 2.606            | 2.422            |
| % de proveedores locales                            | 98%              | 98%              |
| Pago a proveedores                                  | \$ 3.665.246.629 | \$ 3.686.222.733 |
| Porcentaje de pagos efectuados al exterior del país | 0,73%            | 3,00%            |

## Proceso de selección y contratación

Banco Patagonia cuenta con un proceso de selección estandarizado que le permite garantizar la transparencia de su implementación, y la contratación de organizaciones que cumplan con los estándares y valores corporativos. Este comienza a partir de una propuesta técnica que ingresa en un circuito para su evaluación, aprobación, ejecución, y posterior control de la calidad del servicio realizada entre el equipo de compras y el área solicitante.

Durante 2017, la entidad continuó implementando el formulario de requerimiento inicial para el análisis y la evaluación de los proveedores en forma previa a la realización de cualquier operación. Entre la información requerida se incluye: la situación contable, financiera, legal e impositiva del proveedor; sus capacidades; los cinco principales clientes; aspectos laborales; certificaciones de calidad; medidas implementadas para la Prevención del Lavado de dinero

proveniente de actividades ilícitas; y aspectos ambientales relacionados con la gestión de residuos. Por otra parte, el Banco continuó incluyendo una cláusula de responsabilidad ambiental en los contratos con sus proveedores relacionada al manejo, traslado, acopio, uso o desecho de materiales o residuos peligrosos. En este marco, el Banco se encuentra trabajando en la incorporación de pedidos de información sobre criterios de sustentabilidad.

En 2017 se incorporó a la Normativa de contrataciones del Banco una política exclusiva para proveedores de tecnología de la información. El motivo de la presente política es el dar cumplimiento a la normativa vigente del B.C.R.A., que establece criterios específicos para la contratación de proveedores de TI, a los que se les solicita mayores requisitos relacionados con la confidencialidad y seguridad en el procesamiento de la información del Banco.

En 2017 el equipo de Compras y otras áreas del Banco, que participan en el proceso de contratación de proveedores, realizaron un taller de capacitación sobre sustentabilidad en la cadena de valor y análisis de proveedores bajo criterios sociales y ambientales.

## Proceso de evaluación

Las evaluaciones de proveedores se efectúan en el marco del Manual de Compras y Contrataciones, que incluye una descripción del circuito de evaluación de proveedores de productos y servicios, conforme al Sistema de Gestión de la Calidad del Banco y la Norma ISO 9001.

En este proceso se evalúa la situación contable, financiera, legal e

impositiva del proveedor, y se realiza un control de la documentación laboral correspondiente al Art. 30 de la LCT. Actualmente se está trabajando en la incorporación de criterios de sustentabilidad también en la etapa de seguimiento, a través de una herramienta de diagnóstico del estado del proveedor en materia de derechos humanos, e impacto social y ambiental.

## Comportamiento responsable con la cadena de valor

Todas las empresas que brindan el servicio de seguridad al Banco deben cumplir con todos los requisitos que indica el Decreto 1002/99. En este marco, los guardias deben realizar un curso básico de capacitación durante el cual ven en profundidad temáticas como seguridad y vigilancia, aspectos legales, derechos humanos y primeros auxilios.

Asimismo, Banco Patagonia exige que se cumplan las instrucciones del servicio de seguridad propias de la Entidad. Se trata de normas operativas y obligatorias a las que debe ajustarse el personal de la empresa de seguridad. El objetivo es establecer y delimitar las funciones, responsabilidades y prohibiciones de los guardias en las sucursales

del Banco. Estas instrucciones incluyen normas de carácter general, el procedimiento para la recarga y el balanceo de los de los cajeros, el procedimiento de ingreso a sucursales, el horario de inicio y finalización del servicio, y los teléfonos importantes que deben tener presentes.

Por otra parte, el Banco fomenta las compras a proveedores sustentables, integrando las dimensiones económicas, ambientales y sociales. En 2017, la entidad elaboró un inventario de proveedores sustentables para comenzar a contactar durante el próximo año para realizar compras de productos y servicios a proveedores con estas características.



## Canales de comunicación

Banco Patagonia se comunica periódicamente con sus proveedores vía telefónica o mail, así como también en forma personal. Todos los proveedores tienen contacto fluido con el Gerente de Administración y Servicios Generales, el Jefe de Compras y el equipo en general. El área de Compras tiene definido un responsable por tipo de compra de

que se trate con el fin de que los proveedores puedan hablar el mismo idioma con el colaborador de Compras que participa en la compra o contratación.

En 2017, el Banco implementó la línea ética de proveedores como un nuevo canal de comunicación con proveedores actuales y potenciales.

## Beneficios para proveedores

El compromiso de Banco Patagonia con sus proveedores se evidencia mediante las siguientes tareas:

- Revisión de precios y tarifas en forma periódica.
- Apertura de cuentas gratuitas y paquetes de productos en el Banco.
- Referencias a otras entidades financieras para ampliar la venta de sus servicios o productos.
- Asesoramiento en cuanto a la elaboración de propuestas de servicios o contratos para operar con el Banco.





# 08. Ambiente

Banco Patagonia busca gestionar responsablemente su negocio a través del uso de nuevas tecnologías que permitan minimizar el consumo de recursos, principalmente el papel y la energía eléctrica; y desde el impacto indirecto de sus productos y servicios, con foco en el análisis de riesgos de los créditos otorgados.





