



BANCO PATAGONIA

RSE 2012

índice

RSE 2012

01. Alcance del Reporte	Pág.3
02. RSE	Pág.4
03. Banco	Pág.6
04. Gobierno Corporativo	Pág.8
05. Números	Pág.13
06. Clientes	Pág.16
07. Colaboradores	Pág.22
08. Sociedad	Pág.32
09. Medio Ambiente	Pág.46

BANCOPATAGONIA

Carta del Presidente

Tengo la gran satisfacción de presentar a nuestros grupos de interés nuestro quinto Informe de Responsabilidad Social Empresaria.

Para los que aún no nos conocen, Banco Patagonia está conformado por más de 3000 hombres y mujeres que trabajan en nuestros más de 180 puntos de atención en todo el país. Somos un banco federal con presencia en todas las capitales provinciales y en los lugares más alejados del territorio argentino. Confían en nosotros más de 900.000 clientes y un sin número de firmas de los segmentos Corporate, Pymes y Empresas, entre otras.

El trabajo cotidiano nos posicionó como uno de los bancos más importantes del sistema financiero argentino.

Sin embargo, coincidiendo con la frase de Eleanor Roosevelt, quien dijo que “el futuro pertenece a quienes creen en la belleza de sus sueños”, desde nuestros comienzos decidimos apoyar los sueños de las comunidades de las cuales formamos parte.

Estamos convencidos que la educación, el deporte, la cultura y el medio ambiente son los cuatro pilares que transforman a una comunidad en una sociedad más equitativa y solidaria.

A partir de estos conceptos, comenzamos a trabajar acompañando a organizaciones no gubernamentales, universidades y emprendedores, realizando sinergia con organismos públicos municipales y provinciales, y dando forma al Programa de Voluntariado de Banco Patagonia.

Reafirmamos nuestro compromiso con la educación porque es el conocimiento el creador de una Nación.

Acompañamos el deporte porque buscamos compartir una mejor calidad de vida.

Apoyamos la cultura en todas sus manifestaciones, porque buscamos despertar el espíritu crítico y la belleza en todas sus formas.

Protegemos el medio ambiente como una manera de construir un futuro distinto para las generaciones venideras.

Y en este camino, estamos comprometidos todos los que hacemos Banco Patagonia: colaboradores, clientes y proveedores.

Gracias a todos los que hicieron posible que nuestro banco sea socialmente responsable.

Jorge Stuart Milne
Presidente



01. Alcance del Reporte

Durante 2012, Banco Patagonia ha desarrollado diversas actividades de responsabilidad social que siguen una línea ética de comportamiento que establecimos y aplicamos desde nuestros comienzos.

Con este nuevo Informe de Responsabilidad Social, avanzamos de forma tal de dar a conocer a nuestros grupos de interés, los logros y sucesos de la entidad, acontecidos en el año en los planos económico, social y ambiental.

La materialidad de la información comprende la acción del Banco en todo el país, desde nuestra Casa Central, ubicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, hasta el resto de las sucursales y centros de atención, distribuidos de manera federal en todo el territorio.



02.RSE

La Responsabilidad Social para Banco Patagonia

Estrategia de Responsabilidad Social

En Banco Patagonia, como integrante y agente de desarrollo de la comunidad, nos preocupamos por el entorno en el que estamos inmersos, no sólo por cuestiones éticas, sino también porque somos conscientes de que invirtiendo en la sociedad, crecemos todos.

¿Qué significa la Responsabilidad Social para Banco Patagonia?

Es el compromiso voluntario que asume la organización, junto a sus grupos de interés, para mejorar la calidad de vida de la sociedad en general, desarrollando proyectos en los ámbitos de la educación, la cultura, el deporte y el cuidado y preservación del medio ambiente.

Identificación de los Grupos de Interés

Para la identificación de nuestros Grupos de Interés consideramos las siguientes dimensiones:

- **Por Responsabilidad:** Personas con las que la organización tiene responsabilidades legales, financieras y operativas según reglamentaciones, contratos, políticas o prácticas vigentes.
- **Por Influencia:** Personas que tienen la posibilidad de influenciar la capacidad de la organización para el logro de sus metas. Son personas con influencia informal o poder de decisión formal.
- **Por Cercanía:** Personas con las cuales la organización interactúa, incluyendo Grupos de Interés internos o de larga relación o aquellos de los que la organización depende para su operación habitual o en cercanías a nuestras operaciones.
- **Por Dependencia:** Son las personas que dependen de nuestra organización, tales como los colaboradores y sus familias, proveedores o clientes.
- **Por Representación:** Personas que, a través de estructuras regulatorias o culturales, representan a otras personas como ser líderes de comunidades locales, representantes sindicales o líderes de opinión.

Diálogo con los Grupos de Interés

A través de diferentes canales de comunicación, buscamos potenciar el vínculo con nuestros Grupos de Interés, para entender sus necesidades y expectativas respecto de nuestra Organización y nuestro aporte al Desarrollo Sostenible.



Grupo de Interés

 **Accionistas**

 **Clientes**

 **Colaboradores**

 **Proveedores**

 **Sociedad**

Canales de Diálogo

Memoria y Balance
Informes Trimestrales
Página Web "Relación con Inversores"

Red de Sucursales y Centros de Atención
Patagonia e-bank
Patagonia en Línea
Patagonia 24
Patagonia Autoservicio
Patagonia Móvil
Encuesta de Atención al Cliente
Newsletter
Redes Sociales (Facebook, Twitter y Youtube)
Estudios de Satisfacción
Estudios de Campo
Email
Encuentros y Eventos con Clientes
Canal de Relación con Inversores
Sitio WEB

Código de Ética
Intranet
Punto de Encuentro (house organ bimestral)
Encuesta de Clima
Desayunos de Calidad
Buzón de Sugerencias
Cuenta e-mail
Comunicaciones Internas
Canal de Orientación Laboral
Canal de asistencia al empleado
Cartelera
Visitas a Sucursales
Eventos Institucionales

Manual de Compras y Contrataciones

Evaluación de propuestas
Relevamientos de campo
Participación de actividades conjuntas
Informe de RSE
Foros y Seminarios
Redes Sociales
Reuniones de seguimiento
Estrategias de Comunicación

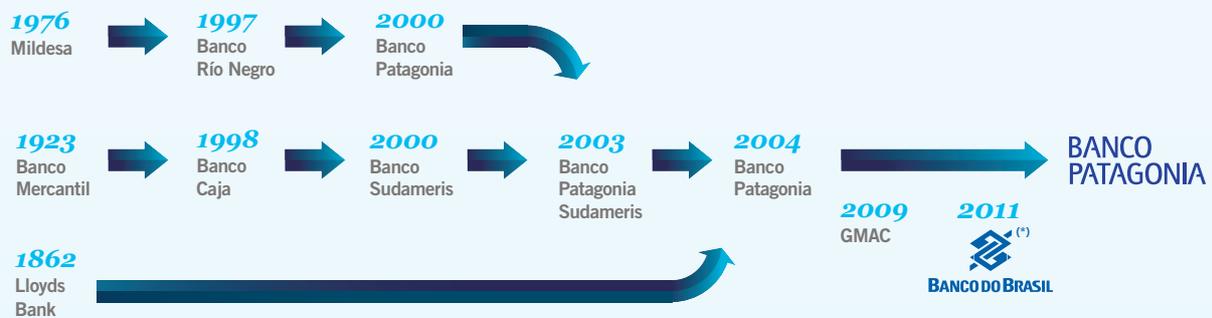
03. Banco

Nuestra Historia

La actividad de nuestro Banco comienza en 1988 con la creación del **Banco Mildesa** y es continuador de una serie de instituciones como **Banco de Río Negro**, **Banco Mercantil Argentino**, **Banco Caja de Ahorro**, éstos dos últimos fusionados con **Banco Sudameris Argentina**, y finalmente, **Lloyds TSB Bank plc Sucursal Argentina**.

Durante 2010 se incorporó a **GPAT Compañía Financiera S.A.** Durante 2011, **Banco do Brasil** adquirió el 58,96% del capital social de **Banco Patagonia**, con la intención de continuar siendo uno de los principales bancos de la República Argentina, perteneciente al conglomerado financiero más importante de América Latina.

“Hoy, Banco Patagonia, forma parte del Grupo Banco Do Brasil, un banco con más de 200 años de historia, más de 114 mil empleados, 58 millones de clientes, con 64 mil puntos de atención en más de 23 países y 1400 bancos corresponsales en 145 naciones de los cinco continentes”.



(*) Adquisición del Capital Social por Banco Do Brasil.

Sociedades Controladas

● Patagonia Inversora S.A. - Sociedad Gerente

Canaliza el negocio de administración de fondos comunes de inversión. La comercialización es realizada exclusivamente a través del Banco, que a su vez opera como depositaria de los mismos.

● Patagonia Valores S.A. - Sociedad de Bolsa

Se encarga de la negociación de valores en el Mercado de Valores de Buenos Aires, organización de la cual es accionista. La sociedad brinda servicios al Banco y a sus clientes, ampliando la oferta de productos y participando activamente en operaciones de compraventa de títulos valores como la colocación y posterior venta de fideicomisos financieros y otros valores.

● Banco Patagonia Uruguay S.A.I.F.E.

Desarrolla la actividad de intermediación financiera en Uruguay bajo la supervisión del Banco Central del Uruguay.

● GPAT Compañía Financiera S.A.

Compañía especializada en el financiamiento mayorista y minorista, tanto a concesionarias en especial a la red General Motors de Argentina - como a clientes particulares, en la adquisición de automotores 0 Km.



04.Gob. Corporativo

Gobierno corporativo y modelo de gestión

Banco Patagonia es una sociedad anónima que cotiza sus acciones en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y en la Bolsa de Valores de São Pablo. Nuestros órganos de gobierno son regulados por el Banco Central de la República Argentina; la Comisión Nacional de Valores y la Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

Conformación de los órganos de gobierno

Por ser una sociedad anónima, nuestro máximo órgano de decisión es la Asamblea de Accionistas. Todos los años se realiza al menos una reunión con temario propuesto por el Directorio. El estatuto social del Banco prevé una comisión fiscalizadora integrada por tres síndicos titulares y tres síndicos suplentes, designados por la asamblea ordinaria de accionistas, con mandato para ejercer durante un ejercicio económico.

Accionistas



Directorio

El gobierno societario de Banco Patagonia está conformado por un Directorio y por los comités que administran distintos tipos de riesgos y operaciones. El Directorio, entre sus principales actividades define la estrategia a seguir por los colaboradores y vela por la correcta dirección de los negocios.

El Directorio esta compuesto por:

- Presidente: Jorge Guillermo Stuart Milne
- Vice Presidente: João Carlos de Nobrega Pecego
- Vice Presidente: Renato Luiz Belinetti Naegele
- Vice Presidente: Claudemir Andreo Alledo
- Vice Presidente: Aldemir Bendine
- Vice Presidente: Paulo Rogerio Caffarelli (*)
- Director Titular : Carlos Alberto Giovanelli
- Director Suplente: Osvaldo Daddone (**)
- Director Titular : Jaime Osvaldo Tasat (*)
- Director Suplente : Admilson Monteiro García

(*) Electos por Asamblea del 26.04.2012, "ad referéndum" de la aprobación del B.C.R.A.

(**) Electos por Asamblea del 26.04.2013, "ad referéndum" de la aprobación del B.C.R.A.

Remuneración del Directorio y política de remuneración de los cuadros gerenciales

Los honorarios del Directorio son determinados por la Asamblea de Accionistas y se tiene en cuenta las responsabilidades, el tiempo dedicado a las funciones, la experiencia y reputación profesional y el valor de los servicios prestados por los Directores en el accionar del Banco en el mercado. Asimismo, no existen miembros del Directorio que ejerzan cargos ejecutivos en el Banco, por lo cual no obtienen otro tipo de remuneración y no es política del Banco otorgar participaciones patrimoniales en la sociedad en concepto de remuneración.

