

2

0

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

2

0

DESTACADOS



62

sucursales



SEGUROS

+550 mil clientes confían en nuestra protección (+54 mil altas en 2020).



ATENCIÓN AL CLIENTE

+1,5 millones de llamadas en 2020 (94% satisfecho o muy satisfecho. 86% recibió solución a su inquietud).



+38.000 cuentas
de Cajas de Ahorro Social.

\$916,5 millones

fue la utilidad neta del ejercicio en 2020.



277 organizaciones sociales
con las que se interactuó.



270.640 personas
a las que se acompañó con nuestros programas.

\$69,2 millones

invertidos en la comunidad.



44 organizaciones apadrinadas
por colaboradores que participaron del programa de fortalecimiento a iniciativas solidarias.



188 voluntarios/as.



1.704 colaboradores.



50,8% son mujeres.



87% de nuestro personal cubierto
por Acuerdos de Negociación Colectiva.



+ de 20.000 horas de formación.

Lanzamos A•D•N,

nuestro nuevo espacio virtual de Aprendizaje, Desarrollo y Negocio.

Digital Workplace, adopción de herramientas de colaboración y creación digital.

Lanzamiento de nueva Intranet BH.



99,8% disminución
del consumo eléctrico



56,6% disminución
del consumo de gasoil en los grupos electrógenos



-88% de residuos
húmedos en Casa Central



1.150 kilos de papel y 5 kilos de plástico entregados
a la Fundación Garrahan



313 equipos tecnológicos y mobiliario destinados a 10 organizaciones
de la sociedad civil dentro del programa "Equipados para Dar"



Implementamos un Plan
de Contingencia Multidimensional



Dispusimos la operatoria remota
de Atención al Cliente en tiempo récord



Adecuamos el layout de las sucursales
para cuidar de nuestra gente y clientes.



Distribuimos +125.000 elementos
de prevención como barbijos, alcohol en gel y guantes



Promovimos la digitalización
de productos y servicios, y la adopción de canales de autogestión



Realizamos campañas masivas
de prevención de delitos digitales



SOMOS BANCO
HIPOTECARIO

- 2.1 Nuestras Áreas de Negocio
- 2.2 Ubicación de Nuestras Operaciones
- 2.3 Estructura Accionaria
- 2.4 Productos y Servicios



5 PLAN DE
CONTINGENCIA
COVID-19

- 3.1 Salud y Cuidado de Colaboradores
- 3.1 Continuidad del Negocio



19 NUESTRA ESTRATEGIA
DE NEGOCIO

- 4.1 Aceleración de la Transformación Digital
- 4.2 Desempeño Económico
- 4.3 Cadena de Valor



26 LA SUSTENTABILIDAD
EN BANCO HIPOTECARIO

- 5.1 Relevamiento de Grupos de Interés
- 5.2 Nuestro Impacto sobre los ODS
- 5.3 Análisis de Materialidad
- 5.4 Alianzas e Iniciativas
- 5.5 Nuestros y Avals
- 5.6 Parámetros del Reporte



37 GOBIERNO CORPORATIVO,
ÉTICA E INTEGRIDAD

- 6.1 Gobierno Corporativo
- 6.2 Marco Regulatorio
- 6.3 Visión y Misión
- 6.4 Código de Ética y Conducta
- 6.5 Prevención y Control de Fraudes
- 6.6 Gestión de Riesgos
- 6.7 Seguridad de la Información



44 DESEMPEÑO SOCIAL
Y AMBIENTAL

- 7.1 Comunidad del Banco
- 7.2 Impacto Ambiental
- 7.3 Programas con la Comunidad

Les doy la bienvenida al 10mo Reporte de Sustentabilidad del Banco Hipotecario, correspondiente al 2020, elaborado según los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI).

En Banco Hipotecario somos conscientes del importante rol del Sector Financiero en la construcción de un desarrollo sostenible. Por ello trabajamos continuamente para gestionar nuestro negocio de forma responsable, proteger a nuestro capital humano y desarrollarlo, apoyar a las comunidades donde operamos y preservar los recursos naturales.