# Destacados

## 2017

- Capacitación virtual interna sobre Análisis de Riesgos Sociales y Ambientales (ARAS).
- Seguimiento de los volúmenes de impresión.
- Digitalización del proceso de Defensa del Consumidor dentro de la herramienta virtual de Quejas y Reclamos.
- Análisis de 4.900 propuestas de crédito.
- Operaciones por \$552 millones registradas de líneas de crédito con valor ambiental.

# Desafíos

## 2018

- Reducir el uso de papel.
- Incorporar un nuevo proceso de recolección y tratamiento de residuos húmedos.
- Revisar las exigencias ambientales de los organismos, en función del tamaño de los clientes beneficiarios.
- Generar una capacitación de Riesgos Sociales y Ambientales, bajo la modalidad de e-learning, con alcance a todos los colaboradores del Banco.

## Nuestro compromiso con el ambiente

Como entidad bancaria, Banco Patagonia conoce y gestiona dos tipos de impacto: el directo a partir del consumo de recursos y gestión de residuos; y el indirecto desde su rol en el sector financiero. En este contexto, a partir de las acciones cotidianas, el Banco trabaja para optimizar el impacto ambiental directo de su negocio, usando eficientemente los recursos y administrando los residuos de manera responsable, apalancado en

el desempeño de sus colaboradores y la cadena de valor a quienes concientiza y capacita en esta temática.

En relación a los impactos indirectos, comenzamos a implementar desde hace dos años criterios ambientales y sociales en el análisis de las líneas de crédito, ampliando año a año el alcance y el vínculo con organismos multilaterales en pos del desarrollo sostenible.

## Gestión de impactos indirectos

En el marco de su compromiso con el cuidado ambiental, Banco Patagonia busca minimizar su impacto indirecto generado a partir de sus operaciones como entidad financiera, con foco en el análisis de riesgos y evaluaciones de las actividades de sus clientes.

Cuenta con un Sistema de Gestión Socioambiental incluido en su Política de Créditos, que alcanza a clientes que acceden a líneas de crédito de organismos multilaterales comprometidos con el ambiente y con la sociedad, y grandes proyectos de más de 10 millones de dólares de inversión

de empresas cuya financiación permite ampliar plantas o mejorar la tecnología en sus procesos de producción o distribución. Esto le permite al Banco identificar, evaluar y gestionar riesgos e impactos ambientales de los proyectos de inversión que financia; y controlar que el cliente realice las medidas de mitigación, gestión y vigilancia comprometidas, con el fin de eliminar o compensar los efectos adversos o bien disminuirlos a niveles razonablemente aceptables.

El Sistema de Gestión Socioambiental incluido en su Política de Créditos es liderado dentro del Banco por el área de Análisis de Crédito, que analiza los riesgos según el tipo y escala de la actividad en línea con código CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) de Naciones Unidas.

- La categoría A incluye actividades que suponen riesgos o impactos adversos diversos, irreversibles o sin precedentes.

- La categoría B, actividades que suponen riesgos o impactos adversos escasos en número, generalmente localizados en sitios específicos, mayormente reversibles y fácilmente abordables a través de medidas de mitigación.

- La categoría C, actividades que suponen riesgos, o impactos ambientales y sociales mínimos o no adversos.

**4.900**  
propuestas de crédito  
categorizadas.

**100%**  
de las solicitudes  
aprobadas por  
cumplir los requisitos  
socioambientales.



## Líneas de crédito con valor para el ambiente

Actualmente, los bancos multilaterales y los bancos de desarrollo tienen un fuerte enfoque en el financiamiento de proyectos con gran impacto ambiental positivo. Estos tienen como objetivo, por ejemplo, mejorar la eficiencia energética a partir de reducciones en el consumo, la aplicación de energía renovable, y el fomento a la agricultura sostenible y la construcción sustentable. En este contexto, Banco Patagonia desarrolló líneas de trade y

líneas financieras con estas entidades que incluyen cláusulas, exigencias de cumplimiento y requisitos de prácticas internas y externas ambientalmente responsables.

Así, el Banco trabaja en alianza con estos organismos para la identificación de proyectos de eficiencia energética en los que pueda brindar su financiamiento. Entre las líneas que ofrece, se destacan:



**Banco Interamericano de Desarrollo (BID):** el Trade Finance Facility Program fomenta el comercio internacional y ayuda a mitigar riesgos de terceros países.



**International Finance Corporation (IFC):** el Global Trade Finance Program promueve el comercio internacional por medio de la mitigación de riesgos de terceros países. Con este organismo, el Banco ofrece una línea financiera de mediano y largo plazo orientada a Pymes, y otra para empresas exportadoras hasta 5 años.



**Proparco (Banco de Desarrollo Francés):** facilidad financiera para pequeñas y medianas empresas.



**Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE):** financiamiento para eficiencia energética y energías renovables.



Durante 2017, se registraron operaciones por 552 millones de pesos, y plazos promedio entre 4,5 años y 6 años según la facilidad. En todos los casos, corresponden a empresas medianas del sector agropecuario, distribuidas entre las distintas zonas productivas del país.

Asimismo, la entidad participó de las jornadas de Financiamiento para

Proyectos de Inversión vinculados a Energías Sustentables, evento que fue premiado por el Ministerio de Energía y Minería de la Nación y por Organismos de Crédito Multilaterales, y del Regional Roundtable on Sustainable Finance, orientado específicamente a exponer las herramientas de financiación utilizadas en Latinoamérica para proyectos de inversión con impacto ambiental.