Las remuneraciones de los cuadros gerenciales son consideradas en función de las retribuciones para cargos similares en el mercado, del desempeño observado y desarrollo profesional y del resultado obtenido en el ejercicio.

Comités - Atribuciones:

- **Comité de Auditoría Comisión Nacional de Valores**
Emitir un dictamen respecto de las propuestas del Directorio sobre la designación de los auditores externos del Banco y el control de su carácter de independencia, supervisar el funcionamiento de los sistemas de control interno y del administrativo-contable del Banco; supervisar la observancia de las políticas en materia de información sobre la gestión de riesgos del Banco. Evalúa una opinión fundada con respecto a las operaciones entre Partes Relacionadas u otras operaciones que pueden provocar conflictos de interés. Elabora anualmente un plan de actuación para el ejercicio del que dará cuenta al directorio y a la comisión fiscalizadora.
- **Comité de Auditoría – BCRA**
Asegura el correcto funcionamiento de los sistemas y procedimientos de control interno del Banco, conforme a los lineamientos definidos por el Directorio. Aprueba el Plan Anual de la Auditoría Interna y revisa su grado de cumplimiento. Analiza los estados contables anuales y trimestrales, los informes del auditor externo, la información financiera pertinente y los informes de la comisión fiscalizadora.
- **Comité de Calidad**
Implementa en forma gradual y progresiva el "sistema de gestión de calidad" conforme a lo establecido en la norma internacional ISO 9001:2000, en el marco de los lineamientos establecidos en la materia por el Directorio. Elabora y realiza el seguimiento del plan estratégico de calidad. Aprueba los objetivos en materia de calidad para cada producto o servicio que ofrece el Banco, como así también los registros e indicadores de calidad que se utilizarán. Elabora informes anuales en materia de calidad, define los productos o servicios a ser verificados en cuanto a su calidad y seleccionar la entidad certificadora.
- **Comité de Control y Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo**
Planifica, coordina y vela por el cumplimiento de las políticas que en la materia establezca el Directorio. Asiste al Banco respecto de la inexistencia o detección en tiempo y forma de operaciones susceptibles de ser sospechadas como procedentes del lavado de dinero proveniente de actividades ilícitas en el marco de las normas del Banco Central y de la Unidad de Información Financiera (UIF).
- **Comité de Ética**
Resuelve sobre cuestiones relativas a la interpretación y el alcance del Código de ética, el que establece las distintas políticas vinculadas al comportamiento ético de todos los miembros del Banco.
- **Comité de Mercado de Capitales**
Evalúa la totalidad de operaciones de Mercado de Capitales con clientes actuales o potenciales que soliciten servicios y/o asistencia crediticia, vía operaciones de adelanto de precio de colocación o compromiso de suscripción en firme.

● **Comité de Finanzas**

Manejar los asuntos concernientes al gerenciamiento de los activos y pasivos financieros del Banco.

● **Comité de Dirección**

Analiza y aprueba el otorgamiento de facilidades crediticias presentadas por los distintos Comités del Banco y realiza un monitoreo de la gestión de las Áreas de negocios.

● **Comité de Remuneraciones e Incentivos al Personal**

Vigila que el sistema de incentivos económicos al personal sea consistente con las políticas de la propia Entidad.

● **Comité de Irregulares Segmento Empresa**

Evalua los clientes en mora pertenecientes al Segmento Empresas, definir su tratamiento y realizar su seguimiento.

● **Comité de Negocios**

Analiza diferentes propuestas comerciales, define las estrategias comerciales que serán adoptadas por las diferentes bancas y analiza las fortalezas y debilidades de los posibles nuevos productos.

● **Comité de Riesgo Global**

Asegura que tanto el Banco como sus subsidiarias cuenten con la estructura, procesos y procedimientos que permitan una adecuada gestión integral de los riesgos de mercado, tasa, liquidez y crédito, a los que se encuentran expuestos.

● **Comité de Riesgo Operacional**

Asegura que existan procesos y procedimientos aplicables a cada unidad de negocio, destinados a la gestión del riesgo operacional de los productos, actividades, procesos y sistemas de la entidad financiera, evaluando que el proceso de vigilancia gerencial se adapte a los riesgos inherentes. Como mínimo debe informar al Directorio semestralmente sobre los principales aspectos relacionados con la gestión del riesgo operacional.

● **Comité de Seguridad Informática**

Propone al Directorio las políticas en materia de seguridad informática y monitorea su cumplimiento. Elabora propuestas para presentar al Directorio respecto de medidas preventivas tendientes a minimizar los riesgos vinculados con la seguridad informática o, en su caso, de acciones correctivas.



Políticas sobre prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo

Como institución regulada por el Banco Central de la República Argentina, nuestra entidad está obligada a cumplir con las regulaciones establecidas por dicho órgano de control, la normativa de la U.I.F y por las leyes argentinas respecto de la Prevención del Terrorismo.

En tal sentido, cuenta con un Director responsable para la prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, designado como Oficial de Cumplimiento y un Comité de Prevención y Control de Lavado de Activos y Financiación del terrorismo.

A fin de reforzar su compromiso de lucha contra el Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, nuestra entidad presta especial atención al conocimiento de las políticas y directivas emanadas de los organismos nacionales e internacionales en la materia. En virtud de lo expuesto, Banco Patagonia ha establecido una política de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo que incluye:

- » Una Gerencia de Prevención del Lavado de Activos que reporta funcionalmente al Directorio y en particular al Oficial de Cumplimiento y opera en relación matricial con la Gerencia Ejecutiva de Gestión de Riesgos.
.....
- » Auditorías internas y externas que supervisan que las políticas y procedimientos de la entidad se encuentren adecuadas a la normativa vigente.
.....
- » Políticas de colaboración con los organismos de aplicación de la normativa y resoluciones vigentes.
.....
- » Capacitación periódica a todos los colaboradores de la entidad sobre la materia.
.....
- » Un sistema automático e integral de monitoreo para detectar operaciones sospechosas.
.....
- » Cruces periódicos contra las listas terroristas obligatorias.
.....
- » Nuestra Entidad no tiene como clientes a "shell banks", "shell companies" ni abre cuentas anónimas.

Código de Ética

El Código de Ética refuerza la credibilidad de Banco Patagonia en la sociedad y facilita la aplicación de sus Valores y Principios, que están basados en la integridad, la transparencia, la responsabilidad profesional, económica y social.

Además, establece las pautas de actuación de todos los colaboradores de Banco Patagonia tanto en su desempeño profesional cotidiano, como en las relaciones con los clientes, accionistas, proveedores, colaboradores externos y con cualquier otro ámbito de influencia de su actividad. Existe un canal para denuncias anónima dentro de dicho código.

Política comercial proyectada y aspectos relevantes de la planificación empresarial, financiera y de inversión

El Banco mantiene, a través de los años, un destacado desempeño en el sistema financiero argentino.

Cuenta con una red de distribución física de alcance nacional que permite atender las necesidades de los clientes y atraer a los potenciales que pudieran surgir. Es una de las pocas entidades con presencia física en todas las provincias argentinas. La red de distribución está balanceada entre el Área Metropolitana Buenos Aires y el interior del país.

Opera como un banco universal con una importante presencia en el segmento de individuos, agronegocios, pequeñas y medianas empresas como así también grandes empresas y corporate. A través de su amplia red de distribución, el banco ofrece, en forma eficiente, una variada gama de productos y servicios a más de 900.000 clientes activos.

Entre los aspectos que lo distinguen, se destaca la sólida posición financiera, la amplia gama de productos financieros y de mercado de capitales, siendo la entidad líder en la estructuración, colocación y administración de fideicomisos financieros con oferta pública.

En relación con la estrategia, el Banco se ha concentrado en el otorgamiento de asistencia crediticia a individuos de pequeñas y medianas empresas, segmentos que ofrecen significativas oportunidades de crecimiento a sus negocios, como así también en clientes del área Corporate, negocio que se fortaleció durante el presente ejercicio, ofreciéndoles una importante variedad de productos.



Impacto Económico

	<i>Unidad</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>
» Personal			
Colaboradores	Cantidad	3.133	3.224
Inversión en personal	En Millones de \$	48,114	61,221
» Clientes			
Personas	Cantidad	790.099	868.153
Empresas	Cantidad	23.669	25.953
» Productos y Servicios			
Préstamos Totales	En Millones de \$	11.053	16.031
Préstamos al Sector Priv. no Financiero	En Millones de \$	10.520	15.634
Personas	En Millones de \$	2.301	2.917
Empresas	En Millones de \$	8.219	12.717
Tarjetas de Créditos (plásticos)	Cantidad	653.111	743.871
» Participación de Mercado			
Depósitos Totales (S Privado)	%	3.5%	3.4%
Préstamos Totales (S. Privado)	%	3.6%	3.9%
» Accesibilidad y Canales			
Sucursales (Total País)	Cantidad	147	161
Centros de Atención	Cantidad	25	25
» Canales Alternativos			
Cajeros Automáticos	Cantidad	398	460
Transacciones de Autoservicio	Cantidad	234.365	240.914
Transacciones de Patagonia E-bank	Cantidad	4.545.351	4.396.312
Transacciones Patagonia Móvil	Cantidad	36.798	195.643
» Impuestos Pagados			
Impuesto a las Ganancias	En millones de \$	351	569
Impuesto a los Ingresos Brutos	En millones de \$	142	219
» Información Financiera			
Ingresos Operativos Netos	En millones de \$	758	1.024
Resultado Neto del Ejercicio	En millones de \$	612	885

Impacto Social

La inversión social del ejercicio fue de más de \$4 millones de pesos, de los cuales \$1.048.430 se destinaron a proyectos de crédito fiscal del Instituto Nacional de Educación Tecnológica y \$1.437.021 a la Ley de Promoción Cultural de Mecenazgo de la Ciudad de Buenos Aires.

La inversión restante - directa - se destinó a otros proyectos en los ámbitos de la educación, la cultura, el deporte y la preservación del medio ambiente.

