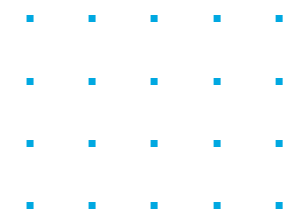




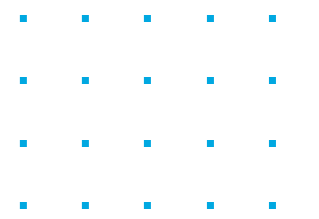
→ Año 2016

Comunicación del **Progreso.**





COMUNICACIÓN DEL PROGRESO



• **CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO** 7

• **BANCO CIUDAD** 8

- Reseña histórica
- Visión, Misión y Objetivos
- Rol social
- Perfil de clientes
- Posicionamiento Banco Ciudad en el mercado

• **DERECHOS HUMANOS** 12

12- Acceso a la vivienda

- Préstamo Hipotecario para barrios de la Zona Sur de CABA
- Préstamo Hipotecario Primera Casa BA – IVC
- Alquilar se puede
- Líderes en el segmento UVA
- Proyecto Caja Ladrillo

12- Calidad de vida

- Programa RENOVAR

13- Inclusión en el sistema financiero

- Préstamo Personal Social
- Préstamos Pignoraticios
- Caja de ahorro gratuita
- Educación financiera
- Disertaciones en ANSES
- Nueva APP
- Sucursal Los Piletones
- Inauguración Sucursales del Interior
- Nueva estructura

14 - Independencia laboral

- Taxi Social

14- Emprendedorismo, educación y formación profesional

- Ciudad Microfinanzas
- Instituto Pyme
- Plataforma virtual del Instituto Pyme
- BA Emprende

15 - Salud

- Campaña de donación de sangre
- Women's Race
- Deporte

15- Participación y difusión cultural

- Concurso fotográfico Gente de m Ciudad
- Museo y Biblioteca
- Muestras, exhibiciones y festivales
- Exposiciones de arte y actividades culturales
- Libro del Bicentenario
- Sponsoreo del Teatro Colón y el Complejo Teatral Buenos Aires

17 - Accesibilidad

- Acondicionamiento de ATMs

• **DERECHOS LABORALES** 20

20 - Afiliación y negociación colectiva

- Negociación colectiva
- Comisión Gremial Interna

20 - Vínculos laborales

- Contratos laborales
- Erradicación del Trabajo Infantil

20 - Equidad

21 - Comunicación e información

- Comunicación Interna
- Canales de comunicación

21 - Libertad de expresión

- Canales interpersonales de comunicación interna

22 - Clima laboral

- Acciones de endomarketing
- Encuesta de Clima
- Programa de Reconocimientos
- Jornadas de Integración

23 - Acceso al empleo

- Ingreso de nuevos colaboradores
- Incorporación de personal con discapacidad

24 - Capacitación y desarrollo del personal

- Capacitación
- Evaluación de desempeño
- Búsquedas internas
- Proyecto Mejora Continua

25 - Asistencia a los empleados

- Asistentes sociales
- Licencias
- Servicio de Medicina Laboral
- Programa Proyectos en Acción
- Elearning de Calidad de Vida
- Programa Institucional de Cardio Prevención
- Facilitadoras de Recursos Humanos

26 - Programa de beneficios

- Familia
- Salud
- Finanzas y Proyectos
- Flexibilidad y tiempo libre

• **MEDIOAMBIENTE** 30

30 - Banco verde

- Prevención
- Sensibilización
- Transporte sustentable
- Compras, licitaciones e infraestructura

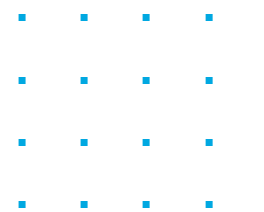
31 - Programa nacional a la calidad

• **ANTICORRUPCIÓN** 34

34 - Código de ética

34 - Política sustentable de ética empresarial

34 - Lavado de dinero





CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

El Banco Ciudad es una entidad pública y autárquica que desde hace 139 años contribuye al desarrollo del país y su gente. Cumple un rol fundamental en el acceso de la población a la vivienda, no sólo en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sino en toda el área metropolitana. Con similar intensidad, además, financia a grandes medianas y pequeñas empresas radicadas en toda la geografía nacional.

La vocación por lo social caracterizó al Banco desde su nacimiento en 1878, cuando el objetivo era ayudar a los inmigrantes que llegaban de todo el mundo a Buenos Aires. Esta convicción se manifestó principalmente en el crecimiento de la cartera hipotecaria, las cajas de ahorro gratuitas o las líneas de préstamos para peones de taxis, ejemplos del trabajo que se viene realizando en ese sentido. En esta misma línea se enmarcó la iniciativa de abrir una sucursal en el barrio Los Piletones, como parte de la política de bancarización que ya ha logrado incorporar a más de 75 mil personas al sistema financiero.

En este sentido, el Ciudad es una organización cuya misión es promover la igualdad de oportunidades, el empleo y la calidad de vida de los habitantes de las áreas en las que opera, a través de los productos y servicios que brinda el Banco, privilegiando el crédito social y la asistencia a la pequeña y mediana empresa. Los valores que guían su accionar son la inclusión, la transparencia, la igualdad de oportunidades, el compromiso con el desarrollo y la innovación y la integridad.

El Banco se caracteriza por buscar un desarrollo armónico de los objetivos comerciales y sociales, con vínculos sostenibles con el entorno y los grupos de interés. Está comprometido con la meta de ser un modelo de gestión de excelencia como entidad pública en Argentina, brindando un servicio profesional de calidad en el que se refleje un fuerte compromiso con el rol social y se apueste al mejoramiento continuo.

Con este foco en el horizonte es que en 2015 adherimos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, es un orgullo integrar esta iniciativa de ciudadanía corporativa y formar parte de la extensa red de organizaciones que han decidido respetar y promover en todo su ámbito de influencias los principios del Pacto.

Precisamente, al cumplirse dos años de la adhesión del Banco Ciudad, presentamos la segunda comunicación sobre el progreso (COP) ratificando nuestro compromiso con los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y enfatizando nuestra convicción de seguir trabajando día a día en pos de los derechos humanos, los principios laborales, el medioambiente y contra la corrupción en todas sus formas, dentro de nuestra esfera de influencia.

Atentamente,

Javier Ortiz Batalla
Presidente Banco Ciudad

Banco Ciudad

El Banco Ciudad es una entidad pública que emplea a 3093 personas y que busca promover el crecimiento del empleo, la equidad distributiva y la calidad de vida en la zona metropolitana, privilegiando la asistencia a la pequeña y mediana empresa y el crédito social.

RESEÑA HISTORICA

El Banco Ciudad nació el 23 de mayo de 1878 con el nombre de Monte de Piedad otorgando préstamos de dinero sobre objetos diversos a un interés accesible para combatir la usura. Desde entonces, el rol social continúa siendo uno de los pilares más importantes del Banco, que mantuvo el crédito social de empeño como su actividad central hasta mediados de los años sesenta.

A partir de allí emprendió un proceso de apertura comercial, sumado al fondeo otorgado por los depósitos judiciales, hasta su consolidación como agente financiero de la Ciudad de Buenos Aires.



Aniversario

VISIÓN, MISIÓN Y OBJETIVOS

El Banco Ciudad, tal como lo indica su Carta Orgánica, "es una persona jurídica, pública y autárquica, con plena autonomía de gestión, presupuestaria y administrativa; y, por mandato constitucional, banco oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, su agente financiero e instrumento de política crediticia, destinada prioritariamente a promover el crecimiento del empleo, la equidad distributiva y la calidad de vida, privilegiando la asistencia a la pequeña y mediana empresa y el crédito social". Tiene como fin la satisfacción de las demandas de financiamiento de empresas e individuos y la prestación de servicios bancarios y no bancarios a clientes y vecinos del área metropolitana y de cualquier otra localidad donde el Banco desarrolle su actividad, mediante las sucursales correspondientes.