## Gestión de impactos directos

**El Banco gestiona el impacto ambiental directo que genera a partir de sus operaciones en oficinas y sucursales. Así, busca consumir responsablemente los recursos utilizados, principalmente el papel y la energía.**

### Sucursales en áreas de gran valor de biodiversidad

Banco Patagonia cuenta con algunos puntos de atención ubicados cerca de un área con gran valor de biodiversidad:

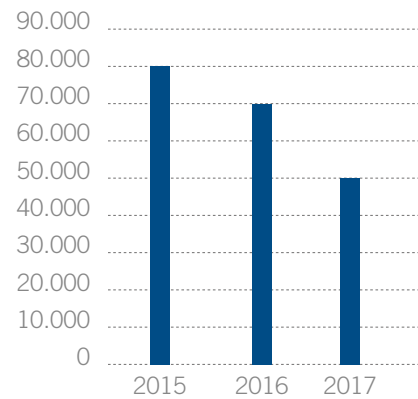
- Sucursal Chilecito, La Rioja
- Sucursal El Bolsón, Río Negro
- Sucursal Villa La Angostura, Neuquén
- Sucursal Ingeniero Jacobacci, Río Negro
- Sucursal San Martín de los Andes, Neuquén
- Centro de atención Comercial Dina Huapi, Río Negro
- Cajero Automático Playas Doradas, Río Negro
- Centro de Atención Comercial Las Grutas, Río Negro
- Cajero Automático Ñorquinco, Río Negro

En estos casos el Banco busca que el diseño edilicio y la cartelería respete lo más posible el entorno, con un estilo de arquitectura en concordancia con la región y el paisaje. Estos conceptos también son aplicados en caso de refacciones o ampliaciones de dichas sucursales.

## Gestión del consumo de papel

El papel es el principal recurso que utiliza Banco Patagonia por la dinámica de sus procesos y reglamentos del negocio financiero. En este sentido, la entidad trabaja en acciones para su uso responsable, apoyándose en herramientas innovadoras con foco en lo digital.

## Evolución del consumo de papel carta en Banco Patagonia



## 28% de reducción anual del consumo de papel en 2017.

En 2017 el Banco logró una disminución del 28% en el consumo de papel a partir de las siguientes acciones:

- Eliminación de impresión de folletería gráfica.
- Eliminación de diarios recibidos en papel y su reemplazo por versiones digitales.
- Contratación de un servicio de Librería Jurídica digital, "Astrea virtual", que reemplaza la compra y/o consulta de libros en papel.
- Digitalización de procesos legales, el proceso interno de mediaciones, información sobre el Banco y presentaciones ante el B.C.R.A., entre otros.
- Reducción de la cantidad de muebles de guardado existentes con el fin de fomentar el archivado digital de documentación en desmedro del físico.
- Digitalización de la autorización de los pagos a los proveedores del Banco, logrando la reducción de 2.000 hojas de papel mensual.
- Identificación de sectores que conllevan mayor uso de papel, comunicándolo a los colaboradores involucrados con el objeto de generar mayor responsabilidad en su utilización.

| CONSUMO DE PAPEL       | 2016  | 2017  |
|------------------------|-------|-------|
| Resmas de papel carta  | 166,8 | 121,5 |
| Resmas de papel A4     | 1,3   | 0,4   |
| Resmas de papel oficio | 0,4   | 0,2   |
| TOTAL                  | 168,5 | 122,1 |

### Legajo Digital

Durante 2017 Banco Patagonia consolidó el proceso de digitalización comenzado en años anteriores, con el objetivo de asegurar la correcta conservación de la información, reducir el uso de papel y la necesidad de espacio de almacenamiento, y asegurar el acceso a la documentación en tiempo y forma. La herramienta permite visualizar los legajos online e indica al solicitante de cada trámite cual es la documentación requerida una sola vez, lo cual genera un mejor impacto en la atención del cliente y disminuye el consumo de papel.

### Venta sin papel

Banco Patagonia lleva adelante un proyecto innovador que lo posiciona dentro del mercado como la primera entidad financiera de la Argentina en implementar este tipo de tecnología de firma grafométrica, un sistema de identificación de la persona que se aplica en muchos procesos proporcionando ahorro en papel, logística, espacio y tiempo, mejorando la experiencia del cliente en la contratación de productos.

Concretamente, se realiza una reformulación de los procesos de alta de productos de la Cartera de Consumo con el objetivo de hacerlos íntegramente digitales, sin necesidad de imprimir formularios para la firma del cliente, sin fotocopias de la documentación presentada y eliminando la guarda física de legajos.

Esta tecnología permite generar documentos en formato digital, los que son visualizados en dispositivos electrónicos y cuya firma sobre este soporte electrónico contiene los mismos datos biométricos que una firma en papel, pudiéndose comprobar su similitud con la firma física. Además, la firma es indivisible del documento donde se realizó, brindando altos niveles de seguridad.

Como resultado, se elimina el uso de papel en el armado del legajo del cliente, proyectando sólo para este proceso, un ahorro anual de más de 8 millones de hojas, disminuyendo considerablemente la guarda de legajos físicos y minimizando el impacto ambiental.

### **Reducción de materiales en envío de productos**

Banco Patagonia prioriza la comunicación con clientes a través de email, limitando los contenedores de entrega de producto a piezas sencillas complementadas por comunicaciones comerciales a través de otros canales. Asimismo, el uso de canales electrónicos en los procesos de venta evita la firma de solicitudes, aceptando términos y condiciones en forma virtual.

Por otra parte, la entidad continuó durante el año realizando campañas de concientización de ahorro de papel, alentando la migración al resumen digital de cuentas y tarjetas, para contribuir con la reducción del consumo de este recurso. Además, se realizó una campaña de captura de mails que colaboró con este objetivo.