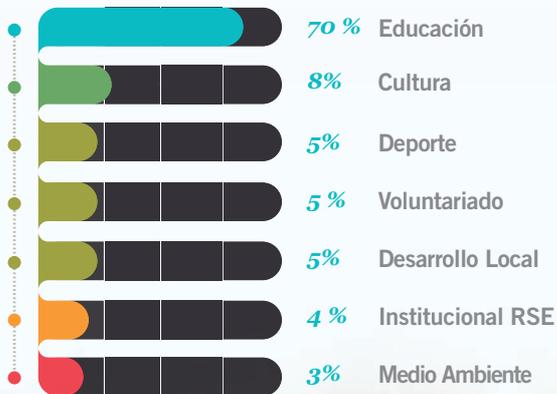
» Inversión Social Indirecta

		2011	2012
Proyectos INET	Millones de \$	\$1.600.000	\$1.048.430
	Cantidad	16	6
Ley de Mecenazgo	Millones de \$	\$814.648	\$1.437.021
	Cantidad	10	16

» Inversión Directa

Educación, Cultura, Deporte y Medio Ambiente	Millones de \$	\$1.515.000	\$1.648.052
--	----------------	-------------	-------------

Total de Inversión Social		\$3.929.648	\$4.133.503
----------------------------------	--	--------------------	--------------------

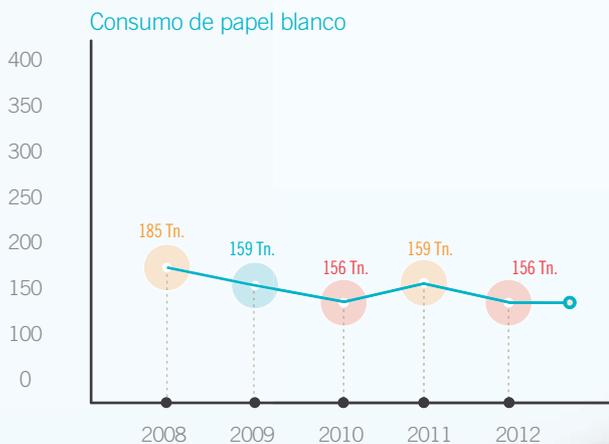
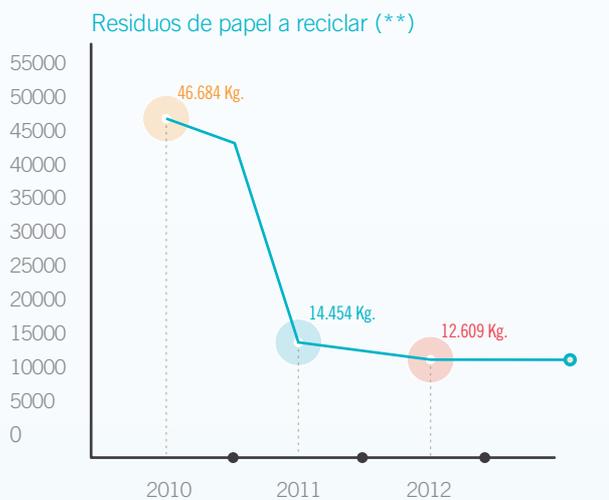


Impacto Ambiental

	2011	2012
		
» Reciclado de papel enviado al proveedor Ecosol	14.500 Kg ^(*)	12.609 Kg ^(*)
» Residuos Especiales (baterías de UPS)	1.580 Kg	1.345 Kg
» Campaña de recolección de tapitas	65 Kg ^(*)	229 Kg ^(*)

(*) Solo áreas centrales Torre Banco Patagonia (Av. de Mayo 701) y Casa Central (Perón 500).

Consumo de Resmas de Papel Blanco (sólo áreas centrales)



(**) La reducción de los volúmenes en este punto, es consecuencia del éxito de la campaña de ahorro de papel.

06. Clientes

Un Banco universal

Somos un banco con fuerte posicionamiento en los segmentos de pequeñas y medianas empresas, agronegocios, grandes empresas, personas y Corporate.

Personas

900.000 clientes activos.
Permanente búsqueda de nuevos beneficios y servicios para nuestros clientes.

Segmento Finanzas

Inversores institucionales locales.
Relaciones internacionales.
Negocio de administración de fondos en crecimiento.

Sector Público

Atención a organismos nacionales, provinciales y municipales.
Agente financiero de la provincia de Río Negro.

Empresas

25.000 pymes y grandes empresas.
Diversos sectores de la producción.
Foco en economías regionales.

Corporate

Desarrollo del segmento incentivando la relación Argentina-Brasil.
Apertura de nuevos mercados.

Mercado de Capitales

Evolución permanente del sector.
Líderes en la emisión de títulos valores en el mercado primario.
Más de 313 emisiones por más de \$ 13.900 millones.



Red y Distribución

Red de Sucursales

La Red, continúa creciendo de acuerdo al plan de negocios establecido por la Entidad y detentando un modelo de atención personalizado como una característica distintiva. Actualmente, es conducida desde dieciséis Gerencias Regionales.

Es un objetivo clave expandir la presencia del Banco en plazas estratégicas, lo que permitirá acercarse a los clientes e incorporar nuevas relaciones comerciales.

Durante 2012, la expansión de la Red fue producto de la apertura de 14 sucursales: Cerrito (CABA), Tribunales (CABA), Venado Tuerto (Santa Fe), Villa María (Córdoba), Luján de Cuyo (Mendoza), Tortuguitas (AMBA), Luján (Buenos Aires), Orán (Salta), Monserrat (CABA) Berazategui (AMBA) Coronel Suárez (Buenos Aires), Chivilcoy (Buenos Aires), Rawson (Chubut) y Plottier (Neuquén).

Infografía



- » 161 Sucursales
- » 25 Centros de Atención



- » 368 Cajeros Automáticos en sucursales
- » 92 Cajeros Automáticos en otras localizaciones

Banco Patagonia se comprometió, desde sus inicios, a suprimir las barreras físicas para personas con discapacidad motriz. Hoy, el 99% de sus sucursales son accesibles.

Canales Electrónicos y Alternativos de venta

El grado de utilización de estos medios por parte de los clientes, mantuvo una tendencia creciente.

En la actualidad, se cuenta con múltiples canales de atención, de transacción y de venta destinados a satisfacer las necesidades tanto de personas físicas como de empresas. Entre los canales electrónicos se encuentran:

- » La Red de Cajeros Automáticos Patagonia 24
- » Las terminales de autoservicio (TAS)
- » La banca telefónica Patagonia en línea
- » El servicio de Internet banking Patagonia e-bank
- » El servicio de banca accesible a través de teléfonos celulares, Patagonia Móvil

Cajeros Patagonia 24

A fines de 2012, la red de cajeros Patagonia 24 cuenta con 460 cajeros automáticos, abarcando tanto la red de sucursales como así también posiciones estratégicas, distribuidos de la siguiente forma de acuerdo a zonas geográficas:

- 114 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- 65 en Gran Buenos Aires
- 281 en el interior del país

Terminales de Autoservicio (T.A.S)

A diciembre 2012 el Banco contaba con 223 TAS instaladas, mostrando un crecimiento del 17% respecto al año pasado.

La mejora en el servicio ha sido evidente, más de 200.000 transacciones de depósitos y pagos de tarjetas se realizaron en los lobbies de las sucursales del Banco.

Patagonia e-bank

La puerta de acceso a los canales transaccionales e-bank Personas junto con e-bank Empresas es el web site www.bancopatagonia.com.ar, cuyo contenido esta orientado a brindar fácil acceso a los productos, novedades y beneficios del Banco.

Durante dicho período, a través del canal e-bank Personas se superaron los 210.000 clientes activos, lo cual representa un crecimiento del 35 % respecto al 2011.

Patagonia Móvil

Se trata de un servicio diferencial en el que los clientes pueden realizar consultas, pagar servicios y efectuar transferencias de dinero de manera simple y rápida a través de su teléfono celular, en cualquier momento y desde cualquier lugar.

Patagonia Map

Se trata de un servicio de geolocalización en el que los clientes pueden localizar todos los cajeros, sucursales y beneficios que el banco les ofrece, de manera simple y rápida a través de su teléfono celular, en cualquier momento y desde cualquier lugar donde se encuentre.

Entre los canales alternativos de venta podemos citar:

Telemarketing

El canal realiza la venta de Préstamos Personales telefónicamente alcanzando un total de \$92 millones, lo que representa un 4.35% de la colocación total del Banco, asimismo gestionó y direccionó a Sucursales un total de \$128 millones. La gestión alcanzada en cuanto al total de productos transaccionales (Tarjetas Titulares, Tarjetas Adicionales, Paquetes) durante el presente año fue de 7400 productos.

Centro de Contacto

Centro de Inversiones Patagonia

Durante el 2012, el Centro de Inversiones incrementó un 27% su cartera respecto al año 2011, definiendo el año con mayor crecimiento en la historia del sector desde su inicio en 2007.

Patagonia en Línea

Durante 2012 la Banca Telefónica realizó la atención de un total de 9.5 millones de llamados. Se ha dado respuestas a 100 mil consultas, trámites y reclamos realizadas a través de la Web.



Negocios con Personas

Consolidando el modelo de negocios que el **Segmento de Personas** construyó en los últimos años, durante 2012 los esfuerzos se mantuvieron concentrados en fortalecer la “visión cliente”, profundizando el conocimiento de cada segmento.

En este sentido, se avanzó en optimizar cada propuesta de valor, con el propósito de maximizar la experiencia del cliente, de acuerdo a sus exigencias y expectativas.

En Febrero 2012, se amplió la oferta de productos del **Segmento de Renta Alta**, con la incorporación de la tarjeta de crédito MasterCard Black al paquete Plus Premium. Asimismo, se desarrollaron beneficios preferenciales que abarcan tanto descuentos en los rubros más relevantes de consumo de este grupo de clientes como el lanzamiento de “Experiencias Plus”, un programa de viajes con propuestas únicas y exclusivas.

Por otro lado, se avanzó en el lanzamiento de una propuesta específica para el **Segmento Negocios y Profesionales**. El mismo se encuentra compuesto por clientes con actividad independiente y, dando respuesta a sus necesidades particulares, se diseñó la oferta y se reformuló el modelo de atención.

El **Segmento Joven** continúa siendo estratégico y, a través de Patagonia Universitaria, se genera el primer vínculo con el Banco. A medida que estos clientes se insertan en el mercado laboral, profundizan su relación con el banco a través de la propuesta de valor que más los identifique.

La fidelización de los clientes es un pilar fundamental del modelo de negocios fijado por la Entidad. El Programa de premios Club Patagonia, continúa en constante crecimiento tanto en la variedad de productos incorporada a su catálogo de premios, como en el uso y valoración de los clientes, con más de **100.000 productos canjeados**.

Alimentando este eje de fidelización, en 2012 se lanzó “**Patagonia Más**”, un nuevo programa de beneficios exclusivos y diferenciales en los rubros de mayor interés para clientes adheridos, comunicados a través de mensajes en su celular.



Negocios con Empresas

Continuamos consolidándonos como uno de los principales Bancos del sistema financiero en el negocio de Banca Empresas.

Durante 2012 se apoyó fuertemente el desarrollo de la Gerencia PYME , acompañándose con lanzamientos de múltiples acciones comerciales y el impulso del negocio de comunidades, generando una fuerte sinergia con otras áreas comerciales del Banco.

El resultado de esta gestión se tradujo la incorporación de más de 2.440 nuevos clientes activos.

De este modo, la Gerencia Ejecutiva de PyMes y Grandes Empresas quedó integrada con los negocios de los segmentos de Pequeñas y Medias Empresas (PYME), Agronegocios y Grandes Empresas.

Dentro del acuerdo global de negocios con GM (General Motors) y a través de GPAT Compañía Financiera, se continuó financiando a las concesionarias oficiales de General Motors Argentina y concretando importantes negocios transaccionales con las mismas.

En el marco del desarrollo de acciones tendientes a fidelizar al cliente, se han continuado realizado diversos eventos y acciones comerciales de carácter social y deportivo. Dichas acciones permitieron el contacto directo de los clientes con los ejecutivos del Banco, como fueron las Jornadas Político-Económicas en diversas regiones del país, torneos de golf, participación en el circuito de Super TC2000, entre otros.

Productos Empresas y Transaccionales

El Banco logró por sexta vez consecutiva la certificación ISO 9001 del servicio de Pago a Proveedores, uno de los principales diferenciales del producto para seguir siendo competitivos en un mercado cada vez más exigente.

Se introdujeron mejoras en la plataforma web para proveedores, que tienen como objetivo brindar mayor información de los pagos y un nivel de seguridad adicional en la entrega de cheques en sucursales.

Comercio Exterior

Implementamos el nuevo producto Boleto electrónico, instrumento de pago Transferencias al exterior, a través de acciones comerciales y comunicacionales.

Se destacan entre ellas: desayunos brindados a los principales clientes de las diversas regiones de nuestra Red de sucursales, acompañamiento en la implementación del nuevo servicio electrónico, piezas de marketing y capacitaciones internas sobre el producto para su venta y asesoramiento.