En línea con lo anterior, en 2020 actualizamos la visión estratégica, con foco al 2023, fortaleciendo el rol como prestador de servicios financieros del hogar, de las familias y las empresas argentinas, eficiente y digital, y reconocido por la excelencia en la atención al cliente; promoviendo una cultura centrada en las personas, la toma de decisiones basada en datos y caracterizado por una huella social positiva.

Dentro de los aspectos destacados del año, cabe mencionar que la pandemia por COVID-19 fue un hecho inédito, que atravesó la gestión de todo el 2020 y que nos puso a prueba como organización y como individuos.

Ante este escenario, creamos una Comisión de Crisis, compuesta por referentes de distintas gerencias; desarrollamos un Plan de Continencia y construimos protocolos generales y transversales para el Banco y sus subsidiarias.

En la faz económica local se evidenciaron ciertos desequilibrios, una inflación persistente y el dictado de leyes y normas de parte del gobierno y entidades regulatorias que incluyeron el congelamiento del valor de alquileres y cuotas de préstamos hipotecarios, la prohibición de desalojos y despidos, los subsidios, las refinanciaciones compulsivas de créditos, entre otros. Aún con un panorama adverso, el resultado de las diferentes líneas de negocio posibilitó obtener una utilidad neta de \$916,5 millones.

En cuanto a lo social, en 2020 mantuvimos nuestro compromiso con la comunidad y continuamos apoyando a las organizaciones de la sociedad civil con las que habitualmente trabajamos. A su vez, promovimos el trabajo colaborativo y seguimos trabajando para brindar el acceso a la vivienda.

Nuestra cartera de clientes fue, es y será nuestro centro. En 2020 trabajamos para brindar respuestas ágiles y responsables, fieles a nuestra histórica misión social, acompañando el gran esfuerzo de todos los argentinos. Mantuvimos la atención presencial en toda la Red de Sucursales, que fueron dotadas de

elementos de protección y prevención, y en donde adoptamos protocolos y medidas de distanciamiento social.

En cuanto al personal, se adaptaron las formas de trabajo para aquellas personas que iban a nuestra emblemática Casa Central; se adoptó un esquema 100% virtual. Para ello, definimos buenas prácticas para el trabajo remoto y el liderazgo a distancia.

Aprovecho la oportunidad para reconocer y felicitar a nuestro capital humano por su compromiso con el Banco y haber sostenido las operaciones con altos estándares de calidad y, sobre todo, haber mantenido el Banco al servicio de la comunidad.

Con miras hacia el futuro, no quiero dejar de mencionar que ratificamos nuestro compromiso con el Protocolo de Finanzas Sostenibles y que seguimos trabajando en la construcción de una estrategia de finanzas sostenibles en la industria bancaria.

Sin más, los invito nuevamente a leer el Reporte y a conocer en mayor detalle nuestra Gestión en Sustentabilidad.



Eduardo S. Elsztain,
Presidente del Directorio.

2

SOMIOS BH





Nuestra historia ligada a los préstamos hipotecarios **permitió a más de 1,8 millones de familias argentinas acceder a su primera vivienda**, convirtiéndonos en creadores de dueños.

SOMOS BANCO HIPOTECARIO

Contenidos GRI 102-1, 102-5

Somos un banco simple y contemporáneo con amplia presencia en todo el país. Nuestra gestión se enfoca en brindar soluciones integrales en materia de crédito, ahorro e inversión, orientadas a familias, empresas y organismos del sector público.

Con 134 años de historia, somos una de las instituciones más sólidas del sistema financiero, con una composición accionaria mixta que conjuga las potencialidades de los sectores público y privado.