### **Consumo de energía**

Este año el Banco, en los procesos de relocalización de las sucursales de Neuquén y Salta, y de inauguración de las nuevas sucursales de Alto Bariloche y la Recaudadora Cipolletti, aplicó criterios de eficiencia en el consumo de energía.


Por un lado, se instalaron sistemas de aire acondicionado por sectores (VRF) que ahorran energía en comparación con los sistemas centralizados anteriores que prenden todos los equipamientos, aunque sólo se estuviera utilizando parte de las sucursales. Además, se aplicó iluminación con tecnología LED en espacios y cartelería, que tienen un menor consumo que otros dispositivos tradicionales. En Salta también se instaló un termotanque mixto para ahorro de consumo por calefacción de agua caliente.

## **Gestión de residuos**

Banco Patagonia realiza la separación de residuos generados en la Sede Central y en las sucursales en línea con los procedimientos y requerimientos de los municipios correspondientes. En este sentido, en la Ciudad de Buenos Aires se instalaron tres contenedores diferentes: uno para residuos húmedos y no

reciclables, otro para papeles y cartones secos, y otro para plásticos, metales y vidrios.

Además, el Banco realizó la donación de los equipos tecnológicos en desuso a la Asociación Civil Basura Cero quien recicla y reutiliza los mismos con fines sociales.



## Concientización y capacitación

Con motivo del Día mundial del ambiente, se realizó la campaña interna de comunicación “Yo reciclo” con el objetivo de fortalecer la separación diferenciada de residuos en la Sede Central y las sucursales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

A su vez, el Banco llevo a cabo una campaña interna en todo el país para generar conciencia sobre el uso racional del papel y del plástico, a partir de la promoción del uso de la modalidad de impresión retenida, y de vasos y tazas reutilizables en lugar de los de plástico.

En 2017 se dictó el curso de e-learning “Venta sin papel” cuya finalidad fue facilitar el armado de los legajos reduciendo el uso de papel. Este fue dirigido a oficiales de la red de sucursales, alcanzando al

25% de los colaboradores con 825 horas de capacitación.

Por otra parte, con el objetivo de promover la conciencia ambiental en la sociedad, el Banco acompañó el Patagonia Eco Film Fest en Puerto Madryn; y el Programa Educativo de la Reserva Natural Urbana Cotesma de San Martín de los Andes, que busca dar a conocer la diversidad de aves presentes en El Mallín, generar y promover cambios actitudinales en los jóvenes en pos de la conservación del mismo. Este año participaron 350 niños de 5° grado de escuelas primarias y 4to año de escuelas medias. Además, el Banco realizó una plantación de 50 árboles nativos en la Reserva Natural Costanera Sur junto a la organización “Un árbol para mi vereda”.

## Índice de Contenidos GRI

El Informe de RSE 2017 de Banco Patagonia fue preparado siguiendo los requisitos de la opción Esencial “de conformidad” con los Estándares de la Iniciativa de Reporte Global (GRI). A continuación, se presenta el Índice de Contenidos de GRI con sus respectivas páginas y notas para aquellos tópicos materiales definidos en el Análisis de materialidad descrito en este documento.

| ESTÁNDAR GRI                          | CONTENIDO  | PÁGINA  | OMISIÓN |
|---------------------------------------|--|---|---------|
| <b>GRI 101: Fundamentos 2016</b>      |  |   |         |
| Contenidos Generales                  |  |   |         |
| GRI 102: Declaraciones Generales 2016 | 102-1 Nombre de la organización  | 24  |         |
|                                       | 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios   | 24-26, 50-54, 56-58   |         |
|                                       | 102-3 Ubicación de la sede   | Buenos Aires, Argentina   |         |
|                                       | 102-4 Ubicación de las operaciones   | Argentina.  |         |
|                                       | 102-5 Propiedad y forma jurídica   | 24-25   |         |
|                                       | 102-6 Mercados servidos  | 26, 50-54, 56-58  |         |
|                                       | 102-7 Tamaño de la organización  | 24-26, 74-75<br>Ver Memoria 2017 (página 12 y 13) para conocer datos de capitalización ( <a href="http://www.bancopatagonia.com">www.bancopatagonia.com</a> )   |         |
|                                       | 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores   | 74-75   |         |
|                                       | 102-9 Cadena de suministro   | 110   |         |
|                                       | 102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro                       | 63  |         |
|                                       | 102-11 Principio o enfoque de precaución   | 12-13, 118, 121-124   |         |
|                                       | 102-12 Iniciativas externas  | 26, 94-105, 125   |         |
|                                       | 102-13 Afiliación a asociaciones   | 26  |         |
|                                       | 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones                     | Carta del Presidente  |         |
|                                       | 102-15 Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades                                 | Carta del Presidente, 11-17, 23, 31, 39-43, 49, 73, 91, 109, 117  |         |
|                                       | 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta                                      | 12-13, 44-45  |         |
|                                       | 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas                                       | 44-45   |         |
|                                       | 102-18 Estructura de gobernanza  | 32-37   |         |
|                                       | 102-19 Delegación de autoridad   | 32-37   |         |
|                                       | 102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales             | Banco Patagonia cuenta con un área de RSE que depende de la Gerencia Ejecutiva de Desarrollo Humano y Clima Organizacional, que es la responsable de la coordinación de los programas de inversión social y de las acciones relacionadas con la gestión de sustentabilidad desarrolladas en conjunto con otras áreas del Banco. |         |
|                                       | 102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales               | 18-19   |         |
|                                       | 102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités                                   | <a href="http://www.bancopatagonia.com/institucional/or_autoridades.shtml">http://www.bancopatagonia.com/institucional/or_autoridades.shtml</a><br>Ninguno de los miembros del Directorio pertenece a minorías.   |         |
|                                       | 102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno  | El Presidente de Banco Patagonia no ocupa un cargo ejecutivo.   |         |
|                                       | 102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno                                      | 34  |         |
|                                       | 102-25 Conflictos de intereses   | 39-41, 44-45<br>El Código de Gobierno Societario de Banco Patagonia contempla este tema con mayor detalle. Ver Memoria y estados contables 2017 del Banco Patagonia ( <a href="http://www.bancopatagonia.com">www.bancopatagonia.com</a> )  |         |
|                                       | 102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia | 33  |         |