Productos Activos

Se continuó con la administración de importantes líneas de financiamiento y de subsidio, tanto del mercado internacional (IFC), como del mercado local (Sepyme, entre otras) dirigidos a acompañar a las empresas en el financiamiento de Inversión y Capital de Trabajo a corto y mediano plazo. Asimismo, se concretaron las primeras operaciones con clientes importadores en el marco de la línea Exim pos Embarque del BNDES (Banco Nac.de Desarrollo Económico y Soc. de la Rep. Federativa del Brasil).

Sector Público

Se continuó durante el año 2012 consolidando las relaciones con las nuevas autoridades del Sector Público Nacional, Provincial y Municipal, fortaleciendo los vínculos institucionales establecidos con anterioridad, y acompañando en muchos casos las transiciones de gestión de las diferentes administraciones, incluso como Agente Financiero.

Se ha continuado el desarrollo de los vínculos que Banco Patagonia tiene con las Instituciones de Educación Superior. Se incorporaron las Universidades Nacionales de Moreno y Arturo Jauretche, como así también Entidades Profesionales relacionadas con el segmento.

Como agente financiero de la provincia de Río Negro, se habilitaron 180 agencias de recaudación exclusivamente en el territorio de la Provincia de Río Negro, logrando ampliar en el transcurso de 3 meses casi el 50% de las transacciones realizadas en las sucursales bancarias.

En materia de financiamiento y promoción del desarrollo local, se ha suscripto con la Provincia de Río Negro un convenio de colaboración recíproca para otorgar a PyMEs líneas de crédito con tasa subsidiada cuyo destino sea inversión productiva y adquisición de bienes de capital. Asimismo, se ha trabajado en la asistencia crediticia para la adquisición de bienes de capital a numerosos Municipios de la Provincia, con el objetivo de renovar el parque automotor.

Segmento Corporate

El año 2012, correspondió al primer ejercicio completo de la Gerencia Ejecutiva de Empresas Corporate en Banco Patagonia. La misma fue creada con el objeto de ser el desarrollador de negocios local de Banco do Brasil, atendiendo aquellas compañías con relación en Corporate o Large Corporate en Banco do Brasil.

La Gerencia se encuentra organizada en cinco segmentos de negocios:

- Automotrices, Autopartes y Transporte
- Comercio, Tecnología y Servicios
- Industrias, Química y Laboratorios
- Infraestructura y Siderúrgica
- Petróleo, Agronegocios y Alimentos



07. Colaboradores

Nuestros colaboradores

En el mes de octubre de 2012 se llevó a cabo la **Encuesta de Clima Organizacional** cuyo principal objetivo fue conocer la opinión y el grado de satisfacción de los integrantes de Banco Patagonia en relación a diversos aspectos que conforman el trabajo cotidiano de todos.

Finalizado este proceso y habiendo obtenido un alto grado de participación (89%), fueron comunicados los resultados de la encuesta y los pasos a seguir en función de los principales emergentes del mismo.

Para realizar la encuesta se contrató una consultora externa que fue la que procesó los datos. Como metodología, se le asignó a cada colaborador una clave única provista por la consultora lo que aseguró la total confidencialidad de las respuestas. La misma se realizó de forma anónima a través de una plataforma online.

Encuesta de clima organizacional 2012



Sobre más de 3000 colaboradores



Como Fortalezas y Oportunidades de mejora podemos mencionar:

● Fortalezas

Liderazgo: habilidades técnicas del líder
 Compromiso: por parte de los colaboradores
 Institucional: confianza en el buen futuro de la organización

● Oportunidades de mejora de alta prioridad

Liderazgo en la Gestión de Personas
 Procesos de integración y cooperación entre áreas
 Comunicación
 Poder de Decisión
 Reconocimientos
 Capacitación



Gestión del Desempeño

La herramienta de Gestión del Desempeño, entendida como un proceso comunicacional, refuerza y acompaña el desarrollo de las personas dentro de la organización. Constituye una tarea permanente de quienes asumen la responsabilidad de conducir equipos de trabajo y es una oportunidad para que cada integrante del Banco pueda agregar valor a su gestión diaria.

Este año se llevó adelante la implementación del módulo de evaluación de Meta4 permitiendo realizar el proceso de **Gestión del Desempeño a través del nuevo sistema de Autogestión del Empleado**. Por noveno año consecutivo, la Gestión del Desempeño nos permitió agregar valor a la tarea diaria, teniendo al desarrollo de los colaboradores como objetivo fundamental.

Empleos y Oportunidades Laborales

Nuestra Organización ha establecido, que para cubrir cualquier posición faltante en la estructura organizacional, primero se da prevalencia a candidatos internos que reúnan las condiciones necesarias para cubrir dicha vacante.

Para cumplir con este objetivo, se encuentra implementado un proceso de **búsquedas internas**, las cuales se publican a través de Intranet, en una sección dedicada específicamente a informar las características de los perfiles que se requieren, junto con una breve descripción de las tareas de la posición y el requerimiento de que los postulantes cuenten con un año de antigüedad laboral en la Organización.

El proceso incluye entrevistas individuales y/o grupales de todas las personas que se han postulado para la búsqueda, publicándose luego la persona que ha sido seleccionada. De esta manera, el proceso de búsquedas internas se realiza con claridad y transparencia, así como también brinda igualdad de oportunidades de desarrollo y satisface la demanda de personal privilegiando los recursos humanos que hoy en día están insertos en la organización.

Durante 2012 se **más de 200 acciones de desarrollo de colaboradores** que accedieron a nuevas posiciones a través de Búsquedas Internas (23 búsquedas publicadas) o promociones internas. Para acompañar este proceso, el **Canal de Orientación Laboral** brindó asesoramiento personalizado a 39 colaboradores, acumulando un total de 129 consultas desde su creación, teniendo en cuenta que parte de las consultas dieron respuesta a la cobertura de diferentes necesidades en la Organización.

Se incorporó nuevo personal a través de procesos de selección especializados generando un incremento de dotación de más del 2,90% en relación con el año anterior, dando respuesta al crecimiento sostenido de la estructura organizacional del Banco.



Acciones de Capacitación

Las acciones de capacitación realizadas durante el año se orientaron a brindar herramientas esenciales para el desempeño más eficiente de las tareas asignadas a cada posición y función dentro del Banco.

Se brindaron actividades de formación a gran cantidad de colaboradores a través de cursos, talleres, becas y programas especiales.

Se inscribieron más de 136 empleados en aproximadamente 169 actividades de capacitación externas sobre temáticas propias de la actividad y se dictaron 38 programas de capacitación interna, superando las 2.000 horas de formación presencial. A su vez, en 2012 se amplió la oferta de cursos de **e-learning** en un 23% respecto del año anterior, sumando en total 59 actividades brindadas bajo esa modalidad, lo que nos da la ventaja de seguir acercando contenidos didácticos y actualizados a todos los rincones del país.

Por otro lado, hacia finales de octubre de 2012 se dio inicio al **Plan de Carrera para Responsables Administrativos y Cajeros Principales**. El objetivo de este nuevo programa fue identificar y capacitar a aquellas personas que por su potencial de desarrollo pueden cubrir las futuras aperturas que el Banco planea realizar en el Interior del país, acompañando el plan de crecimiento de la Red de Sucursales. Se realizaron 2 ediciones del programa con la participación de 15 colaboradores en total.

	<i>Participantes 2011</i>	<i>Horas de Capacitación</i>	<i>Participantes 2012</i>	<i>Horas de Capacitación</i>
Capacitación Interna	2513	1618	2219	2103
Capacitación Externa	149	2213	173	2140
E - learning	0	0	7380	10791

Datos acumulados desde el 2007. **28.755 participantes y **37.884** hs de cap. virtual.*



A fin de promover el desarrollo de los colaboradores con alto potencial, el Banco brinda la posibilidad de acceder a becas de estudio de carreras vinculadas con el ámbito laboral.

Existen tres modalidades de becas:

- Becas de estudios de grado, cuya cobertura incluye el pago de hasta el 70% de los gastos de matrícula y aranceles mensuales.
- Becas de estudios de Postgrado o Master, cuya cobertura incluye hasta el 50% de los gastos de matrícula y aranceles mensuales.
- Otras, generalmente programas de formación, cuya cobertura incluye hasta el 100% de los gastos.

En este sentido, se otorgaron 43 becas para carreras de grado, 6 para el **Programa de Gerenciamiento Bancario** dictado por la Universidad Torcuato Di Tella y ADEBA, 14 para carreras de posgrado o maestrías, y 15 becas para otros programas de formación académica organizados por ADEBA y la Universidad Católica Argentina.

Tipo de Beca	2010	2011	2012
Becas de Grado	50	49	43
Beca de Postgrado	23	19	14
Otras Becas	20	27	21
Total	93	95	78



Programa de Jóvenes Profesionales Interno y Externo

Desde el año 2000, Banco Patagonia desarrolla el Programa de Jóvenes Profesionales.

Durante 9 meses, los participantes tienen la oportunidad de recibir un plan de formación específico, con el objetivo de ocupar posteriormente una posición en la organización. La complejidad del Programa les otorga una visión integral del negocio, sumado a la adquisición de un alto nivel de performance.

Cada joven profesional cuenta con la asignación de un tutor que lo acompaña en el proceso de aprendizaje y también con distintos referentes durante la rotación por los sectores más significativos del Banco.

El proceso de evaluación consiste en la presentación de diferentes informes y reportes de desempeño, cuyo objetivo es generar una visión interdisciplinaria para mantener la objetividad al momento de definir la incorporación del joven profesional al Banco una vez concluido el Programa.

A su vez, los jóvenes profesionales deben realizar un trabajo monográfico final, donde se plasma la interrelación de los sectores en una visión global del negocio.

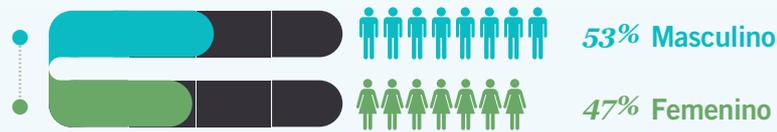
En línea con las acciones de formación y aprendizaje mencionadas, en el segundo trimestre finalizó la décima edición del Programa de Jóvenes Profesionales con 9 participantes de distintas localidades del país.

Los participantes, provenientes del mismo Banco y del mercado, rotaron por distintas áreas y sucursales para conocer la dinámica organizacional. Una vez finalizado el mismo, los jóvenes se incorporaron a diferentes sucursales como Ejecutivos de Negocios.

Jóvenes Profesionales 2012



Composición de la población del Banco por Género



Composición de la población del Banco por Edad



Composición de la población de Banco por Antigüedad



Relación con Colaboradores

Durante 2012 se realizaron distintas actividades recreativas y se continuó con el desarrollo del programa de beneficios destinado a colaboradores del Banco.

Se amplió la oferta de actividades recreativas con opciones novedosas en las áreas de fotografía, arte, teatro, cocina y yoga. También se implementó un Fotoclub mediante una plataforma web, que permitió integrar a los colaboradores de distintos lugares del país que comparten este hobby. Por otra parte, se organizaron charlas sobre primeros auxilios (RCP) y alimentación saludable, tanto en Buenos Aires como en distintas sucursales del interior del país.

Como todos los años, el Banco participó en distintas Maratones, algunas de ellas con fines solidarios, mediante la presencia de los colaboradores que integran el Running Team y de otros colaboradores de nuestra Organización. Algunas de las maratones en las que el Banco estuvo presente fueron Unicef, Fiestas Mayas, Chevrolet, YMCA-UTN, Avellaneda y Hospice San Camilo, entre otras.