Nacimos en 1886 como el Banco Hipotecario Nacional (BHN) y, casi cien años después, nos transformamos en el Banco Hipotecario SA. Actualmente, nuestro accionista privado principal es IRSA Inversiones y Representaciones SA, una empresa de desarrollo inmobiliario líder en la Argentina.

› 2.1 Nuestras Áreas de Negocio

Contenidos GRI 102-6

A través de la **Banca Minorista** brindamos alternativas de financiamiento al consumo de individuos y soluciones integrales para la vivienda. Dentro de los servicios transaccionales ofrecidos se encuentran los medios de pago electrónicos, la acreditación de haberes en cuenta y la colocación de fondos.

En 2020 elevamos el compromiso que mantenía el Banco sobre los desarrollos de los canales digitales para mejorar la experiencia del cliente tanto en la obtención de nuevos productos y servicios como en la transaccionalidad.

Desde la **Banca Mayorista** financiamos a grandes empresas y emprendedores, y promovemos su acceso a los mercados de capitales.

› 2.2 Ubicación de Nuestras Operaciones

Contenidos GRI 102-3, 102-4

Contamos con una sede central, ubicada en Reconquista 101, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y una amplia Red de Sucursales, que nos permite llegar a todas las capitales provinciales del país.

Durante 2020, como respuesta a la situación excepcional provocada por la pandemia por COVID-19, se adaptó el modelo de atención a un sistema de dotación en burbujas rotativas que aseguró la operatoria de manera ininterrumpida en toda la Red de Sucursales. A su vez, se intensificó el uso de la "agenda de turnos", que permitió la atención a demanda de nuestra cartera de clientes; y se potenció la derivación a canales digitales.



CONTAMOS CON UNA RED DE **62** SUCURSALES



97%

CON RAMPA DE ACCESO PARA PERSONAS CON MOVILIDAD REDUCIDA



+150

CAJEROS AUTOMÁTICOS



+200

TERMINALES AUTOSERVICIO



20

SUCURSALES Y CAJEROS CON FUNCIONES PARA NO VIDENTES

Tabla 1

Ubicación de las operaciones

Sucursales



CAJEROS AUTOMÁTICOS



TERMINALES AUTOSERVICIO



SUCURSALES Y CAJEROS CON FUNCIONES PARA NO VIDENTES

CABA	10	24	2
Buenos Aires	51	62	6
Catamarca	3	2	-
Córdoba	13	20	1
Chaco	4	5	1
Chubut	4	5	1
Corrientes	3	3	1
Entre Ríos	5	8	1
Formosa	4	4	-
Jujuy	1	4	-
La Pampa	2	2	-
La Rioja	3	4	-
Mendoza	5	7	-
Misiones	4	3	-
Neuquén	3	5	1
Río Negro	2	1	-
Salta	3	4	-
San Juan	3	4	-
San Luis	2	3	1
Santa Cruz	3	3	1
Santa Fe	14	17	2
Santiago del Estero	2	6	-
Tierra del Fuego	2	2	1
Tucumán	5	8	1



› 2.3 Estructura accionaria

Contenidos GRI 102-5, 201-4

Nuestro capital social está integrado por cuatro clases de acciones:

- » **Clase “A”:** pertenecientes al Estado Nacional, o los agentes fiduciarios que este designe, cuyos derechos políticos son ejercidos por el Estado Nacional.
- » **Clase “B”:** destinadas a los tenedores del Programa de Propiedad Participada, colaboradores de la Sociedad, que –en la actualidad– representan el 3,8% del capital social y cuyos derechos políticos (hasta tanto sean adjudicados a aquellos) son ejercidos por el Estado Nacional.
- » **Clase “C”:** reservadas para su venta primaria en oferta pública a empresas cuyo objeto sea la construcción de viviendas o la actividad inmobiliaria. Actualmente, manejadas por el Estado Nacional a través del FFIR¹. Esta clase de acciones representa el 5% del capital social.
- » **Clase “D”:** pertenecientes al sector privado. La venta de las acciones “A” que efectúe el FFIR, como las que ulteriormente efectúen los futuros adquirentes de las acciones “B” y “C”, se transformarán en acciones “D”.