Misión

Promover la igualdad de oportunidades, el desarrollo económico, el empleo y la calidad de vida de los habitantes de las zonas donde opera el Banco, privilegiando el crédito social y la asistencia a la pequeña y mediana empresa.

Visión

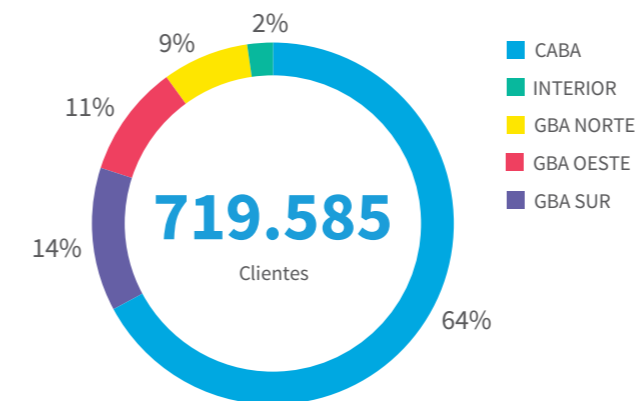
Alcanzar un modelo de gestión pública de excelencia, brindando a nuestros clientes productos y servicios modernos y de calidad mediante la innovación permanente y reflejando un compromiso prioritario con el desarrollo y su rol social.

valores

- Inclusión ✓
- Transparencia ✓
- Igualdad de oportunidades ✓
- Compromiso con el desarrollo y la innovación ✓
- Integridad ✓

PERFIL DE CLIENTES

La cartera de clientes del Banco se compone de 13.715 Personas Jurídicas y 779.642 Personas Físicas. Este último grupo contempla los llamados clientes "tradicionales" (jubilados + acreditación de haberes + clientela general), clientes pignoratícios y planes sociales (tanto de ANSES como del GCBA).



POSICIONAMIENTO BANCO CIUDAD EN EL MERCADO

El Banco Ciudad ocupa el puesto 8° del Sistema en cuanto a Préstamos al SPNF (Sector privado no financiero), el 2° en el ranking de créditos hipotecarios a nivel país y el 11° por sus depósitos al SPNF.

Esta Comunicación del Progreso describe las principales iniciativas del Banco Ciudad agrupadas en los ejes que propone el Pacto Mundial: derechos humanos, derechos laborales, medioambiente y anticorrupción.

ROL SOCIAL

La vocación por lo social caracterizó al Banco desde su nacimiento en 1878, cuando el objetivo era ayudar a los inmigrantes que llegaban de todo el mundo a Buenos Aires. Esta convicción se manifestó principalmente en el crecimiento de la cartera hipotecaria que permitió el acceso a la casa propia. En los últimos años, el Préstamo Hipotecario Social, el Préstamo Emprendedores y Microcréditos, el Programa Mi Primera Casa, las cajas de ahorro gratuitas, la cuenta social con DNI, la tarjeta de crédito social,

el crédito social, las capacitaciones en emprendedorismo y en canales electrónicos son algunos ejemplos de la continuidad de ese rol en la actualidad. En esta misma línea se enmarca el trabajo en educación financiera y la apertura de una sucursal comercial en el barrio Los Piletones, iniciativa que próximamente se extenderá también a otros barrios postergados. La políticas de bancarización del Ciudad ya han logrado incorporar a más de 75 mil personas al sistema financiero en los últimos años.





Derechos Humanos

Principios

Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

Derechos Humanos



ACCESO A LA VIVIENDA

○ Préstamo Hipotecario Primera Casa BA – IVC

Un programa confeccionado en conjunto con el Instituto de Vivienda de la Ciudad de Buenos Aires (IVC) para facilitar el acceso a la vivienda única, familiar y permanente a sectores con bajos ingresos a través de la oferta de una línea de créditos hipotecarios accesibles, acompañando las variaciones de precios del mercado inmobiliario.

Indicador: 1.361 préstamos colocados en 2016 por \$937.106.398.-

○ Préstamo Hipotecario para barrios de la Zona Sur de CABA

Una línea destinada a brindar soluciones financieras para la primera vivienda en sectores medios y bajos, fomentando el desarrollo de las zonas más postergadas de la Ciudad de Buenos Aires con un subsidio implícito en la tasa de interés.

Indicador: en 2016 se colocaron 76 préstamos por \$47.642.500.-

○ Alquilar se puede

Un producto destinado a los inquilinos que no consiguen una garantía propietaria, que ofrece de forma opcional una línea de préstamos para cubrir los gastos iniciales de acceso a la vivienda.

Indicador: 159 inquilinos accedieron al producto en 2016.

○ Líderes en el segmento UVA

Al cierre de 2016 y a sólo ocho meses del lanzamiento de la línea de préstamos hipotecarios UVA, el Ciudad se ubicaba como el primer Banco en colocación, líder en el segmento.



12

○ Proyecto Caja Ladrillo

Busca contribuir a la inclusión financiera de grupos vulnerables a través de un innovador instrumento de ahorro flexible y crédito para la autoconstrucción, destinado a hogares de menores ingresos. Sus principales objetivos son:

Mejorar las condiciones de vida de las personas de bajos ingresos mediante la adopción de hábitos de ahorro e inversión para mejora de la vivienda

Diseñar y probar un producto de ahorro programado y crédito destinado a hogares excluidos del sistema financiero y con déficit habitacional.

CALIDAD DE VIDA

○ Programa RENOVAR

A partir de la sanción de la Ley 27.191, el Ciudad decidió participar en el programa RENOVAR, que establece un Fondo Fiduciario de Energías Renovables destinado a financiar los proyectos de este tipo. La Ley establece que las energías renovables deberán cubrir el 8% del consumo de energía eléctrica nacional durante 2017, alcanzando el 20% para 2025. En este contexto el Banco participó en la primera licitación del programa durante 2016 y acompaña las políticas de Estado en Energía Renovable.

INCLUSIÓN EN EL SISTEMA FINANCIERO

○ Préstamo Personal Social

Una alternativa para sectores de la base de la pirámide que brinda una asistencia crediticia de hasta \$ 6.000 a un año, con mínimos requisitos formales. Fomenta la educación financiera a este segmento para acceder a créditos futuros más amplios. Con este producto, el Banco brinda asesoramiento, capacitación e inclusión dentro del sistema financiero generando una conducta de pago.

Indicador: más de 260 nuevos clientes de la base de la pirámide.

○ Préstamos Pignoraticios

Para brindar apoyo al segmento poblacional excluido de la posibilidad de acceder al crédito formal. Los créditos pignoraticios tienen como único requisito la presentación del DNI y el objeto a preñar sin presentación de aval o informe comercial/personal y sin codeudor alguno.

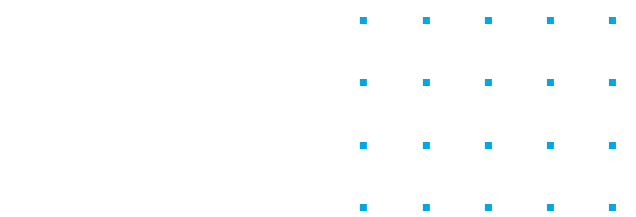
Indicador: la cartera de préstamos Pignoraticios a fin de 2016 alcanzaba un total de 13.209 préstamos: 1.378 Pignoraticios + 11.831 de Cartera Expreso.

○ Educación financiera

Radio FM Piletones: el Ciudad, único Banco con una sucursal dentro de una villa, tiene un micro semanal en una radio FM en Piletones. Allí, el Equipo de Inclusión Financiera trata semanalmente temas que favorecen la educación financiera (el ahorro y la estrategia de pensar a futuro), impulsa concursos que estimulan el uso de medios electrónicos y recibe consultas de los oyentes. Además, los empleados de la Sucursal Piletones visitan escuelas de la zona con este rol educativo.