Se continuaron entregando obsequios por graduaciones en carreras universitarias, bodas y nacimientos de los hijos de empleados. Asimismo, se entregaron, en reconocimiento a la trayectoria, importantes presentes para aquellos colaboradores que cumplieron 25, 30, 35 y 40 años en la organización. De esta forma, el Banco acompañó a sus colaboradores en muchos de los momentos importantes de su vida.

Algunas actividades se orientaron a los hijos de los empleados, como por ejemplo la entrega de kits con útiles para todos los hijos en edad escolar, y regalos por el Día del Niño para los chicos de hasta 12 años de edad. Por otra parte, el Concurso de Dibujos contó con la participación de 227 chicos y los dibujos ganadores ilustraron las tarjetas enviadas a clientes y proveedores del Banco con motivo de las fiestas de fin de año.



BANCO PATAGONIA

En octubre se celebró el Día de la Familia, con la participación de 1700 chicos y grandes que disfrutaron de un día en un parque de diversiones y con más de 500 personas que compartieron una jornada con distintas actividades destinadas a los chicos en diversos lugares del interior del país. Además, los hijos de nuestros colaboradores visitaron y compartieron la merienda en las oficinas o sucursales donde trabajan sus papás.

Para fin de año, se realizó la Fiesta Institucional en la ciudad de Bahía Blanca, con la asistencia de colaboradores de sucursales de la zona. Por otra parte, se celebró la llegada del nuevo año en un encuentro en la ciudad de Buenos Aires para empleados de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, además de reuniones organizadas localmente en el resto del interior del país.

Por último, a través del Programa de Asistencia al Empleado se continuó proporcionando acompañamiento a colaboradores y familiares directos, ante diversas situaciones tales como siniestros, enfermedades, y problemáticas particulares. Desde su creación, el Programa lleva abordados más de 400 casos.

Además todos los colaboradores del banco pueden acceder a los productos y servicios que presta el banco como préstamos, tarjetas de créditos, seguros y el otros beneficios como Patagonia Más.



Calidad x Todos



Continuamos fomentando la participación activa de todos los empleados mediante el **Programa de Referentes de Calidad**, conformado por una red de **258 integrantes** en todo el país **con un crecimiento del 14,2 % en participación durante 2012**.

En lo que hace al Programa de Sugerencias de Colaboradores, que **a la fecha ha recibido 1109 sugerencias** (370 iniciativas implementadas o en proceso de implementación y 528 en análisis). Caben destacar dos aspectos en relación al **Programa de Sugerencias**: hemos tenido el mayor nivel de participación por empleado de los últimos tres años y efectuando un proceso de comparación (benchmark) con empresas grandes que cuentan con programas de este tipo, se sigue observando un buen nivel de participación de sugerencias con un incremento del 35,5% respecto del período 2011.

Continuamos generando nuevos y diferentes espacios de diálogo, reflexión, capacitación y mejora a través de los Programas de Desayunos de Calidad, Visita a Sucursales, Jornadas de Capacitación y Mesas de Trabajo, entre otras actividades, que permitieron potenciar la difusión y recolección activa de información. Gracias a ellos, se pudieron poner en práctica nuevas acciones de mejora.

En este punto, a lo largo del año, se realizaron alrededor de 200 actividades de calidad en las que participaron más de 700 colaboradores (un 60% más que 2011), de diferentes niveles y sectores. Dichas actividades hicieron foco en la visión integrada del negocio, la actitud de atención al cliente, la difusión del plan de calidad del Banco.

Se consolidaron mediciones objetivas de calidad de atención al cliente. En este sentido, se desarrolla la Consulta de Calidad de Atención al Cliente Externo 2012 por tercer año consecutivo. Destacamos que a partir de dicha consulta, se propusieron, priorizaron y validaron las acciones que conforman el "Plan Integrado de Calidad 2012".

En lo que respecta al sistema de gestión ISO9001, se continúa trabajando en conjunto con la Gerencia Ejecutiva de Medios Operativos y las áreas involucradas, en la revisión de los procesos certificados:

Pago a Proveedores, Plan Sueldos y Custodia de Títulos, habiendo cumplimentado el proceso de certificación para Atención de Quejas y Reclamos de Clientes.

Desde el Comité de Calidad se impulsaron diferentes iniciativas en pos de materializar los objetivos propuestos.



Comunicaciones internas

En 2012 se trabajó en la gestión y administración de las comunicaciones que tienen por destinatarios a los colaboradores del Banco. Entre las acciones destacadas, se publicaron nuevas ediciones de la revista interna "Punto de Encuentro" y su suplemento para los hijos de los colaboradores "Chicos al Ataque", cuya distribución a todo el personal ofreció contenidos y diseños renovados.

También, se desarrolló un brochure interno que reflejó las oportunidades de crecimiento dentro del Banco y, a través de su contenido, se publicaron todas las Acciones de Desarrollo ocurridas en el marco de la Red de Sucursales.

A su vez, acompañando el proceso de nuestra Encuesta de Clima Organizacional, se desarrollaron diferentes piezas comunicacionales a lo largo de dicho proceso, y adicionalmente se elaboró un tríptico que fue distribuido a todo el personal, informando los principales resultados de la encuesta y los próximos pasos, en función de los principales emergentes de la misma.

Además, se informaron las novedades a través de correos internos (Bptodos) y por medio de la sección de Desarrollo Humano en Intranet, que acumuló más de 570.000 páginas vistas a lo largo de todo año y cuyas secciones más visitadas fueron: "Búsquedas Internas", "Descuentos para empleados" y "Cumpleaños", entre otras.

Las carteleras internas también acompañaron las diferentes campañas comunicacionales que se llevaron adelante: Encuesta de Clima Organizacional 2012, Autogestión del Empleado, Nuevas Búsquedas Laborales, Próximas Aperturas de Sucursales, etc. Por último, como todos los años, el sector participó del armado y la revisión de contenidos del Informe de Responsabilidad Social Empresaria.

Cultura

Nuestra intranet cuenta con un espacio dedicado a la cultura, cuyo objetivo es mostrar y dar a conocer el arte en todas sus expresiones.

Durante el año se realizó un concurso donde todos los colaboradores del país estuvieron invitados a participar respondiendo preguntas vinculadas con el ámbito de la cultura y el arte. Los ganadores recibieron obras de reconocidos artistas como Juan Astica, Silvia Gurfein y Ana Casanova.



08.Sociedad

Nuestros proyectos están orientados a generar un impacto positivo en la sociedad. Por eso buscamos agregar valor en aquellos ámbitos que consideramos son indispensables para el desarrollo humano. El acceso a una educación digna y de calidad, la promoción de la cultura, el deporte para una mejor calidad de vida y el cuidado y preservación del medio ambiente.

Para llevar adelante nuestra participación en la sociedad desarrollamos programas que llevamos adelante junto a organizaciones especializadas en cada uno de los ámbitos antes definidos. Además, acompañamos los programas de organizaciones sociales que se adaptan a nuestra estrategia de Responsabilidad Social.

Priorizamos aquellos proyectos que agreguen valor y promuevan el desarrollo local.

Régimen de Crédito Fiscal

El crédito fiscal es un instrumento destinado a financiar proyectos de capacitación en recursos humanos y adquisición de equipamiento para establecimientos educativos, vinculando de esta manera los ámbitos de la educación y el trabajo.

En 2012, patrocinamos **6 proyectos socioproductivos** por un monto de **\$1.048.430**

- **Buenos Aires**

- *Centro de Formación Rural El tejado DIEGEP Nro. 4251*

- Equipamiento de un invernáculo para la capacitación en producción bajo cubierta

- **Formosa**

- *Institución Superior de Formación Docente Continua y Técnica Víctor Manuel Almenara*

- Fortaleciendo la producción ganadera local a partir de la mejora del factor nutrición.

- **Formosa**

- *Núcleo Educativo y Formación Profesional Nro. 20 María Cristina*

- "Nosotros Somos Capaces"

- **Formosa**

- *Núcleo de Educación Permanente y Formación Profesional Nro. 9*

- Actualización Siglo XXI

- **Jujuy**

- *Centro de Formación Agrícola*

- Riego Presurizado y Ferti-Irrigación de Cultivos



Fundación Cruzada Patagónica

Continuamos apoyando el trabajo de Fundación Cruzada Patagónica, y al "Programa de Padrinazgo de Jóvenes de Comunidades Rurales Mapuches y Criollas de Río Negro", renovando este año, el número de becas para 45 jóvenes. Desde que nos sumamos al programa en el 2009 ya hemos becado a más 180 jóvenes.

El fin del proyecto es contribuir a facilitar y mejorar el acceso a la educación secundaria de calidad y a la formación agrotécnica de jóvenes patagónicos, especialmente de comunidades rurales mapuches, reforzando también la permanencia educativa de los mismos.

Gracias a este apoyo y a la educación que reciben, tienen la posibilidad de ir formándose un futuro mejor, que les permita continuar sus estudios universitarios o realizar un emprendimiento productivo en sus comunidades.

Con el título de Técnico Agropecuario, los egresados pueden elegir seguir estudios universitarios, realizar algún emprendimiento productivo en sus comunidades o trabajar en empresas de la región.

TC 2000 va a la escuela

Desde 2009, Banco Patagonia es sponsor principal del programa **TC2000 Va a La Escuela**, logrando una presencia y cobertura a nivel nacional en cada ciudad y cada escuela.

Este programa educativo, toma como eje la concientización vial para explicar diversas áreas del conocimiento. A través de charlas didácticas, se explican los contenidos de los planes de estudio escolares, tanto primario como secundario, mostrando a la educación como un pilar fundamental en la formación del ser humano.

El ciclo TC 2000 va a la Escuela ya fue visto por 185.340 alumnos de 140 ciudades en 24 provincias de la Argentina. Lleva recorridos 148.754 kilómetros y ha visitado 623 escuelas. A lo largo de su historia, ya se realizaron 364 charlas y 190 jornadas.

El programa fue declarado de Interés Nacional por la Honorable Cámara de Diputados de la Nación, de Interés Provincial por las legislaturas respectivas y cuenta con la adhesión de la Secretaría de Deportes de la Nación. Ya suma 35 distinciones a nivel oficial, entre Interés provincial, cultural, educativo y general.

FUNDACION
CRUZADA
PATAGONICA



TC2000
Va a la Escuela



Fundación Cimientos

Banco Patagonia participa del "Programa de Becas Escolares" de la Fundación, cuyo objetivo es lograr la permanencia de chicos provenientes de familias de bajos recursos socioeconómicos en el sistema educativo formal y contribuir a la mejora de su proceso de aprendizaje.

En este marco, se otorgan becas anuales individuales a niños y adolescentes que cursan la escuela secundaria, acompañándolos personalmente en su escolaridad y participando en Jornadas de Intercambio de los jóvenes.

En esta segunda etapa sostuvimos el cupo de becas en la localidad de Bariloche (Provincia de Río Negro), Villa La Angostura (Provincia de Neuquén) y Catamarca, para dar mayor sostenibilidad al proyecto. Gerentes de las sucursales de Bariloche y Mendoza, participan periódicamente de encuentros con los becados, brindando charlas sobre mercado e inserción laboral a la red de egresados.

Además, en Resistencia (provincia de Chaco), también acompañamos el programa de becas Cimientos junto a la **Asociación Demos**, quien forma parte del Programa de Alianzas Cimientos para ejecutar el programa de Becas Escolares Cimientos.

● Acompañamiento educativo

- Encuentros mensuales en la escuela a cargo de un profesional de Cimientos.
- Se trabaja sobre la importancia de la educación, se estimula el estudio, se observan sus carpetas y trabajos, y se orienta en estrategias para la mejora.
- Se hace seguimiento de asistencia a clase y conducta y de la utilización del dinero.