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO   | PÁGINA   | OMISIÓN |
|--------------|---|--|---------|
| 102-27       | Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno                                | 34   |         |
| 102-28       | Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno                                | 35   |         |
| 102-29       | Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales               | 36-37, 39-43   |         |
| 102-30       | Eficacia de los procesos de gestión del riesgo  | 36-37, 39-43   |         |
| 102-31       | Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales                                | 36-37, 39-43<br>La frecuencia de los análisis y estudios sobre riesgos económicos, sociales y ambientales varía según la herramienta utilizada. Se realizan evaluaciones anuales y también periódicas en el marco de las reuniones de Directorio y de Superintendentes.  |         |
| 102-32       | Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad | El Directorio del Banco es quien revisa y aprueba el Informe de RSE.   |         |
| 102-33       | Comunicación de preocupaciones críticas   | 14-19<br>El Directorio conoce las opiniones y expectativas significativas de los grupos de interés a través de las presentaciones de los estudios de mercado, encuestas de satisfacción, análisis del clima laboral, evaluación de los programas sociales, entre otros. Son preocupaciones importantes aquellas mencionadas en el Plan Estratégico 2016-2018 y los temas seleccionados en el Análisis de Materialidad. |         |
| 102-34       | Naturaleza y número total de preocupaciones críticas                                  | 14-17  |         |
| 102-35       | Políticas de remuneración   | 36   |         |
| 102-36       | Proceso para determinar la remuneración   | 36   |         |
| 102-37       | Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración                           | 36   |         |
| 102-38       | Ratio de compensación total anual   | No reportamos esta información por cuestiones de confidencialidad debido al contexto de nuestro país, con el fin de cuidar la seguridad personal de nuestros colaboradores y los altos mandos de la compañía.  |         |
| 102-39       | Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual                        | No reportamos esta información por cuestiones de confidencialidad debido al contexto de nuestro país, con el fin de cuidar la seguridad personal de nuestros colaboradores y los altos mandos de la compañía.  |         |
| 102-40       | Lista de grupos de interés  | 18-19  |         |
| 102-41       | Acuerdos de negociación colectiva   | 74   |         |
| 102-42       | Identificación y selección de grupos de interés                                       | 18-19  |         |
| 102-43       | Enfoque para la participación de los grupos de interés                                | 14-19, 35, 45, 59-66   |         |
| 102-44       | Temas y preocupaciones clave mencionados  | 14-17, 59-60, 66   |         |
| 102-45       | Entidades incluidas en los estados financieros consolidados                           | El Informe de RSE 2017 tiene el mismo alcance que la Memoria y Estados contables 2017 reportando en ambos casos el desempeño del Banco Patagonia S.A. excluyendo los datos correspondientes a las sociedades controladas: Patagonia Valores S.A., Banco Patagonia (Uruguay) S.A.I.F.E., Patagonia Inversora S.A. Sociedad Gerente de Fondos Comunes de Inversión y GPAT Compañía Financiera S.A.                       |         |
| 102-46       | Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema                | 14-17  |         |
| 102-47       | Lista de temas materiales   | 14-17  |         |
| 102-48       | Reexpresión de la información   | No existió modificación en la información comparativa.   |         |
| 102-49       | Cambios en la elaboración de informes   | No se registraron cambios significativos en el alcance y los límites respecto al informe anterior.   |         |
| 102-50       | Periodo objeto del informe  | 14-17  |         |
| 102-51       | Fecha del último informe  | Año 2016   |         |
| 102-52       | Ciclo de presentación de memoria  | Anual.   |         |
| 102-53       | Punto de contacto para preguntas acerca del reporte                                   | Superintendencia de Desarrollo Humano y Clima Organizacional<br>rse@bancopatagonia.com.ar (011)4323-5517<br>Avenida de Mayo 701, Ciudad Autónoma de Buenos Aires   |         |
| 102-54       | Declaración de reportar acorde a los Estándares del GRI                               | 14   |         |
| 102-55       | Índice de Contenidos del GRI  | 126-131  |         |
| 102-56       | Verificación Externa  | 132-133  |         |