○ Disertaciones en ANSES

El Banco participa del Programa de la Secretaría de la Tercera Edad del GCBA, con un cajero automático escuela que recorre distintas plazas para enseñar a los jubilados cómo utilizarlo. Además, junto a ANSES, se desarrollarán en el Auditorio del Banco capacitaciones teórico prácticas en canales electrónicos (ATM - Homebanking).



○ Nueva APP

En 2016, el Banco lanzó su nueva aplicación para smartphones, como parte de las iniciativas vinculadas a la transformación digital de la industria financiera.

○ Sucursal Los Piletones

En 2012, el Banco inauguró una sucursal comercial en el Barrio Los Piletones de Villa Soldati, agilizando los trámites de todos los vecinos que antes tenían que trasladarse a sucursales más alejadas y prestando servicios a 10.000 habitantes de la zona. Esta iniciativa conjuga el rol social del Banco con su avance en las políticas de bancarización de la población, que buscan incorporar cada vez a más personas al sistema financiero.

Indicador: a diciembre de 2016 la sucursal cuenta con 1.116 cuentas de clientes.



13

○ Inauguración Sucursales del Interior

Como parte de la estrategia de expansión comercial en 2016 el Banco abrió sus puertas en las ciudades de Río Cuarto, Córdoba Capital y Mendoza.



Nuevas Sucursales

○ Nueva estructura

En línea con su rol social, en 2016 el Banco incorporó a su estructura un **Equipo de Inclusión Financiera** dentro de la Gerencia de Canales Alternativos.

INDEPENDENCIA LABORAL

○ Taxi Social

Una línea que ofrece a los choferes de taxi bajo patrón la oportunidad de ser dueños de su propio rodado y alcanzar la independencia laboral y económica. Consiste en un paquete de productos integrado por un Préstamo Prendario destinado a la adquisición o cancelación de planes de ahorro de vehículos 0 KM más un Préstamo Personal para gastos adicionales. Indicador: en 2016 se otorgaron 47 préstamos de Taxi Social (préstamos prendarios y para la adquisición de la licencia).

EMPRENDEDORISMO, EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL

○ Ciudad Microfinanzas

Permite a los emprendedores de menores ingresos disminuir los costos de financiamiento y ofrecer productos y servicios de calidad, ayudándolos a crecer en proyectos de corto, mediano y largo plazo. La línea de microcréditos se denomina **“Ciudad MicroEmpresas”**

Indicador: en 2016 se colocaron 2.873 préstamos

○ Instituto Pyme

Un espacio que ofrece el Banco para promover el intercambio de ideas, descubrir nuevas oportunidades y acompañar el desarrollo estratégico de los negocios, apoyando la acción de las empresas y orientando sus expectativas de crecimiento. Se lo considera el brazo Institucional de ayuda a las micro, pequeñas y medianas empresas en servicios no financieros. Entre los servicios que ofrece se destacan:

○ Servicios a Emprendedores y Pymes

- Capacitación y formación empresarial ✓
- Jornadas de actualización y talleres. ✓
- Información sobre financiamiento no bancario y bancario. ✓
- Promoción de Inclusión Financiera de sectores vulnerables y acciones de RSE en empresas. ✓
- Asistencia a emprendedores en la creación de empresas sustentables. ✓
- Programas Ejecutivos con Universidades / Escuelas de Negocios Públicas y Privadas. ✓
- Plataforma Virtual de Capacitación. ✓
- Información para el segmento PyME y Emprendedor. ✓

○ Gestión de Oportunidades de Negocios

- Colaboración con Municipios y Gobiernos en el desarrollo de emprendedores y empresarios.
- Interacción con Cámaras Empresariales, Centros, Asociaciones, Fundaciones.
- Promoción de encuentros de negocios y actividades de vinculación empresarial.
- Organización y participación en Congresos, Exposiciones, Ferias y Rondas de Negocios vinculados al segmento mype.
- Impulso de casos testigo.

Indicadores 2016:

- 170 actividades de capacitación.
- 13 Programas Ejecutivos de Negocios con Universidades.
- 12547 asistentes a las actividades.

○ Plataforma virtual del Instituto Pyme

El Instituto Pyme ha lanzado en 2016 la plataforma virtual **www.institutopyme.com.ar**, con el objetivo de seguir generando servicios diferenciales que le permitan al Banco posicionarse en el segmento Emprendedor-Pyme y además contribuir con las áreas comerciales en el desarrollo de herramientas de fidelización y captación de clientes.

○ BA Emprende

Desde la sede del Instituto Pyme, el Banco participa activamente de los Cursos de Verano de la Academia BA Emprende. Se trata de un programa del GCBA que brinda capacitación gratuita con foco en habilidades emprendedoras y metodologías ágiles para resolver problemas, dirigido a todos aquellos que quieran crecer profesionalmente, comenzar un emprendimiento o expandir un proyecto existente.

SALUD

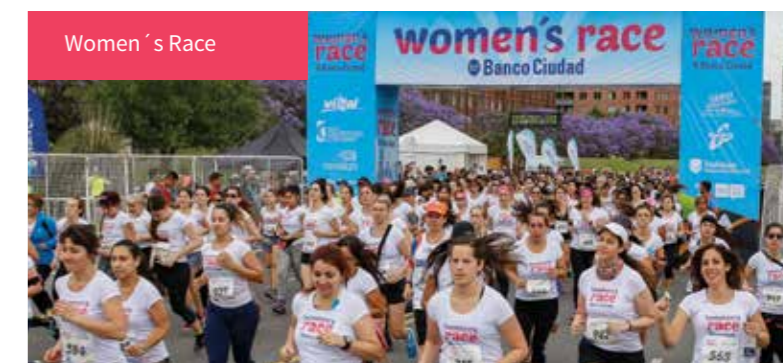
○ Campaña de donación de sangre

En conjunto con el Banco de Sangre de la Fundación Garrahan, el Banco organiza desde 2014 jornadas de donación de sangre en su casa matriz, con asistencia abierta para empleados y la comunidad en general. Internamente, la campaña incluyó la difusión de contenido gráfico con información útil acerca de la importancia de donar sangre, los requisitos para hacerlo y los centros disponibles para donar durante todo el año.

○ Women's Race

Desde 2014, el Banco Ciudad organiza con frecuencia anual la carrera Women's Race. Se trata de un evento deportivo para fomentar la actividad física y recreativa como una rutina saludable.

Indicador: 4800 participantes entre 2014 y 2016.



○ Deporte

El Banco tiene un fuerte foco en el apoyo al deporte, auspicia distintos clubes de fútbol del país y al club Atenas de básquet de Córdoba. En el marco del convenio sponsorship con San Lorenzo, ha realizado una jornada deportiva y de responsabilidad social con los chicos de la pensión de CASLA y del barrio, y participa en los festejos del Día del Niño en la Ciudad Deportiva de San Lorenzo con distintas atracciones, espectáculos musicales y actividades para los niños.

PARTICIPACIÓN Y DIFUSIÓN CULTURAL

○ Concurso fotográfico Gente de mi Ciudad

Un evento destinado a profesionales y aficionados de la fotografía que en 2016 cumplió sus 17 ediciones. El concurso tiene por objetivo estimular y premiar la creatividad, y propiciar las producciones artísticas independientes. “Gente de Mi Ciudad” permite divulgar aspectos y costumbres sociales, mostrando sus cambios a través de los años, y a la vez promover la difusión y conservación del patrimonio cultural.



Ganador Concurso Fotográfico Gente de mi Ciudad

Indicador

8000 obras participantes en 2016. El total de 41 fotografías (5 premios, 5 menciones y 31 piezas seleccionadas) fueron exhibidas en el Centro Cultural de la Memoria Haroldo Conti.