● Apoyo económico

- Aporte económico para compra de útiles, libros, ropa, etc. Se piden comprobantes de gastos y se realizan los pagos a través de una cuenta bancaria a nombre del responsable adulto del alumno.

● Jornada de encuentro de becados

- Cada alumno participa de una Jornada al año.
- Se organizan por zonas.
- Se trabaja para afianzar la conciencia de la importancia de la educación como medio de desarrollo y crecimiento personal.
- Participan los alumnos, el equipo de Cimientos, voluntarios y padrinos.



cimientos
construyamos desde la educación

Inclusión Social



Continuamos siendo principales patrocinantes del concurso "Nosotros Queremos...", en la provincia de Córdoba, Mendoza, Neuquén y Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cuyo objetivo es promover el desarrollo de acciones de compromiso y responsabilidad con la comunidad en alumnos que estén cursando el Ciclo de Especialización.

A través de esta iniciativa, favorecemos que los jóvenes tengan la oportunidad de comprometerse con la comunidad y su entorno, adquirir experiencias y aprendizajes que los vinculen con valores como el esfuerzo, la perseverancia, el respeto, la responsabilidad, la creatividad y el trabajo en equipo.

Este año, en su sexta edición, participaron más de **1400 jóvenes** llevando a cabo más de 100 proyectos solidarios.

La experiencia mejor lograda en Córdoba fue "Piensa en el Futuro" perteneciente al Instituto Secundario Charras, de la localidad homónima. Ellos plantearon realizar prácticas sustentables para la minimización de residuos y el reciclado.

En Mendoza la experiencia mejor lograda fue la de la escuela N° 4 -072 Federico García Lorca, de la localidad de Godoy Cruz.

Ellos se propusieron armar un lactario. Para esto, consiguieron un bus en desuso y pudieron reacondicionarlo para lograr su objetivo principal.



Patrocinamos Desafío Tucumán, que es el nuevo proyecto de la fundación. El mismo pretende ser un evento de alto impacto regional, con el objetivo de desarrollar el liderazgo emprendedor en adolescentes próximos a terminar la escuela media, y posicionar en la comunidad educativa y empresarial, la importancia de la difusión y transmisión de los valores del emprendedor en chicos y jóvenes. La primera edición de Desafío Tucumán, logro reunir a 70 chicos de entre 14 y 17 años.

También continuamos patrocinando la 10ª Rueda de Capitalización, que es uno de los eventos más importante de Junior Achievement, perteneciente al programa la Compañía JA. El mismo consiste en que jóvenes emprendedores de 16 y 17 años, expongan ante profesionales, empresarios y público en general, el plan de negocio de sus respectivas Compañías y vendan acciones con el objetivo de capitalizar sus empresas.

Programa "Socios por un día": participamos activamente en Córdoba, Santa Fe y Tucumán de este programa que permite que distintos jóvenes del último año del colegio secundario, acompañen durante toda una jornada de trabajo a un profesional del banco. El objetivo es acercar a los alumnos al mundo laboral y que reflexionen acerca de las habilidades y actitudes que deben desarrollar para realizar con éxito su futuro trabajo.

Programa Universidades

El Programa Universidades de apoyo a la educación superior, se sustenta sobre cuatro ejes de acción:

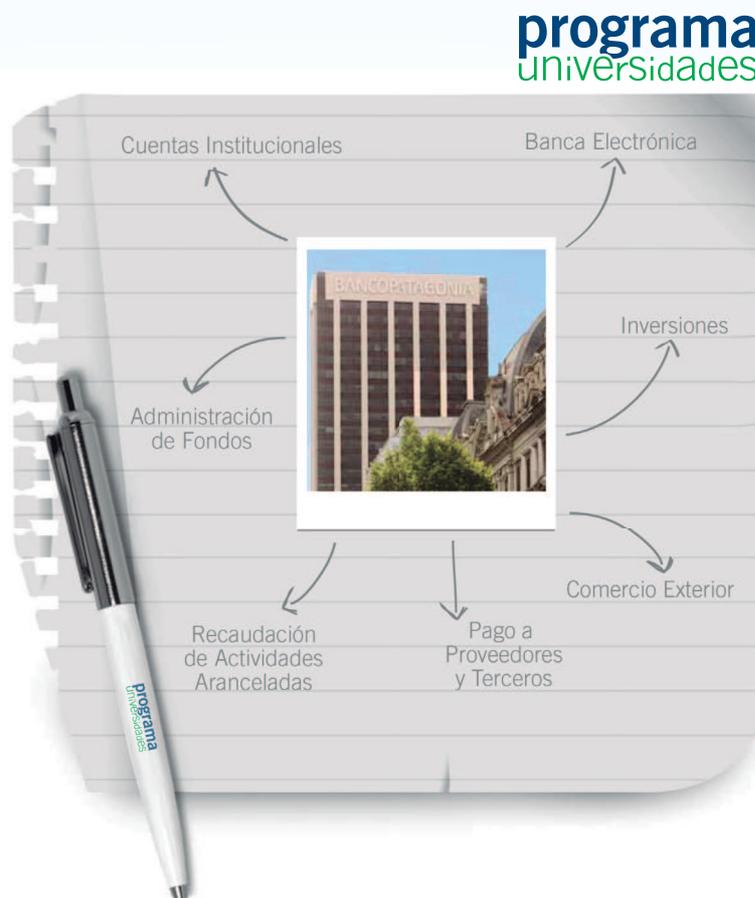
- Fortalecimiento de la relación institucional
- Docentes
- Alumnos
- Graduados

Se enfoca en trabajar junto a las áreas de extensión de las Universidades, en la promoción de actividades vinculadas a los ámbitos de RSE que promueve el Banco:

- Patrocinio de Becas para Alumnos
- Patrocinio de Capacitación para Docentes
- Fondo para la Investigación Científica y Tecnológica
- Reconocimiento al Desempeño Académico
- Equipamiento informático
- Incubación de Empresas
- Apoyo en actividades culturales y deportivas

Las acciones más destacadas en el año fueron:

- Programa “Reconocimiento al Mérito de Jóvenes Destacados de la Universidad Tecnológica Nacional”. Este programa, que transitó con éxito su cuarta edición, alcanza a los mejores promedios de cada una de las sedes regionales que la UTN tiene en diversas provincias.



BANCOPATAGONIA

Hemos auspiciado como todos los años de la "Prueba Aeróbica" organizada por la UTN Facultad Regional Buenos Aires, con el objetivo solidario de destinar el excedente de la recaudación, a la obra comunitaria de Asociación Cristiana de Jóvenes (YMCA).

Apoyamos la realización de "UNJU Prodis", iniciativa de la Universidad Nacional de Jujuy, con el fin de propender a la inclusión de alumnos con discapacidad, brindándoles mejor y efectivo apoyo para realizar el trayecto universitario, haciendo énfasis en la interfase sistema educativo secundario-universidad y en la inserción de dichos estudiantes en la sociedad, la recreación, el deporte y el mundo del trabajo.

Además, por tercer año consecutivo, hicimos entrega de premios a graduados de la Universidad de Jujuy destacados por su mérito académico.

También acompañamos continuamente la labor académica, de bienestar y extensión universitaria de la Universidad Nacional de la Rioja, Universidad Nacional de Cuyo, Universidad Nacional de Misiones, Universidad Nacional de Salta y Universidad Nacional de San Martín, otorgando un significativo apoyo económico anual destinado a fondos para becas de alumnos, becas de proyecto de investigación científica y equipamiento, actividades deportivas, culturales, organización de encuentros interuniversitarios, congresos y seminarios que hacen a la vida de estas prestigiosas instituciones.

Somos la principal entidad patrocinante de la Sinfónica Patagonia de la Universidad Nacional de Río Negro.

Como todos los años auspiciamos la tradicional Competencia Pedestre de la Universidad Nacional del Sur, evento deportivo reconocido en la ciudad de Bahía Blanca. En la misma Casa de Altos Estudios, hemos realizado la donación de una "Sprinter" para el transporte de los alumnos de la Escuela de Agricultura y Ganadería en los trabajos de campo. Asimismo equipamos el laboratorio de informática de la Escuela Normal Superior dependiente de esta Universidad, y durante el año colaboramos con diversos eventos académicos y de extensión universitaria, entre ellos, Jornada de Emprendedores Tecnológicos y diversos congresos y jornadas de índole académica e interés social.

Acompañamos por 2do año consecutivo en la realización de la Maratón de la Universidad Nacional de Avellaneda, realizada por esta Institución educativa que recientemente inicia su actividad académica y que se vinculó a Banco Patagonia a inicios de 2011.

Realizamos la donación de camisetas para el equipo universitario de Jockey femenino de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, y apoyamos la sede de Esquel de esta Universidad en la realización del XI Simposio en Educación en Física.

Auspiciamos uno de los eventos más importantes organizados por la Universidad Nacional de Moreno desde su génesis, el Congreso "Construyamos nuevas identidades y propuestas en la educación secundaria", Institución que recientemente inicia su actividad académica y que se vinculó a Banco Patagonia a inicios de 2012.



Apoyo al Desarrollo Local

Fundación Impulsar

Desde el año 2010 trabajamos junto a la Fundación Impulsar para poder llegar con su programa de formación a jóvenes emprendedores de diversas regiones del país.

Este año ambas instituciones y con el apoyo del Municipio de Villa La Angostura, implementamos el Concurso “Villa La Angostura Emprende. Concurso de Micro-emprendimientos Banco Patagonia- Fundación Impulsar” para emprendedores locales. El mismo fue declarado de Interés Municipal por el Consejo Deliberante de Villa la Angostura.

El concurso estuvo destinado a Emprendedores mayores de 18 años, sin recursos económicos y con escasa experiencia, para que pudiesen poner en marcha su propio proyecto productivo o de servicios y convertirse en económicamente autosuficientes.

Finalizado del curso de capacitación a cargo de la Fundación Impulsar, se evaluaron los proyectos presentados y se premiarán a los cuatro mejores con un crédito sin garantías e intereses.

Desde Banco Patagonia creemos que es de suma importancia unirse para potenciar en las personas la cultura del trabajo y la posibilidad de ser autosustentable, brindando apoyo a jóvenes que no tienen acceso a crédito ni a educación calificada.

Para los más de 30 jóvenes que participaron del concurso, el trabajo de la fundación y de Banco Patagonia, representó un importante puntapié inicial y la oportunidad de lograr un sueño para concretar su proyecto.