| ESTÁNDAR GRI                           | CONTENIDO  | PÁGINA  | OMISIÓN |
|--|--|---|---------|
| <b>TEMAS MATERIALES</b>                |  |   |         |
| <b>Desempeño Económico</b>             |  |   |         |
| GRI 102: Declaraciones Generales 2016  | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17   |         |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | Carta del Presidente, 24-25   |         |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 24-25, 93   |         |
| GRI 201: Desempeño Económico 2016      | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido   | 25, 92  |         |
|  | 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático | 118-121<br>No se registraron consecuencias financieras debido a cuestiones relacionadas con el cambio climático.  |         |
|  | 201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación               | Además del plan de prestaciones establecido según la ley laboral, no existe un fondo independiente para tal propósito para nuestros colaboradores.                            |         |
|  | 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno  | No se registraron ayudas otorgadas por el gobierno.   |         |
| <b>Prácticas de adquisición</b>        |  |   |         |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016       | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17   |         |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 106, 110  |         |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 112   |         |
| GRI 204: Prácticas de adquisición 2016 | 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales   | 110   |         |
| <b>Anti-corrupción</b>                 |  |   |         |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016       | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17   |         |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 28, 39-45   |         |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 39-45   |         |
| GRI 205: Anti-corrupción 2016          | 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción                        | 42-43   |         |
|  | 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anti-corrupción                | 42-43   |         |
|  | 205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas  | No se han registrado casos confirmados de corrupción.   |         |
| <b>Materiales</b>                      |  |   |         |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016       | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17   |         |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 114, 118, 121   |         |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 118, 121-123  |         |
| GRI 301: Materiales 2016               | 301-1 Materiales por peso o volumen  | 122-123   |         |
|  | 301-2 Insumos reciclados utilizados  | El Banco no utiliza elementos reciclados para realizar productos y servicios primarios. Sin embargo, utiliza papel sustentable fabricado a partir de fibra de caña de azúcar. |         |
|  | 301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado  | No aplica por el tipo de negocio de Banco Patagonia.  |         |
| <b>Energía</b>                         |  |   |         |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016       | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17   |         |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 114, 118, 121, 124  |         |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 118, 124  |         |
| GRI 302: Energía 2016                  | 302-5 Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios                   | 61, 124   |         |



| ESTÁNDAR GRI                                      | CONTENIDO  | PÁGINA                  | OMISIÓN  |
|---|--|-------------------------|--|
| <b>Evaluación ambiental de proveedores</b>        |  |                         |  |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016                  | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17                   |  |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 106, 111-112            |  |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 112                     |  |
| GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016 | 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales | 112                     |  |
|   | 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas                                  |                         | Actualmente, no tenemos conocimiento de la existencia de impactos negativos significativos en la cadena de suministros por este concepto. No obstante lo mencionado se efectúa controles respecto del cumplimiento de las obligaciones previsionales de ciertos proveedores definidos como "críticos" por tener personal trabajando en nuestros edificios. |
| <b>Empleo</b>                                     |  |                         |  |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016                  | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17                   |  |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 70, 76, 82-83, 85       |  |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 76, 80-81               |  |
| GRI 401: Empleo 2016                              | 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal  | 76                      |  |
|   | 401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales  | 85                      |  |
|   | 401-3 Permiso parental   | 85                      |  |
| <b>Formación y enseñanza</b>                      |  |                         |  |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016                  | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17                   |  |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 70, 78-79, 80-81        |  |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 78-79, 80-81            |  |
| GRI 404: Formación y enseñanza 2016               | 404-1 Media de horas de formación al año por empleado  | 78-79                   | No se presentan los desgloses por género y edad. Se está trabajando para sistematizar y reportarlo en los próximos informes de RSE.  |
|   | 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición                   | 78-79                   |  |
|   | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional           | 80-81                   |  |
| <b>Prácticas en materia de seguridad</b>          |  |                         |  |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016                  | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17                   |  |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 68                      |  |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 68                      |  |
| GRI 410: Prácticas en materia de seguridad 2016   | 410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos                           | 68                      |  |
| <b>Comunidades locales</b>                        |  |                         |  |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016                  | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17                   |  |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 88, 91, 93, 94, 97, 100 |  |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 93                      |  |
| GRI 413: Comunidades locales 2016                 | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo      | 88, 91, 93, 94, 97, 100 |  |
|   | 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales          |                         | No se registraron impactos negativos en las comunidades locales por el desarrollo de las operaciones del Banco.  |

| ESTÁNDAR GRI                                       | CONTENIDO   | PÁGINA              | OMISIÓN   |
|--|---|---------------------|---|
| <b>Evaluación Social de los proveedores</b>        |   |                     |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016                   | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  | 14-17               |   |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  | 106, 111-112        |   |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   | 112                 |   |
| GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016 | 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales                        | 112                 |   |
|  | 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas  |                     | No se registraron impactos significativos sobre aspectos sociales (Derechos humanos, prácticas laborales, impacto en la sociedad) en la cadena de suministros |
| <b>Salud y seguridad de los clientes</b>           |   |                     |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016                   | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  | 14-17               |   |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  | 59-60, 68-69        |   |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   | 60, 64-66           |   |
| GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016    | 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios                       | 59-60, 64-66, 68-69 |   |
|  | 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios |                     | No se han registrado casos derivados del incumplimiento de la normativa descripta.  |
| <b>Marketing y etiquetado</b>                      |   |                     |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016                   | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  | 14-17               |   |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  | 44-45, 64           |   |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   | 44-45, 64           |   |
| GRI 417: Marketing y etiquetado 2016               | 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios   | 44-45               |   |
| <b>Privacidad del cliente</b>                      |   |                     |   |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016                   | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  | 14-17               |   |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  | 69                  |   |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   | 69                  |   |
| GRI 418: Privacidad del cliente 2016               | 418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente     |                     | No se han registrado reclamaciones en este sentido.   |