Obras ganadoras en:

<http://www.bancociudad.com.ar/mas/concurso-fotografico>

o Museo y Biblioteca

Además de apoyar al arte en todas sus expresiones, el Banco posee un museo y una biblioteca a disposición del personal y la comunidad en Boedo 870.

- El Museo Monte de Piedad permite conocer la historia del Ciudad a través de un recorrido histórico vivo. Fue inaugurado en 2003 y con registros de todo tipo narra aspectos centrales de la vida institucional de la Entidad. Cuenta con un auditorio con capacidad para 50 personas, en el que se desarrollan cursos gratuitos de formación humanística. Se realizan visitas guiadas a escuelas, muestras de pintura, fotografía, trabajos de alumnos, presentaciones de libros, actividades de lectura, representaciones teatrales, entre otras actividades culturales. Además, el Museo es un participante activo y central en la organización del ciclo cultural La Semana de Boedo, Festejos del Bicentenario de la Independencia y La noche de los Museos.

- **CÓDIGOS QR:** en 2016, el Museo incorporó códigos QR para distintos sectores del recorrido del Museo. Los visitantes pueden usar distintos dispositivos para escanearlos y acceder a videos explicativos.

- La Biblioteca José Hernández es pública y posee un importante fondo bibliográfico, su fin primordial es brindar apoyo a la investigación y atender las necesidades de innumerables alumnos de la Ciudad y empleados de la Institución. Además, organiza ciclos de narraciones abiertos al público en distintas locaciones, en conjunto con el Fondo Nacional de Lectura, la Feria del Libro (adultos y niños), o el Programa Bibliotecas para Armar del GCBA.

Indicadores 2016:

- 4 cursos de 16 horas cada uno ("Tango en el Monte Pío"; "Boedo barrio de literatura y resistencia"; "Taller de creación y producción fotográfica"; "Buenos Aires, arquitectura y turismo").

Total de asistentes: 227.

- 268 visitas escolares con un total de **6430 asistentes.**

- 1974 personas lo han visitado de forma particular.

- 6500 libros disponibles en la biblioteca.

o Muestras, exhibiciones y festivales:

- PREMIO ADQUISICIÓN DE PINTURA - CENTRO CULTURAL RECOLETA

- MUESTRA LEILA TSCHOPP "EL CAMINO DEL HÉROE" - CENTRO CULTURAL RECOLETA

- MUESTRA FOTOGRÁFICA "100 AÑOS DEL VIEJO GASÓMETRO"

- ArteBA 2016 - Nicanor Araoz - Compra de Obra para Malba y Museo Caraffa

- MUESTRA FOTOGRÁFICA "POÉTICA DEL PASADO" - Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas de la Presidencia de la Nación.

- EXHIBICIÓN PATRIMONIO BANCO CIUDAD - ALVEAR PALACE

- MIRÁ-FESTIVAL DE ARTE - CENTRO CULTURAL BORGES

- MUESTRA PATRIMONIO BANCO CIUDAD - MUSEO de ARTE TIGRE

- ACCIÓN SOLIDARIA - Concientización Cáncer de mama en conjunto con el Centro de Diagnóstico Rossi.

- MUESTRA BUENOS AIRES PHOTO "Qhapaq Ñan" Subcooperativa de fotógrafos- LA RURAL.



o Exposiciones de arte y actividades culturales

Un espacio de arte en donde se exhiben y comercializan más de 200 obras permanentes que permiten el acceso al arte a todo tipo de público de acuerdo con sus posibilidades económico-financieras. Permanece abierto al público (gratuito) todos los días (inclusive feriados) de 10 a 18. A esto se suman charlas con artistas plásticos.

Indicadores 2016:

14 exposiciones individuales y 5 colectivas.

10 charlas brindadas por artistas plásticos.

13.000 asistentes a las exposiciones.

o Libro del Bicentenario

El Banco Ciudad y la Fundación Banco Ciudad presentaron el libro Independencia e Integración Nacional (1813-2016). Dos siglos de búsquedas. Se trata de una invitación a repensarnos como Nación, para seguir adelante con dignidad y esperanza.

o Sponsoreo del Teatro Colón y el Complejo Teatral Buenos Aires

El Banco continúa fortaleciendo el histórico compromiso y responsabilidad al acompañamiento de actividades que promuevan acciones culturales en el país, a través de los convenios suscriptos con el Teatro Colón y con el Complejo Teatral Buenos Aires (siendo sponsor principal de los mismos).

- Funciones exclusivas en 2016 destinadas a clientes y grupos de interés de la Institución:

- **28/4** - "Don Quijote" (ballet) en el Teatro Colón

- **5/10** - "Macbeth" (ópera) en el Teatro Colón

- **16/06** - "Doña Rosita la soltera o el lenguaje de las flores" en el Teatro Regio.

- Funciones exclusivas en 2016 en conjunto con la Fundación Banco Ciudad:

- **8/8** - "Celebración de la Independencia (1816-2016)"

- **19/9** - "100 años de Tango y Jazz"

- **24/10** - "A todo Radoszynski"

- Sponsor de la cartelera de los Teatros Picadilly y Gran Rivadavia

- Auspiciante de "Fuerza Bruta", "Festival Internacional Chopiniana de Piano 2016", "Presentación nueva discografía de la Cantante Patricia Sosa" y "Concierto inolvidable de Cacho Castaña".



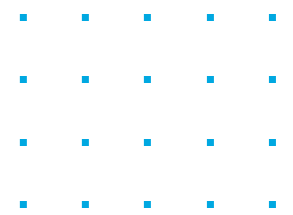
Teatro Colón

ACCESIBILIDAD

o Acondicionamiento de ATMs

En el marco de las normas de "Protección a los usuarios de Servicios Financieros", el Banco incorporó ATMs para personas con dificultades visuales para mejorar la calidad de atención, en distintos puntos de la Ciudad de Buenos Aires.

Indicador: 37 ATMs para personas con dificultad visual.





Derechos Laborales

Principios

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

Derechos laborales



AFILIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA

○ Negociación colectiva

El Banco es respetuoso de lo dispuesto por las **Leyes 23.551** (de Asociaciones Sindicales) y **14.250** (de Negociación Colectiva), las que a su vez receptan (en gran medida) lo dispuesto por los **Convenios de la OIT números 87 y 98**. En este sentido, el Banco participa activamente de la negociación colectiva del gremio bancario, como miembro de las Cámaras **ADEBA** y **ABAPPRA**, reconociendo como legítimo interlocutor a la Asociación Bancaria (asociación sindical con personería jurídica de la actividad).

○ Comisión Gremial Interna

Cada dos años se llevan a cabo en el Banco las elecciones de los miembros de la Comisión Gremial Interna de la institución. Actualmente dicha comisión cuenta con **40 miembros**, número que –teniendo en cuenta que la dotación empleada del Banco asciende a 3011- empleados supera el mínimo establecido por la Ley de Asociaciones Sindicales (**art. 45**), reconociéndole a la totalidad de los representantes una franquicia horaria (total o parcial) a fin de que desarrollen sus actividades sindicales con libertad.

VÍNCULOS LABORALES

○ Contratos laborales

La prohibición de este tipo de trabajo tiene raigambre constitucional en nuestro país, normativa que se cumple obligatoriamente. Nuestro país reconoce los dos convenios fundamentales de la **OIT** que tratan el tema -trabajo forzoso o realizado bajo coacción- (números 29 y 105). En este sentido, el Banco es respetuoso de todos los derechos laborales establecidos en la Ley de Contrato de Trabajo (**Nro. 20.744**) estableciendo sus vínculos laborales sobre una base de libre voluntad del trabajador. En este sentido, los contratos se suscriben con aquellas personas que hayan manifestado su voluntad de trabajar en la entidad, respetándose a lo largo de todo el vínculo la jornada laboral de 37 horas y media semanales establecida por nuestra convención colectiva, así como también el derecho de cada trabajador de renunciar y dar por extinguido el vínculo.