Invertir en Cultura

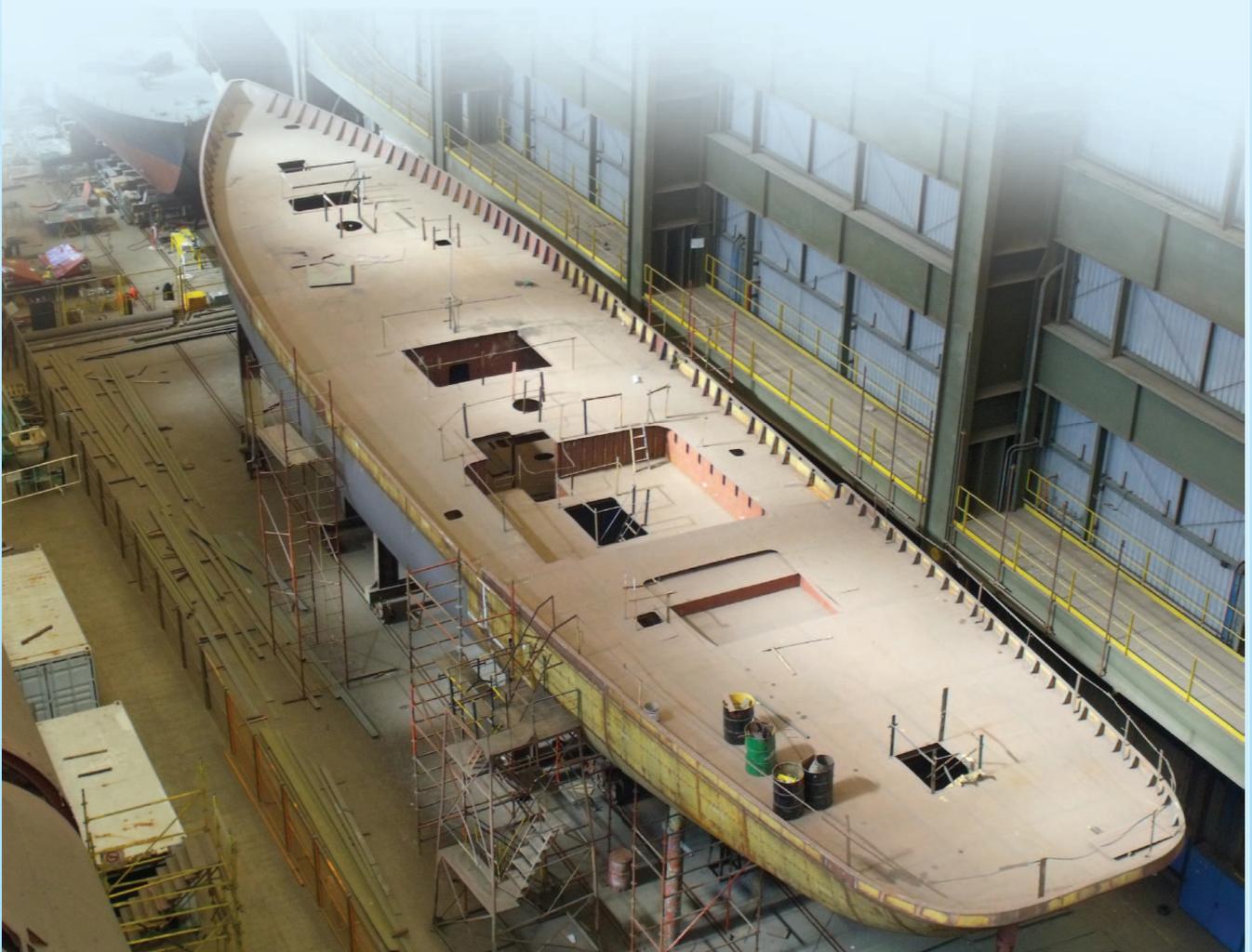
Ley de Mecenazgo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

La Ley de Mecenazgo tiene como objetivo fomentar el aporte privado a la cultura a través de beneficios fiscales, inspirados en la idea de que el fomento de la cultura es una inversión necesaria para el desarrollo social de la comunidad.

El régimen de esta ley, permite a las empresas y comercios que tributan en la Ciudad, destinar parte de lo que pagan en concepto del Impuesto sobre los Ingresos Brutos, directamente a proyectos culturales declarados de interés por el Consejo de Promoción Cultural y aprobados por el Ministerio de Cultura local.

Pueden presentar proyectos culturales personas físicas y también organizaciones sin fines de lucro.

Banco Patagonia, durante 2012, continuó apoyando la aplicación de la Ley de Mecenazgo. En el año, el aporte a los proyectos culturales enmarcados bajo esta ley, fue mayor al registrado en el informe anterior, superando el millón de pesos.



Los proyectos patrocinados fueron

- **AAGA - Asociación Argentina de Galerías de Arte:** Apoyamos la creación de la infraestructura, obras de montaje, ejecución de la producción y difusión institucional para el funcionamiento de Expotrastiendas que tras once años cambio el nombre por el de "Feria EGGO", con el objetivo de lograr que esta nueva propuesta llegue al público bajo un concepto que la obra de arte no es un bien inalcanzable. La feria se desarrollo en el mes de Noviembre en el Centro Cultural Recoleta.
- **Asociación Amigos del Museo Hispanoamericano Isaac Fernández Blanco:** Producción de la exposición "LA MUSICA EN LA FOTOGRAFIA DE TRES MAESTROS LATINOAMERICANOS: MARTIN CHAMBI, LEO MATIZ, PIERRE VERGER" Como continuación del ciclo de exposiciones fotográficas de nuestro museo dedicado a grandes maestros de la fotografía hispanoamericana y universal se presentará la primera exhibición de los maestros de la fotografía latinoamericana Martín Chambi (Perú) Leo Matiz (Colombia) y Pierre Verger (Brasil) sobre la "Música en América Latina". La muestra contó con alrededor de 90 fotografías que retratan nuestra América a través de imágenes ligadas a sus tradiciones musicales.
- **Asoc Amigos del Museo Etnográfico Juan B. Ambrossetti:** Continuamos acompañando la remodelación de su fachada.
- **Fundación Escuela Goleta del Bicentenario:** Este proyecto tiene como objetivos la educación, la RSE y la cultura por mantener viva la herencia marítima. Como misión, busca aprovechar de la navegación a vela capacitando a "no profesionales del mar". Y como acción social, que la navegación sea un medio de estímulo a personas con capacidades especiales o en recuperación de adicciones o tercera edad. El grado de avance del proyecto de la Escuela Goleta Santa María de los Buenos Ayres, se encuentra en un 40% para su construcción final.
- **ARQADIA:** El Programa ARQADIA es una iniciativa de selección y promoción de arquitectos y diseñadores jóvenes de Argentina. Su objetivo es descubrir y catalogar proyectos, diseños y obras que presenten características especiales tanto en su propuesta como en sus condiciones de realización. En Arqadia se entiende el diseño como una acción social y al servicio de las personas.
- **Asociación Amigos Museo de Arte Moderno (MAMBA):** Producción del Ciclo Video Arte
- **Museo Maguncia - Talleres de Papel y Grabado para Tercera Edad:** Este proyecto tiene como propósito realizar talleres para la tercera edad con el objetivo de que el arte sea un vínculo de realización que exprese todo aquello que sienten y que nos pueden expresar con palabras manteniendo una mejor comunicación con el resto de los individuos
- **AMIA:** Central de Recursos Online del Atentado a la AMIA de 1994
- **Asociación Don Bosco:** Continuamos apoyando el proyecto de restauración y puesta en valor de la Basílica María Auxiliadora y San Carlos con el propósito de mantener y preservar este edificio de valor patrimonial.
- **Fundación Universidad Torcuato Di Tella:** Proyecto Experimenta
- **El Muro II: "Arte intergeneracional en la ciudad",** se propone revalorización y mejora de la calidad de vida de las personas mayores en situación de riesgo social a través del arte. Este proyecto se lleva adelante junto a la organización Mensajeros de la Paz y la prestigiosa artista peruana Olga Luna.
- **Mozarteum Argentino:** Colaboramos con el fondo de becas, contribuyendo a la formación musical de jóvenes músicos del interior del país y ciudad de Buenos Aires. Gracias a este aporte 28 jóvenes músicos reciben una formación musical de primer nivel en el país y en el exterior.
- **Leer es Construir - El Auto Mágico:** El proyecto propone la realización de 160 talleres de difusión del libro y la lectura utilizando el Kit de la "Aventura con el auto mágico" en instituciones educativas públicas y/ o comedores comunitarios y bibliotecas de las zonas de mayor vulnerabilidad social de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Al mismo tiempo brindar capacitación a los docentes y otorgar gratuitamente a la institución 10 Kit para ser re-utilizado con otros niños de forma continua.

Desde hace varios años continuamos promoviendo el apoyo a diversas actividades culturales donde buscamos facilitar el acceso a formas de expresión artísticas con fines solidarios, siempre buscando integrar y hacer partícipes a nuestros colaboradores con la Cultura.

Otros Proyectos Culturales

En 2012 nos sumamos a Buenos Aires Lírica (BA.L) ofreciendo a nuestros colaboradores y sus familias, la oportunidad de participar de la temporada de ópera en el Teatro Avenida. Colaboradores y familiares, participaron de las obras de Norma, de Bellini; Rigoletto, de Verdi; El Rapto en el Serrallo, de Mozart y Evgeny Onegin, de Piotrilyich Tchaikovsky.

Por otra parte, seguimos apoyando a la Fundación Amigos del Teatro San Martín, que organizó una función especial en la Sala Martín Coronado. La obra elegida fue "Macbeth", de William Shakespeare en la que también asistieron colaboradores con sus familias. El aporte de lo recaudado fue destinado a la puesta en valor del Hall Central Carlos Morel del mismo complejo.

Además, finalizando el año, junto al Collegium Musicum patrocinamos el Concierto Extraordinario en la Catedral Metropolitana, en la que participo el Estudio Coral de Buenos Aires, con la Dirección del Maestro Carlos López Puccio. Todo lo recaudado fue destinado y a beneficio de los Talleres para Niños y Jóvenes con Problemas del Desarrollo y el Fondo de Becas de Familias de Escasos Recursos.

Otra forma de expresión y apoyo a la cultura, es acompañar a nuestros clientes en diversos eventos artísticos que ellos promueven. Destacamos el apoyo a los siguientes eventos culturales:

Consulado General de Italia en Rosario, presentación del guitarrista internacional Sergio Puccini.

Acompañamos a la Fundación Valentín Bianchi en la presentación de la Opera el Barbero de Sevilla, a beneficio de la creación del nuevo Hogar de Ancianos para San Rafael, provincia de Mendoza.



Museo Banco Patagonia

El Museo Institucional, conformado por una prestigiosa colección de objetos y documentos que rescatan la memoria de las organizaciones que precedieron en su historia a nuestro Banco, desarrolló numerosas visitas guiadas para clientes, colaboradores y entidades educativas.

En este camino de mayor apertura del Museo, se recibió la visita de clientes y grupos de colaboradores en proceso de Inducción y Capacitación.

El programa cultural **MostrArte**: es un proyecto pensado y creado para la difusión de las producciones artísticas contemporáneas, tomando como punto de partida aquellas que surgen de la comunidad de colaboradores; entendiendo al arte como una actividad expresiva que ocupa un lugar destacado en el desarrollo de nuestra sociedad.

Dentro del marco de las iniciativas de RSE y a través del Museo del Banco Patagonia, MostrArte se propone estimular la comunicación y el intercambio entre colaboradores, generando en el propio lugar de trabajo un ámbito para el encuentro, la exhibición de los trabajos y la reflexión en torno al arte.

De esta manera, el proyecto contribuye al fortalecimiento de vínculos de pertenencia a partir de la creación de un espacio de interacción, abierto a las inquietudes e intereses culturales de los colaboradores. Asimismo ayuda a motivar y mantener el interés hacia la muestra permanente del Museo.

En 2012 se realizaron 3 muestras de colaboradores:

“Forma de Ver” - Alberto Álvarez - Cajero de Sucursal Boedo

“Recorridos, Momentos y Sensaciones 2012” - Adriana Tettamanzi - Sucursal Barrio Norte

“Ni Paz Interior” - Silvana Estevez - Operador de Mesa de Ayuda Integral

Cerramos el año con una “Muestra Aniversario” conmemorando los dos años del Programa Mostrarte, en la cual se exhibieron obras de todos los colaboradores que han participado de este programa cultural.

Enmarcado dentro de las actividades culturales que se fomentan desde el Museo del Banco Patagonia, se realizan “After Office Culturales” para los colaboradores del banco. Esta actividad, además de lograr la integración de los diversos equipos de trabajo, tiene como objetivo visitar diferentes lugares históricos y emblemáticos de la Ciudad de Buenos Aires.

En 2012 hemos visitado La Casa de la Cultura - ex Diario La Prensa, y El Palacio del Congreso de la Nación Argentina, con una participación de **75 colaboradores**.