| ESTÁNDAR GRI  | CONTENIDO  | PÁGINA       | OMISIÓN |
|---|--|--------------|---------|
| <b>Educación financiera</b>   |  |              |         |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016  | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17        |         |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 92, 94-95    |         |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 93           |         |
|   | Iniciativas realizadas sobre educación financiera para grupos de interés                             | 94-95        |         |
| <b>Inclusión financiera</b>   |  |              |         |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016  | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17        |         |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 67, 96-99    |         |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 67, 93       |         |
|   | Iniciativas realizadas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros | 67, 96-99    |         |
| <b>Experiencia de servicio del cliente</b>  |  |              |         |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016  | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17        |         |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 59-60, 64-66 |         |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 59-60, 64-66 |         |
|   | Porcentaje de satisfacción de clientes   | 59-60        |         |
| <b>Evaluación de implementación de políticas ambientales y sociales y procedimientos de evaluación de riesgos sobre productos</b> |  |              |         |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016  | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   | 14-17        |         |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   | 118-121      |         |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  | 118-121      |         |
|   | Cantidad de propuestas de crédito evaluadas en riesgos sociales y ambientales                        | 118-121      |         |

# INFORME DE ASEGURAMIENTO LIMITADO DE CONTADORES INDEPENDIENTES SOBRE EL INFORME ANUAL DE BANCA RESPONSABLE

A los señores Presidente y Directores de  
Banco Patagonia S.A.  
Domicilio legal: Av. de Mayo 701, Piso 24  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
CUIT: 30-50000661-3

## 1. Información objeto de análisis

Hemos sido contratados por la Dirección del Banco Patagonia S.A. (en adelante, “el Banco”) para realizar un encargo de aseguramiento limitado sobre el “Informe de Responsabilidad Social Empresarial” por el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2017 (en adelante, “el Informe”).

## 2. Responsabilidad de la Dirección

La Dirección del Banco es responsable por la preparación y presentación del Informe de acuerdo con las directrices de reportes de sostenibilidad versión standard del “Global Reporting Initiative” (en adelante “GRI standards”) para un nivel de aplicación esencial.

Adicionalmente, la Dirección del Banco es responsable por: a) la información y las afirmaciones contenidas en el Informe, b) la determinación de los objetivos del Banco, en relación con el desarrollo sustentable de resultados y de reporte, incluyendo la identificación de las partes interesadas y los asuntos significativos, c) el diseño, la implementación y el mantenimiento de un control interno apropiado de manera que el Informe no contenga distorsiones significativas debidas a errores o irregularidades, y d) mantener registros adecuados que respaldan el proceso de información.

## 3. Responsabilidad de los auditores

Nuestra responsabilidad consiste en llevar a cabo el encargo de aseguramiento limitado y expresar una conclusión en base al trabajo realizado, de acuerdo con las instrucciones recibidas del Banco. No aceptamos ni asumimos responsabilidad hacia terceros distintos del Banco por nuestro trabajo, o por las conclusiones a las cuales arribamos en el informe de aseguramiento limitado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la Resolución Técnica N° 35 Adopción de las Normas Internacionales de Encargos de Aseguramiento y Servicios relacionados de la FACPCE, en lo que respecta a la Norma Internacional sobre Encargos de Seguridad 3000 - Encargos de Grado de Seguridad distintos de Auditorías o Revisiones de Información Financiera Histórica. Dichas normas exigen que cumplamos con los requerimientos de ética, incluyendo los requerimientos de independencia, y que planifiquemos y realicemos nuestros procedimientos para obtener una seguridad limitada sobre si el Informe no contiene errores significativos.

## 4. Procedimientos realizados

Un encargo de aseguramiento limitado sobre un informe anual de sostenibilidad consiste en hacer indagaciones, principalmente a las personas responsables de la preparación de la información presentada en el informe, y en la realización de procedimientos analíticos y en obtener evidencia mediante otros procedimientos, según se considere apropiado. Estos procedimientos incluyeron:

- Indagaciones con la Dirección para obtener un conocimiento sobre los procesos del Banco, con el objeto de determinar los asuntos relevantes para los grupos de interés del Banco.
- Entrevistas con la Dirección en relación a la estrategia de sostenibilidad, las políticas sobre asuntos significativos y su implementación.
- Entrevistas con el personal responsable de preparar la información incluida en el informe.
- Con relación a la información financiera incluida en el “Capítulo 2 Acerca de Banco Patagonia” bajo el título “Banco Patagonia en números” indicada con (#) del informe, verificar que surjan de los estados financieros auditados del Banco al 31 de diciembre de 2017.
- Inspeccionar sobre bases selectivas, documentación para corroborar ciertas manifestaciones de la Dirección.
- Un encargo de aseguramiento limitado es sustancialmente menor en alcance que un encargo de aseguramiento razonable o de auditoría realizado de acuerdo con las Resoluciones Técnicas N° 35 y 32 respectivamente, y por lo tanto no nos permite obtener la seguridad de que tomaremos conocimiento de todos los asuntos significativos que podrían ser identificados en una auditoría o un encargo de aseguramiento razonable. En consecuencia, no expresamos una opinión de auditoría o una conclusión de aseguramiento razonable.
- Este informe de aseguramiento limitado ha sido preparado para el Banco con el propósito de asistir a la Dirección en determinar si el Banco ha cumplido con los criterios de GRI standards para un nivel de aplicación esencial en la preparación del Informe, y para ningún otro propósito.

## 5. Independencia

Al llevar a cabo nuestro encargo, hemos cumplido con los requerimientos de independencia de la Resolución Técnica N° 35 de la FACPCE.