○ Erradicación del Trabajo Infantil

El Banco sólo perfecciona contratos de trabajo con personas mayores de edad (es decir que superen los 18 años de edad), estando, de este modo, por sobre el límite de edad permitido por ley (16 años con autorización de los padres –**art. 32** de la Ley de Contrato de Trabajo-).

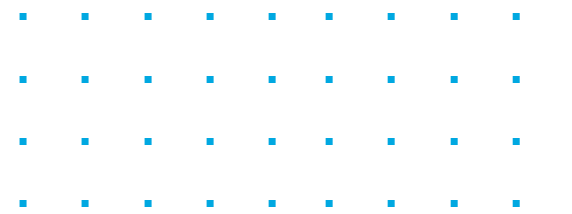
Dentro de la revista interna de la organización, se realizan notas que profundizan sobre el significado de los distintos principios del Pacto Mundial a los que al Banco adhiere. En el número de marzo de 2015, se publicó un artículo que aborda la problemática del trabajo infantil en Latinoamérica.

EQUIDAD

En cuanto a los métodos de remuneración, la política de compensaciones de la Entidad tiene por objeto garantizar la equidad y la correcta administración de los componentes de la compensación total, asegurando que éstos se encuentren permanentemente alineados a los objetivos y a la estrategia de la Institución, la sustentabilidad del negocio y la toma prudente de riesgos. La misma tiene alcance general, por lo que resulta de aplicación a toda la Institución.

Todos los empleados (incluyendo Gerentes y Gerente General) se encuentran comprendidos dentro del mismo convenio colectivo de trabajo. En materia de incentivos y gratificaciones se destacan que poseen alcance general, no dependiendo el porcentaje asignado de la jerarquía del personal. Por último, la gratificación por cierre de ejercicio se determina a partir de la distribución de las ganancias entre todo el personal y los premios Aniversario y Día del Bancario constituyen una suma fija igual para todos los empleados. Indicador: distribución de puestos gerenciales por género:

| Puestos (al 31-12-16) | Masculino | Femenino | Total |
|---|------------|-----------|------------|
| Suc. Comerciales (Gerentes) | 38 | 29 | 67 |
| Adm. Central (Coordinadores y Gerentes) | 77 | 25 | 102 |
| Total | 115 | 54 | 169 |



COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

○ Comunicación Interna

La comunicación interna es una herramienta de gestión que busca satisfacer las necesidades de los clientes internos, motivar, generar un buen clima, contribuyendo así a los objetivos de la organización. Transmitir mensajes corporativos, informar sobre lo que ocurre dentro de una organización, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y las diferentes gerencias son algunos de los objetivos que persigue la comunicación interna. La comunicación se convierte en un elemento fundamental para transmitir la cultura, para lograr su consolidación o para su cambio.

○ Canales de comunicación

- Mails de Comunicaciones Internas
- Revista interna
- Cartelera
- Newsletter institucional
- Newsletter de Recursos Humanos
- Protectores de Pantalla
- Cascadeo
- Ploteo de ascensores
- Nueva Intranet social y colaborativa

Indicador (medición 2015 de canales y campañas de comunicación interna sobre una muestra de 500 personas encuestadas bajo modalidad online y 50 personas en focus groups):

Mails de Comunicaciones Interna:

- 85% de lectura.
- 90% de contenido comprensible y tono cercano.
- 82% de diseño atractivo.
- 74% de información útil.
- 60% de información oportuna

Revista interna:

- 90% de redacción clara y comprensible.
- 80% de diseño atractivo.
- 70% de cantidad de información adecuada.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN

○ Canales interpersonales de comunicación interna

Se trata de espacios para que los empleados expresen sus opiniones, reflexionen acerca del trabajo en equipo, generen propuestas de mejora y conversen acerca de temas de relevancia institucional:

Espacios de conversación: consiste en una charla informal e individual entre cada colaborador con su líder inmediato que se realiza trimestralmente para conversar no sólo acerca de temas laborales sino también de asuntos personales como carrera profesional, motivación, situación familiar, trabajo en equipo, entre otros. **Indicadores:**

- Cumplimiento con el espacio: 71% (tercer trimestre 2015).
- Calidad del espacio (relevado a través de una encuesta online a 500 empleados en diciembre 2015): en el 86% de los casos sirvió para modificar y mejorar formas de trabajo

Grupos de intercambio: focus groups para relevar la opinión de los colaboradores en torno a distintos asuntos de interés institucional. Durante 2013 se realizaron 38 grupos. Indicador: 38 grupos focales en 2013, distribuidos en tres temáticas, con un promedio de 10 asistentes en cada uno; 10 grupos focales en 2015, sobre clima organizacional, con el mismo promedio de asistentes.

Desayunos entre áreas: espacio de comunicación en el que se reúne a integrantes de distintas áreas que trabajan en equipo para que conversen acerca de la interacción diaria. Los grupos fueron formados con la ayuda de los líderes quienes respondieron una encuesta indicando con qué dependencias tenían mayor vínculo. Indicadores: 2014: 15 desayunos | 2015: 15 desayuno; 147 participantes; 50 áreas participantes; 75 problemáticas; 30 acuerdos alcanzados; 70% de los empleados quiere ser convocado al espacio (dato obtenido en medición de canales y campañas de comunicación interna).

Red de Referentes de Comunicación Interna: se trata de un grupo de empleados (56) que extiende al equipo de Comunicaciones Internas del Banco con el objetivo de poder tener feedback de las comunicaciones emitidas y escuchar la opinión de las distintas dependencias. Los referentes transmiten la percepción sobre los distintos temas, contribuyendo a generar una comunicación más clara y representativa.

Indicadores: 2 encuentros anuales desde 2014; intercambios vía mail quincenales; 56 integrantes (1 representante por cada gerencia de administración central y 5 por zona de sucursales comerciales).

Banco de Ideas: luego de las 13 ideas recibidas en 2015, en 2016 se entregaron los reconocimientos a las tres ideas que fueron seleccionadas por el comité de evaluación, conformado por el Gerente General y los Subgerentes Generales del Banco.

CLIMA LABORAL

Uno de los objetivos estratégicos de la Gerencia de Recursos Humanos es impulsar la mejora del clima laboral, con la convicción de que la construcción de un excelente lugar para trabajar y la optimización del ambiente laboral de los colaboradores repercuten directamente en la rentabilidad del negocio. Bajo esta premisa, se trabaja fuertemente en el acercamiento y la integración con los empleados.

Acciones de endomarketing

Con el objetivo de mejorar el clima laboral y construir un vínculo de confianza con los empleados, se desarrollan a lo largo del año diversas acciones de endomarketing:

- Día de la familia.
- Torneos deportivos.
- Celebraciones por fechas especiales: desayuno por el Día de la Primavera, sorteos por el Día del Amigo.
- Campañas específicas en momentos destacados del año: Mundial 2014.
- Obsequios institucionales por el aniversario del Banco.
- Fiesta de fin de año.
- Programa de Bienestar (2015): dos clases de yoga, una clase de cocina saludable, pausas activas en todas las oficinas del Banco, 3 actividades e-learning.

Encuesta de Clima

Para tener un diagnóstico y programar acciones de mejora, en 2016 se realizó la segunda medición de clima a través de la consultora Great Place to Work. Indicadores: 65% de tasa de respuesta en 2016.

Puesto 23 en el ranking de Mejores Empleadores 2016 de la revista Apertura. El Banco Ciudad es la única empresa pública presente en el ranking. Esta medición engloba aspectos como: remuneración, carrera profesional, condiciones laborales, capacitación y ambiente laboral.