Apoyar al deporte es promover una mejor calidad de vida

En el plano deportivo, continuamos apoyando las principales maratones realizadas con fines solidarios.

Acompañamos a la Asociación Civil **El Camino** que surge de la unión de Hospice San Camilo y Camino a Jericó, en el marco de su décimo aniversario y como parte de su programación anual de acciones "Sumando Huellas", realizó la cuarta Maratón "10 Km. a tu lado hasta el final", en el Partido de Vicente López, en el que fuimos principal sponsor.

Por cuarto año consecutivo, nuestros runners participaron de la 5ta edición de la Maratón UNICEF "La Carrera por la Educación"

Además, los diferentes *running team* del banco han participado en otras maratones como ser:

- Prueba Aeróbica YMCA/UTN.
- Chevrolet 10K Rosario
- 5ta edición de la Maratón Consejo
- Maratón Universidad de Avellaneda.
- 21K de la Media Maratón Ciudad de Buenos Aires
- 15K de Palermo
- Maratón "Fiestas Mayas"

Junto a la organización **Nuevas Olimpiadas Especiales Argentinas**, patrocinamos las Ligas de Fútbol. Desde hace más de cinco años acompañamos a esta organización que busca la inclusión de jóvenes con discapacidad a través de la practica deportiva.

Con nuestro aporte contribuimos a la compra de remeras de los equipos y los trofeos para la premiación.



Voluntariado Corporativo

Día del Niño

Para el Día del Niño, los colaboradores donaron juguetes para 15 instituciones de diferentes puntos del país que dan contención a niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad. Se donaron más de 650 juguetes. Asimismo, más de 60 voluntarios participaron activamente, llevando los juguetes a diversas provincias.

Instituciones:

- Escuela de Educación Especial N° 16 - Localidad de Hermoso Campo - Provincia de Chaco.
- Jardincito Gral. San Martín y Primario - Comuna La Higuera - Provincia de Córdoba.
- Guardería el Principito - Comuna La Higuera - Provincia de Córdoba.
- Escuela Nicolás Ortiz - Paraje Mesa de Mariano - Provincia de Córdoba.
- Escuela Domingo Faustino Sarmiento - Paraje Agua de Crespín - Provincia de Córdoba.
- Conin - Casa Macuca - Provincia de Córdoba.
- Comedor Infantil de la Comisión Vecinal de Calle 14 y 7° Pasaje del Barrio Ale Brown - Sgo. del Estero.
- Comedor El Pato - Barrio 11 calle 617 - Berazategui - Provincia de Buenos Aires.
- Escuela Zona Sur - Rosario - Provincia de Santa Fe.
- Ludoteca "Espacio de juegos". Dirección de Juventud - Tandil - Provincia de Buenos Aires.
- Jardín de Infantes "Sueños Bajitos" - Villa 31 bis - Barrio de Retiro - C.A.B.A.
- Centro de Desarrollo Infantil y Promoción Familiar - Rosario - Provincia de Santa Fe.
- Escuela Rural N° 1092 - Santa Catalina Depto. Guasayán - Provincia de Santiago del Estero.
- Club San Agustín - Localidad de Rafael Calzada - Provincia de Buenos Aires.
- Comedor Las Abuelas - Villa Soldati - Provincia de Buenos Aires.

Fundación Leer

Acompañamos por 5to. año consecutivo a la 10ª Maratón Nacional de Lectura en la que 3.754.162 niños y jóvenes, 272.402 adultos de 13.051 instituciones de todo el país se reunieron para celebrar una jornada exclusiva para compartir historias, intercambiar experiencias, conocer otras realidades, leer y crecer a través de los libros.



Un Techo Para Mi País

Dado el éxito que tuvo el primer año de trabajar junto a la organización, este año volvimos a repetir la experiencia con un alto involucramiento por parte de los colaboradores que conforman el voluntariado.

Así logramos por segundo año consecutivo llegar a nuevas personas en situación de extrema pobreza que se beneficiaron con un nuevo hogar.

En 2012 se realizaron tres construcciones, dos en Buenos Aires (Escobar y Pilar) y una en Río Negro, en Cipolletti.

» Provincia Barrio	Voluntarios	Casas Construidas	Casas Donadas	Beneficiarios
Bs. As. - Maschwitz	17	2	2	7
Bs. As. - Pilar - Bo. San Jorge	20	2	2	13
Alto Valle Neuquén	35	2	2	10
Cordoba	12	1	1	5
Escobar - Bo. La Chachela	32	2	2	6
Pilar - Barrio Manzanares	12	2	2	7
Río Negro - Cipolletti	15	1	1	4
Total	143	12	12	52

Otras Actividades de Voluntariado

Durante el mes de Enero y por séptimo año consecutivo, acompañamos al grupo de jóvenes Universitarios para el Desarrollo en las actividades sociales que realizan en la localidad de El Bolsón, en la provincia de Río Negro, donde participaron sumándose colaboradores de la sucursal del banco de esa localidad.

Entre los trabajos de reparación y mejoras edilicias que realizaron gracias al aporte del banco, podemos mencionar los del Centro Comunitario Barrio San José, la Escuela de Artes, Oficios "Sagrado Corazón de Jesús", Predio de la Orden Franciscana, en el Barrio los Arrayanes.

El viaje de trabajo solidario en el que participan más de 70 jóvenes voluntarios de 10 universidades fue Declarado de Interés Municipal por el Consejo Deliberante de El Bolsón, Río Negro.

TECHO
UN TECHO PARA MI PAÍS



09. Medio Ambiente

Nuestro compromiso con el medio ambiente

Como institución estamos comprometidos con el fomento de prácticas medioambientales responsables y un paso muy importante en esta dirección es generar acciones que apunten a racionalizar el consumo de energía, papel y agua dentro de nuestro ambiente de trabajo.

Energía

Continuamos con el **Plan de Ahorro de Energía**, que tiene como objetivo la reducción de consumos en áreas de recepción, oficinas, salones y cocheras.

Como primer paso, se redujo el horario de encendido de carteles corporativos en uso y se optimizó la carga térmica apagando anticipadamente todos aquellos equipos de refrigeración que pudiesen aprovechar la inercia térmica de los edificios, dejándolos en ventilación solamente y manteniendo condiciones climáticas aceptables hasta el horario de salida.

Un proyecto que se destaca y en el que aún estamos trabajando, consiste en instalar en nuestro Edificio Central, un nuevo sistema de aire acondicionado de 900 toneladas de refrigeración, que permitirá en un futuro próximo, reducir los niveles actuales de consumo energético en un 30% y reducir significativamente el consumo de agua que consumen los enfriadores y torres de enfriamiento actuales.

Continuando con las acciones que se viene implementando en forma sostenida desde el año 2006 por parte de la Gerencia de Arquitectura y Mantenimiento, se están realizando mejoras tecnológicas, con el desafío de reemplazar los equipos UPS ya instalados de gran capacidad y tecnología que eran obsoletos.

Para esto se realizó un plan optimizando la energía de las UPS reduciendo la potencia de las mismas e introduciendo tecnología de última generación.

Otro desafío fue darle una disposición final sustentable a los residuos que generaban los equipos casi obsoletos, contratando proveedores autorizados a manipular los mismos.

Es decir, se ha invertido en tecnología generando así una reducción de residuos sin alterar las prestaciones que el banco requiere para su operación.



Agua

Sobre el consumo de agua, se concientizó sobre la importancia de cerrar los grifos y de reportar al sector de mantenimiento las pérdidas de agua de provisión.



Papel

Continuamos realizando a nivel nacional la campaña de ahorro de papel. La misma tuvo como principales objetivos:

- Generar conciencia en los colaboradores sobre el cuidado y preservación del medio ambiente y de los recursos naturales no renovables.
- Ayudar a mejorar el orden de los puestos de trabajo, mejorando al mismo tiempo la imagen de la organización.
- Asegurar la confidencialidad y evitar la fuga de la información.
- Minimizar la posibilidad de ocurrencia de siniestros.
- Canalizar fondos hacia más acciones sociales a través del ahorro que estas acciones permitan.



Continuamos promoviendo el servicio de Resumen Digital de Cuenta y de Tarjeta de Crédito para nuestros clientes, a través de e-mail.

La adhesión al servicio se realiza ingresando por Patagonia e-bank en la sección de tarjetas. El servicio no tiene costo alguno para el cliente.

Cantidad de resúmenes que se enviaron por e-mail a Diciembre del 2012:

Resúmenes digitales de Cuentas: **132.135** (75.813 mensuales y 56.322 trimestrales)
Resúmenes digitales de Tarjeta de Crédito: 31.000

En el período 2012 se enviaron a reciclar **12.609 kg** de residuos de papel. Además, como una forma de colaborar con el Hospital Garrahan, nos sumamos a la campaña de recolección de tapitas plásticas. Para eso se dispusieron contenedores especiales para el acopio de las mismas en puntos específicos de cada edificio de áreas centrales. Desde el inicio de la campaña se han recolectado **294 kg** en el edificio de Casa Central y en la Torre de Av. De Mayo.

Para Banco Patagonia, el respeto por la naturaleza y el cuidado del medioambiente es un tema muy importante. Sólo el uso responsable y racional de los recursos naturales permitirá mitigar el impacto ambiental y la huella causada por el ser humano.

Promoción educación ambiental

Aunando la educación con la protección ambiental, apoyamos acciones que promueven una educación en ese sentido.

Asociación Cascos Verdes

En 2012 continuamos sosteniendo el programa de becas "Crear Conciencia", orientado a jóvenes con capacidades especiales, que cursaron estudios en la Universidad Católica Argentina, la Universidad de San Andrés, Universidad Austral y Universidad Di Tella, recibiendo de Especialistas Ambientales después de años de estudios.

Fundación Cuidemos Nuestra Casa

En Puerto Deseado, Provincia de Santa Cruz, apoyamos los proyectos educativos de nivel inicial y medio, orientados al cuidado y preservación del medio ambiente y a la práctica de valores sociales que promueve la fundación.

La Fundación **Conociendo Nuestra Casa** es una organización de la sociedad civil, sin fines de lucro, que desarrolla desde el año 1983 un programa social, educativo-ambiental y deportivo destinado a los niños y jóvenes.

Nuevamente y por tercer año consecutivo, patrocinamos la travesía de la ría del Deseado-Banco Patagonia, donde participaron más de 100 niños y jóvenes que además realizaron un avistaje a la Piedra Toba.

Además este año acompañamos a la Fundación con la apertura del Centro de Albergue Universitario. Logramos equipar la residencia para alumnos de intercambio que vienen del exterior y que se albergan en el mismo.

Actividades de Verano

A partir de los primeros días de enero, Banco Patagonia estuvo presente en el balneario rionegrino de Las Grutas, con actividades recreativas y ambientales para toda la familia en el Parador de la 4° Bajada.

Nuevamente, este año, sumamos acciones y juegos que impactan positivamente en el medio ambiente. Se realizaron Concurso de Castillos Ecológicos, con la participación de toda la familia y donde el objetivo era que el rey de cada uno de esos castillos explicara qué se hacía con los residuos y como resolverían el problema. También se realizaron Concursos de Figuras de Animales Patagónicos en la arena, donde los chicos debían contar qué pone en peligro esa especie y qué sugerían para protegerla. Además se desarrollaron Juegos Motores Ambientales con materiales reciclados y lectura de cuentos en la playa con actividades lúdicas para chicos y grandes.



BANCOPATAGONIA

RSE 2012

www.bancopatagonia.com.ar

Su opinión nos ayuda a seguir mejorando
Coordinación de Acciones de RSE de Banco Patagonia.
Correo electrónico: rse@bancopatagonia.com.ar
Av. de Mayo 701
C1084AAC - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
República Argentina