## 6. Conclusión

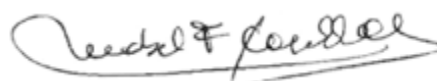
Consideramos que los elementos de juicio que hemos obtenido proporcionan una base suficiente y adecuada para nuestra conclusión.

Sobre la base del trabajo descrita en el acápite 4. del presente informe, no surgieron indicios que nos lleven a pensar que el Informe del Banco al 31 de diciembre de 2017, no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los lineamientos GRI standards para un nivel de aplicación esencial y con los registros y archivos que sirvieron de base para su preparación.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, xx de xxxxx de 2018

KPMG

Reg. de Asoc. Prof. CPCECABA T° 2 F° 6



Mabel F. Casillas  
Socia  
Contadora Pública (UBA)  
CPCECA BA T° 195 F° 103


## Contacto


Este Informe de RSE se encuentra disponible en [www.bancopatagonia.com](http://www.bancopatagonia.com)

### Coordinación general

Gerencia Ejecutiva de Desarrollo Humano y Clima Organizacional  
rse@bancopatagonia.com.ar  
(011) 4323-5517  
Avenida de Mayo 701, Ciudad Autónoma de Buenos Aires

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

 [banco\\_patagonia](#)

 [Banco-Patagonia](#)

 [bancopatagonia](#)

### Facilitadores externos

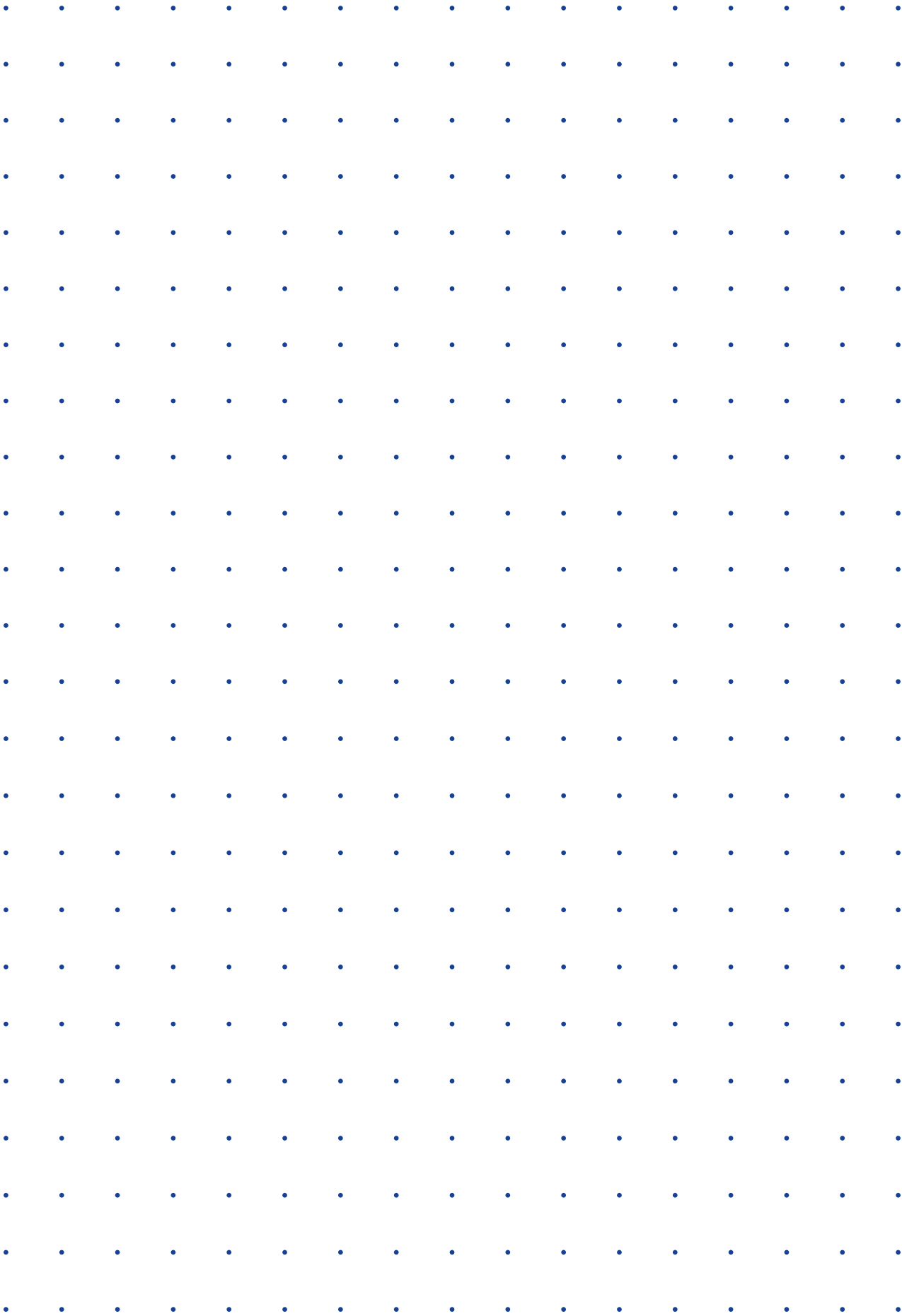
Sustenia Argentina  
[www.sustenia.com.ar](http://www.sustenia.com.ar)

### Verificación externa

KPMG Argentina  
<https://home.kpmg.com/ar/es/>

### Diseño y producción

TRESEN Comunicación Inteligente



**BANCOPATAGONIA**