Programa de Reconocimientos

Desde 2013 la Gerencia de Recursos Humanos realiza el Programa de Reconocimientos para distinguir la tarea y el desempeño de los integrantes del Ciudad en función de la estrategia del Banco y sus valores. Estos son los distintos reconocimientos que comprende el plan, que propicia el agradecimiento y el compañerismo:

- **Desempeño Comercial (productos):** una vez al año se realiza un promedio del rendimiento de ciertas metas del incentivo trimestral de las sucursales y los integrantes de las dos mejores posicionadas en el ranking general reciben un reconocimiento.
- **Impacto Comercial Ciudad:** reconocimiento anual a las dos sucursales con mejor performance en el programa de Certificación de Impacto Comercial.
- **Premio a la Calidad de Atención:** los integrantes de las dos sucursales mejor posicionadas en la medición de Mystery Shopper reciben un premio.
- **Jubilaciones:** presente destinado a los empleados que cumplieron su edad obligatoria de jubilación y se retiran del Banco.
- **Instructores Internos:** se reconoce a los empleados que dictan actividades formativas cuando éstas no son inherentes a su puesto.
- **Cliente Interno:** los empleados eligen a tres colaboradores de áreas centrales (que no sean de su misma gerencia) teniendo en cuenta a quienes orientan en la resolución de algún problema de trabajo, atienden de manera cordial y eficaz, brindan confianza, son generosos y comprometidos con sus necesidades laborales. Se premia a los veinte más votados.
- **Mejor Compañero:** es el reconocimiento a los empleados más votados por los compañeros de sus propias dependencias por destacarse en atributos como cordialidad, predisposición, generosidad, compañerismo, cooperación, dedicación, escucha activa y vocación de servicio. Se premia al empleado más votado de cada dependencia.
- **Distinción al Mérito:** cada Gerente de áreas centrales tiene la posibilidad de premiar a los empleados que contribuyen a los objetivos y se destacan trabajando en equipo.

Jornadas de Integración

Outdoors dirigidos a líderes: encuentros que tienen como fin la integración y el trabajo en equipo (se organizan por segmentos de jerarquías o algunos específicos para áreas). El foco de estas jornadas es dar a conocer los objetivos estratégicos del Banco para cada año y reflexionar acerca del clima y del liderazgo en la organización. En 2016 las jornadas llevaron el nombre de Personas que Inspiran. **Indicador:** 7 jornadas; 600 asistentes.

Jornadas de Jóvenes Graduados: anualmente se realiza un encuentro de integración dirigido a los empleados que ingresaron al Banco a través del Programa de Jóvenes Graduados. El objetivo es brindarles una charla de inducción acerca del Banco, su estrategia, productos y perfil, y que puedan generar un vínculo entre ellos.

ACCESO AL EMPLEO

Ingreso de nuevos colaboradores

Uno de los valores del Banco es la igualdad de oportunidades y éste se traslada a la gestión de recursos humanos. Con la premisa de que todos los ciudadanos deben tener las mismas oportunidades para acceder al empleo público, el único requisito para un ingreso externo es calificar por los conocimientos y los méritos para llegar a un puesto. Con este enfoque se llevan adelante las búsquedas externas regidas por un proceso exhaustivo de selección igualitario, claro y transparente. En este sentido, la selección del personal en el Banco Ciudad persigue los siguientes objetivos:

- Brindar igualdad de oportunidades de acceso al empleo a todos los ciudadanos.
- Valorar el esfuerzo académico y el mérito.
- Hacer foco en las capacidades de los postulantes.
- Seleccionar al mejor capital humano existente en el mercado.

Como parte del proceso de incorporación de talentos, el Banco lanza anualmente dos grandes convocatorias: el ingreso al Call Center del Banco; y el Plan de Jóvenes Graduados, que busca incorporar a los mejores jóvenes profesionales del mercado, formándolos con un perfil generalista, adquirido a través de distintas rotaciones internas y en capacitaciones especialmente diseñadas.

Indicadores:

- Estudiantes avanzados para sucursales comerciales: 49 ingresos (postulantes: 1600)
- Jóvenes Graduados: 10 ingresos (postulantes: 859)
- Call Center: 47 ingresos (postulantes: 5766)



o Incorporación de personal con discapacidad

El Banco se rige por la Ley 1502, sancionada por la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, referida a la incorporación de personas con necesidades especiales al sector público de la Ciudad. Esta ley tiene por objeto regular la incorporación, en una proporción no inferior al cinco (5) por ciento, de personas con necesidades especiales al Sector Público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 43 de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

- Capacitaciones específicas de acuerdo a las necesidades operativas de las áreas.
- Convenios con universidades que otorgan a los empleados del Banco descuentos y facilidades de pago en determinadas carreras.

Indicadores 2016:

473 Becas al **100%** **31** Becas al **50%**

70% Actividades presenciales **30%** Modalidad elearning

88% de satisfacción con las actividades de capacitación (2016), según encuesta online que se completa al finalizar cada capacitación.

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL

o Capacitación

El Banco cuenta con un programa de capacitación, destinado a alcanzar al 100% de los colaboradores, enfocado tanto en temáticas soft como en asuntos funcionales. Con el propósito de ser un socio de estratégico del negocio, el plan comprende distintas facilidades:

- Cobertura de becas al 50% y al 100% dependiendo de la afinidad del título con las tareas realizadas en la organización
- Programas ejecutivos para líderes.
- Actividades e-learning obligatorias para todos los colaboradores.

o Evaluación de desempeño

Con frecuencia anual, se desarrolla en la organización un proceso de Gestión del Talento, una evaluación en la que los líderes discuten en comités sobre el desempeño y potencial de sus empleados. En este proceso se evalúan nueve competencias definidas por la organización:

- **Seis de ellas son comunes a todo el personal:** gestión del cliente, orientación a resultados, flexibilidad y adaptación al cambio, trabajo en equipo e innovación.
- **Dos para aquellos que tienen personal a cargo:** visión del negocio y gestión de las personas.
- **Una para quienes se desempeñan en el área comercial:** agresividad comercial.

La escala utilizada es **1 a 5, en donde 1 es el valor mínimo**. Los comités también evalúan el potencial de cada empleado utilizando la escala:

- **Alto potencial**
- **Promovible**
- **Máximo nivel**

Gestión del Talento es una herramienta organizacional que considera al talento en sentido amplio, como el emergente de las capacidades individuales de todas las personas que componen la organización. El proceso está diseñado para planear, analizar y mejorar el desempeño y potencial de todo el personal de la empresa, a través de una evaluación consensuada. Sirve como base para la gestión de recursos humanos (planes de capacitación, desarrollo, definición de perfiles, etc.). El proceso finaliza con una instancia de feedback en la que el líder conversa acerca de los resultados de la evaluación con su colaborador y establecen en conjunto acciones de mejora.

Indicador: 3,48 promedio general de la evaluación de todos los colaboradores del Banco.

o Búsquedas internas

Como posibilidad de crecimiento y desarrollo profesional dentro de la organización, todos los colaboradores del Banco pueden postularse a búsquedas Internas en las que cumplen con los requisitos solicitados. La oferta se realiza vía mail institucional a todo el Banco, informando el puesto buscado y los requisitos excluyentes y no excluyentes. Una vez que finaliza el período de inscripción, un comité evalúa las postulaciones y entrevista a los finalistas. Para los casos en que el postulante sea promovido por primera vez en puestos de jefatura, se realiza una evaluación psico-técnica focalizando en su potencial para liderar grupos de trabajo.

Indicadores: 157 colaboradores asumieron nuevos roles de liderazgo, 357 colaboradores rotaron.

o Proyecto Mejora Continua

En 2016 se lanzó el Proyecto de Mejora Continua que tuvo como objetivo analizar y proponer nuevas soluciones en temas en los cuales haya potenciales beneficios, con foco en el cliente. Para tal fin, se hizo una convocatoria a empleados que quisieran sumarse y trabajar durante 6 meses en equipos multidisciplinarios.

Indicador: 30 empleados participaron en los grupos de Mejora Continua.

ASISTENCIA A LOS EMPLEADOS

o Asistentes sociales

Se trata de un grupo de profesionales que acompaña a los empleados ante una enfermedad, enfermedad familiar u otro acontecimiento que requiera contención por parte de la organización.

o Licencias

- Licencia por Enfermedad.
- Licencia por Enfermedad Familiar.
- Licencia por Fallecimiento Familiar.
- Licencia por nacimiento (padres).
- Licencia por adopción.
- Licencia por examen.
- Licencia por donación sangre.
- Licencia por maternidad.
- Licencia por Matrimonio y Unión Civil.

o Servicio de Medicina Laboral

El Banco cuenta con un staff propio de médicos y enfermeros que prestan servicios en consultorios instalados en los edificios de administración central para atender inquietudes y malestares de salud de los empleados o realizar seguimientos de enfermedades. También desarrollan tareas de prevención y capacitación en primeros auxilios.

Programa Proyectos en Acción

Es un espacio de contención, expresión y autorreflexión destinado al personal que se encuentra en condiciones de obtener el beneficio jubilatorio en un corto plazo. El objetivo es acompañarlos a transitar una etapa de cambios, que implica movimientos y acciones que conforman su futuro fuera del Banco, brindando asimismo información importante y completa acerca de los trámites jubilatorios. La modalidad de abordaje incluye entrevistas individuales con asistentes sociales, talleres vivenciales grupales y charlas con especialistas en la temática.

Indicador: 36 participantes en 2015.

Elearning de Calidad de Vida

Capacitación online dirigida a empleados que trata temas de alimentación saludable, adicciones y enfermedades cardiovasculares.

Indicador: 1086 empleados inscriptos.

Programa Institucional de Cardio Prevención

Se basó en el equipamiento de los edificios centrales del Banco con Desfibriladores Externos Automáticos (DEA) y la capacitación del personal en técnicas de reanimación pulmonar y uso de DEA.

Indicador: el edificio de Sarmiento 630 certificó como área cardioprotectada.

Facilitadoras de Recursos Humanos

Un equipo de profesionales de la Gerencia de Recursos Humanos que recorre las distintas dependencias y dialogan con los empleados a fin de transmitir y resolver distintas inquietudes laborales y algunas extra laborales que tienen impacto en el desempeño de los empleados. Su función se caracteriza por la construcción de vínculo de confianza con los colaboradores.

Indicador: 1 visita mensual a cada dependencia.

PROGRAMA DE BENEFICIOS

Familia

Colonia de invierno y verano: la Asociación de Empleados del Banco Ciudad organiza la colonia de vacaciones en el predio de Vicente Lopez, destinada a los hijos de empleados que tengan entre 5 y 12 años. La colonia incluye el transporte puerta a puerta de los colonos y el comedor. Asimismo el banco ofrece la posibilidad de optar por el reintegro de gastos para la asistencia a otras colonias tanto en el ámbito de la CABA o de la provincia de Buenos Aires.

Indicadores: Cantidad de inscriptos en la colonia de invierno 2016: modalidad colonia en Vicente Lopez: **119**; modalidad reintegro: **18**.
Inscriptos en la colonia de verano 2016-2017: modalidad colonia en Vicente Lopez: **232**; modalidad reintegro: **254**.

Obsequio de nacimiento: voucher de regalo que se le entrega a los colaboradores del Banco que fueron padres.

Indicador: 94 regalos por nacimiento otorgados en 2016.

Asignación por guardería: consiste en el pago de una Asignación por Guardería por cada uno de los hijos que asistan a Jardines Maternales o de Infantes, con edades comprendidas entre los 45 días y hasta los 6 años inclusive (siempre que no asistan a escuelas de Educación Primaria).

Indicador: 340 empleadas alcanzadas con 419 hijos y 86 empleados con 92 hijos a diciembre de 2016.

Ayuda escolar: un aporte adicional al personal con hijos que cursen Educación Inicial (desde sala de 3 años), Primario, Secundario o Nivel Terciario/Universitario.

Indicador: 1158 empleados alcanzados por el beneficio.

Salud

Reintegro por vacuna para hijos de empleados: consiste en el reintegro por la aplicación de un grupo de vacunas prescritas por pediatras, que no son gratuitas, y hasta un tope de acuerdo al costo de cada una. Es un beneficio para hijos de empleados desde el nacimiento hasta los 18 años.

Indicador 2016: 48 reintegros por vacunas de hijos de empleados.

Reintegro de prestaciones médicas: se trata de la bonificación de la diferencia entre el costo del plan inicial de la prestadora de referencia (actualmente OSDE) para cada grupo familiar y la sumatoria de aportes que recibe la Obra Social.

Indicador 2016: 520 es el promedio de empleados que recibieron el reintegro.

Vacunación gratuita contra la gripe para empleados: campaña de vacunación anual y gratuita.

Indicador 2016: 1026 empleados alcanzados.

Finanzas y Proyectos

Préstamos hipotecarios:

Financiación del 90% de la propiedad: 9% hasta un monto de \$400.000; 10,5% hasta \$600.000; 13% hasta \$1.000.000

Financiación del 100% de la propiedad: 14% hasta \$1.000.000

Indicador: 43 préstamos otorgados en 2016.

Préstamos personales: el Banco ofrece préstamos personales hasta los \$400.000 a tasas preferenciales a solo requerimiento del empleado.

Indicador: 1.185 préstamos personales en 2016.

Tarjetas de crédito: se entrega a sus empleados tarjetas de crédito sin costo (Mastercard y Visa) y financia planes de pago por deudas de tarjeta. Están bonificados los costos de resumen, adicionales y upgrade.

Indicador: solicitudes de up grades y de modificación de límites durante 2016.

Descuentos exclusivos para empleados: convenios con comercios y empresas de servicio que otorgan beneficios especiales a los empleados del Banco Ciudad que realicen operaciones con tarjetas de crédito del Banco.

Indicador: 3 nuevos convenios concretados durante 2016.

Flexibilidad y tiempo libre

Día flex: un beneficio que permite, una vez al mes, retirarse 2 horas antes de finalizada la jornada laboral, con el objetivo de aumentar el equilibrio entre la vida laboral y la vida personal de los colaboradores.

Asistencia perfecta: dos días anuales de licencia especial en concepto de reconocimiento por la asistencia y la puntualidad perfecta durante un año.

Indicador 2016: 1311 empleados alcanzados.

Teletrabajo: en las tareas que así lo permitan, el Banco fue incorporando gradualmente la modalidad de teletrabajo (1 vez por semana), sosteniendo la plantilla horaria que se cumple habitualmente.

Indicador: 514 empleados con acceso a modalidad de teletrabajo.

Medio día por chequeo médico: consiste en media jornada laboral libre al año para la realización de chequeos médicos.

Maternidad flex: un beneficio que reduce la jornada laboral de las colaboradoras que reanudan de licencia por maternidad, en función de los meses de vida de su hijo, con un mínimo de 3 horas de labor diaria (edad del hijo en meses = cantidad de horas de la jornada laboral). La reducción de la jornada no impacta en la remuneración habitual.





Medio-ambiente

Principios

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

Medioambiente



BANCO VERDE

Un proyecto que involucra a todas las áreas del Banco y apunta a crear una cultura sustentable y a reducir el impacto medioambiental. Comprende los siguientes ejes de trabajo: prevención, sensibilización, transporte sustentable, compras y licitaciones.

○ Prevención

Para favorecer un enfoque preventivo, el Banco Ciudad cuenta con diferentes líneas de crédito verdes, para que tanto individuos como empresas, dispongan de herramientas financieras responsables con el medio ambiente:

- Renovación de equipamiento electromecánico más eficiente.
- Financiación de bienes de capital.
- Inversión en tecnología,
- Producción limpia,
- Infraestructura,
- Autonomía energética.

Estas propuestas están dirigidas a empresas del sector privado no financiero que busquen reducir el impacto medioambiental de su actividad. La iniciativa tiende a favorecer el acceso al crédito para mejorar los resultados en materia de calidad medioambiental del sector productivo y así contribuir a la reducción de residuos y corrientes de contaminación en su origen o final del proceso. Esto se logra gracias a estas líneas crediticias para la adquisición e instalación de bienes de capital, tecnologías de proceso productivos, software y/o sistemas de gestión ambiental e infraestructura. Asimismo, existen líneas de crédito específicas para la remodelación de escuelas, que ponen a disposición créditos blandos para aquellas remodelaciones que sean realizadas bajo normativas sustentables o tendientes a mejorar la ecoeficiencia de la infraestructura de estos espacios educativos.

SENSIBILIZACIÓN

○ Separación de residuos

En 2015 se inició una campaña de separación de residuos que consistió en la instalación de cestos específicos en los edificios de administración central y la customización a través de señaladores autoadhesivos de los cestos existentes en sucursales comerciales. La campaña estuvo compuesta por las siguientes etapas:

- Capacitación para las empresas de limpieza y seguridad del Banco acerca de la separación y disposición de los residuos.
- Distribución de cestos y señaladores autoadhesivos.
- Campaña de comunicación para difundir la iniciativa y sensibilizar acerca de la separación de residuos: protectores de pantalla, comunicaciones vía mail, ploteo de ascensores y nota en la revista interna.

○ Banca virtual

Desde el Banco se fomenta el uso de canales electrónicos, con campañas de activación del homebanking, de adhesión al resumen electrónico de tarjeta de débito y aumento de límite para realizar transacciones vía ATM. Asimismo y en línea con esta transformación digital en 2016 se lanzó la nueva APP del Ciudad, y la nueva web con un fuerte foco en autogestión. Todas las acciones que fomentan la Banca Digital reducen el impacto del Banco en la huella de carbono.

TRANSPORTE SUSTENTABLE

Acompañando la iniciativa del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires vinculada al transporte sustentable, el Banco Ciudad impulsa la utilización de bicicletas a través de las siguientes iniciativas:

- **Financiación:** desde el 2012 cuenta con líneas de crédito y financiamiento para la adquisición de bicicletas a tasa cero que representa uno de los principales ejes de la gestión crediticia ecosustentable.

Indicador: 22.000 operaciones en los últimos 3 años.

- **Bicicleteadas:** desde 2013 el Banco organiza bicicleteadas familiar en distintos ámbitos de la Ciudad de Buenos Aires. Las jornadas incluyen sorteo de bicicletas y obsequios de remeras vinculadas a la campaña.

Indicador (cantidad de participantes): 2013:1000, 2014: 1.500, 2015: 1.800, 2016: 2.000.

COMPRAS, LICITACIONES E INFRAESTRUCTURA

Para profundizar su compromiso con la sustentabilidad, el Banco ha modificado variables técnicas en sus mecanismos de compras, materiales e infraestructura:

- **Requisitos medioambientales en las licitaciones con proveedores externos,** como condición para calificar positivamente en la adjudicación de una carpeta de compras, para generar conciencia en todo el ámbito de influencia del Banco.

- **Inversiones en infraestructura pensadas con un componente sustentable:** utilización de Curtain Wall en las sucursales (tratamiento realizado a las paredes de vidrio perimetrales que cuentan con filtros para evitar la dispersión calórica del entorno interno y externo de los espacios de trabajo para utilizar menos los equipos de aire acondicionado), adquisición de equipos de aire acondicionado tipo VRV (más eficientes), recambio a tecnologías LED de todas las marquesinas y cartelerías (menor consumo eléctrico) y compra de mobiliarios reciclables.

- **Papelería FSC:** la certificación FSC garantiza que los productos tienen su origen en bosques bien gestionados que proporcionan beneficios ambientales, sociales y económicos. Los principios y criterios del FSC establecen los mejores procedimientos para llevar a cabo la gestión forestal en muchos países. En el Banco, esta certificación se aplica las compras e impresiones de: resmas, sobres, folletería anual, resúmenes mensuales de tarjetas de crédito, revista interna.

Indicadores 2016:

11.100 resúmenes de cuenta se envían anualmente en sobres FSC.

218.500 resúmenes de tarjeta de crédito se envían anualmente en sobres FSC.

Reducción de papel: se dejaron de emitir de forma compulsiva los resúmenes de cuentas a domicilio de los clientes desde julio de 2013, reduciendo en un 98,5% la impresión y derivándolos al servicio de homebanking en forma mensual y gratuita.

PROGRAMA NACIONAL A LA CALIDAD

Desde 2013 el Banco aplica el Modelo de Gestión de Excelencia, propuesto por el Programa Nacional a la Calidad de Fundece. Así, distintos grupos de trabajo analizan las oportunidades de mejora en cuanto a: liderazgo, planeamiento estratégico, enfoque en mercado y clientes, gestión de los procesos, gestión de las personas, gestión de los recursos y resultados. Dentro del relevamiento que propone este Programa se analizan distintas iniciativas del Banco vinculadas con el medioambiente y la sustentabilidad. Se trata de un proyecto de mejora continua transversal a todo el Banco.

Indicador: en el ejercicio preliminar realizado en 2016 (aún sin participar del premio) se obtuvo un puntaje de 441 puntos, superando el objetivo planteado para este año.

Bicicleteada Familiar





Anti- corrupción

Principios

Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

Anticorrupción

CÓDIGO DE ÉTICA

El Banco adoptó un Código de Ética para establecer las normas de conducta que se han de cumplir en la práctica de los negocios, para todos los integrantes de la Institución, no sólo en sus tareas cotidianas sino también en las relaciones que el Banco sostiene con el Gobierno, la comunidad, los competidores y los proveedores. El código cuenta con secciones específicas en cuanto a la transparencia y honestidad en el accionar, para la lucha contra la corrupción:

o Valores éticos y de buena conducta :

INTEGRIDAD *“Todos los integrantes de Banco Ciudad, tanto en su actividad laboral directa como en aquella que pudiera indirectamente atribuirse a la Institución o afectar su reputación, deben actuar con rectitud y honradez, procurando satisfacer el interés general y desechando todo provecho o ventaja personal; como así también, desempeñar sus tareas con independencia de sus propios intereses y de presiones externas; manteniendo una conducta ética y profesional”.*

Conflicto de intereses: *“para aquellas situaciones en que los intereses de los miembros de la Institución interfieran con sus deberes, o deriven en acciones con motivaciones diferentes de las requeridas para el cumplimiento de las responsabilidades correspondientes, los integrantes de la Institución no deben:*

- Recibir dádivas, obsequios, recompensas, remuneraciones, o cualquier otro tipo de compensación, en dinero o especie, por parte de cualquier persona jurídica o física, en razón del trabajo o servicio prestado al Banco.

- Actuar en nombre de la Institución en transacciones con personas u organizaciones que tengan conexión personal o familiar en grado significativo o que supongan la existencia de intereses financieros, comerciales o económicos para sí o para los mismos”.

Para difundir el Código de Ética, se envió una comunicación interna a todo el personal que incluía un formulario de confirmación de lectura y un link de publicación permanente del Código en la Intranet del Banco.

POLÍTICA SUSTENTABLE DE ÉTICA EMPRESARIAL

El Banco adhirió al Código de Prácticas Bancarias, al Código de Protección al Inversor y a las Reglas de Ética y Conducta Comercial para los agentes de mercado abierto.

LAVADO DE DINERO

El Banco cuenta con un conjunto de políticas, procedimientos y procesos orientados a prevenir el lavado de dinero y la financiación del terrorismo internacional, aprobadas por el Directorio de la Institución. Están diseñadas de acuerdo a los estándares internacionales y de Estados Unidos de América, establecen los principios básicos en materia “Conozca su cliente” (KYC), “Debidas Diligencia” (CDD) y “Diligencia Ampliada” (EDD). El propósito fundamental de todas estas políticas es la identificación de operaciones y actividades sospechosas y su reporte inmediato a la Unidad de Información Financiera.

Comunicación del Progreso