¹ FFIR: Fideicomiso del Fondo de Infraestructura Regional

Las acciones clase “D” no cambiarán de clase por ser eventualmente suscriptas o adquiridas por el Estado Nacional, otra persona jurídica de

carácter público o por personal que participa en el Programa de Propiedad Participada.

Durante la gestión 2020, no se registraron contribuciones a Banco Hipotecario S.A., realizadas por los gobiernos nacionales, provinciales y municipales, ya sea por beneficios fiscales o asistencia/subsidios en financiamiento.

En cuanto a la estructura accionaria, el gobierno argentino cuenta con una participación del 58,04% respecto al capital y 35,04% de los votos, a través de diferentes tipos de acciones.

Tabla 2 Distribución accionaria al 31/12/2020		
ACCIONISTAS	ACCIONES CLASE	% CAPITAL*
GOBIERNO ARGENTINO/BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA como Fiduciario del Fideicomiso de Asistencia al Fondo Federal de Infraestructura Regional (FFIR)	A	44,30%
BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA en su calidad de Fiduciario del Programa de Propiedad Participada	B	3,80%
BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA en su calidad de Fiduciario del Fideicomiso de Asistencia al Fondo Federal de Infraestructura Regional (FFIR)	C	5,00%
ANSES	D	4,94%
ACIONISTAS PRIVADOS	D	41,96%
(*) De un total de 1.500.000.000 acciones		

› Estructura del grupo económico

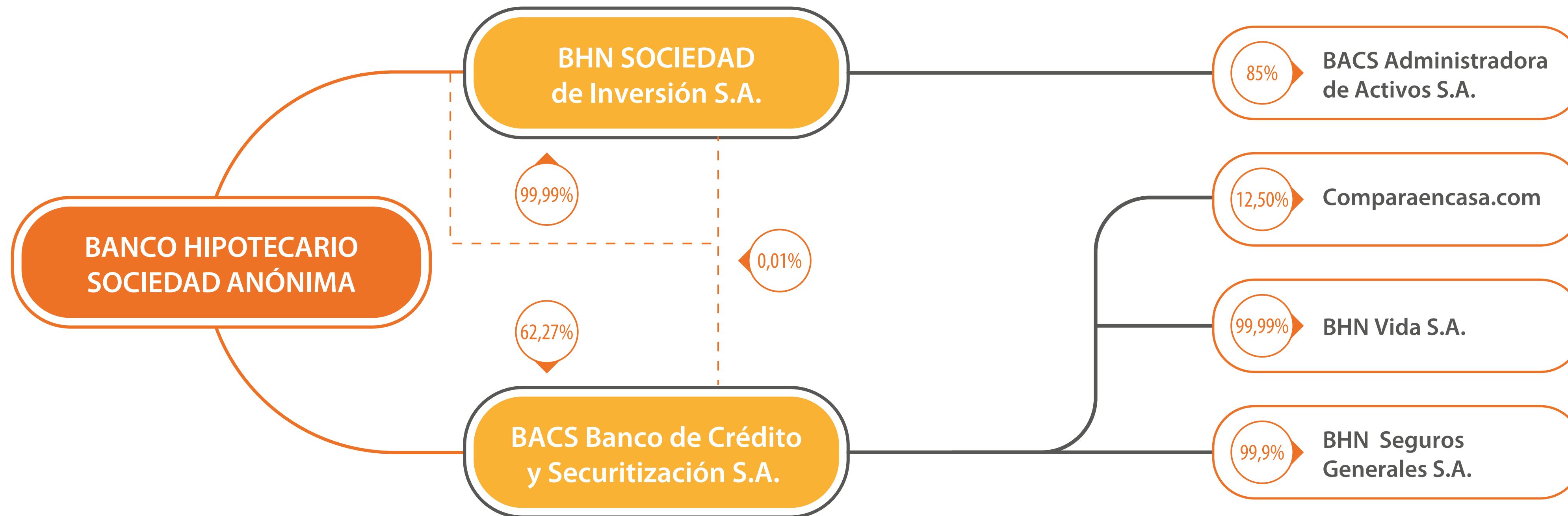
Contenidos GRI 102-10, 102-45

Los estados financieros consolidados de Banco Hipotecario S.A. incluyen las sociedades sobre las cuales el Banco posee control directo o indirecto². Las subsidiarias que no forman parte del presente Reporte se detallan a continuación:

- BHN Sociedad de Inversión S.A., que tiene por objeto efectuar inversiones y administrar las participaciones en el capital de otras sociedades; BHN Vida S.A., aseguradora del riesgo de vida de las personas; BHN Seguros Generales S.A., aseguradora de riesgos de incendio y daños sobre inmuebles y Comparaencasa.com.
- BACS Banco de Crédito y Securitización S.A. (BACS), que funciona como banco comercial y que, a su vez, tiene una participación accionaria en BACS Administradora de Activos S.A. (BACSAA).

Como sociedad controlante, en Banco Hipotecario ocupamos el centro de las actividades principales de intermediación financiera y des-concentramos en otras unidades económicas los negocios y servicios complementarios, de banca, de seguros y en sociedades de administración de fondos comunes de inversión.

² En el periodo reportado no se registraron cambios significativos en lo que respecta a la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la Organización.





› 2.4 Productos y servicios

Aspectos Materiales: **Acceso a la Vivienda, Microcréditos**

Contenidos GRI **102-2, 102-6**

A través de nuestros productos y servicios, creamos valor para la diversidad de nuestra cartera de clientes, de acuerdo con las necesidades de cada uno de los segmentos.

La estructura y el balance entre activos y pasivos permiten llevar adelante nuestra estrategia de crecimiento y desarrollo de productos de calidad.

Durante el período reportado, a raíz de la pandemia de COVID-19 y las medidas tomadas por el Gobierno Nacional, el BCRA realizó ciertas modificaciones en los productos, tendientes a aliviar la situación financiera de los diferentes

grupos de clientes. Entre otras medidas, se han modificado los plazos de vencimiento de obligaciones financieras, se ha eliminado el cobro de comisiones sobre algunas operaciones en cajeros automáticos, se suspendió el cobro de intereses punitorios para algunas obligaciones financieras por un plazo determinado, se han regulado las tasas máximas y mínimas de ciertos productos activos y pasivos, entre otros.

Como contrapartida y para compensar estos impactos sobre el sistema financiero, se redujo el costo de fondeo y se modificaron los requisitos de liquidez.

Al 31 de diciembre de 2020, los productos activos alcanzaron los \$128.855 millones, registrando una variación positiva del 13% respecto a 2019. Dentro de los activos, el monto correspondiente a préstamos alcanzó un 37,6%.

Por su parte, los productos pasivos (depósitos y obligaciones negociables), que constituyen fuentes de fondeo del Banco, registraron un saldo de \$111.353 millones, equivalente a un aumento del 14% respecto a 2019.

Esto se produjo como consecuencia de un aumento mayor a 87% de los depósitos y una disminución de 48% de las obligaciones negociables respecto a los valores registrados en 2019.

Productos Activos

- › Préstamos hipotecarios
- › Préstamos personales
- › Tarjetas de crédito
- › Seguros
- › Préstamos PYME
- › Préstamos corporativos

Productos Pasivos

- › Depósitos
- › Obligaciones negociables

Tabla 3 Volumen de Productos Activos y Pasivos

	2020	2019	2018
› Activos	128.855	114.310	167.620
› Pasivos	111.353	97.724	147.142
› Depósitos	83.113	44.238	62.014
› Obligaciones Negociables	18.829	38.934	62.757

Cifras en millones de pesos. Valores según los Estados Financieros Separados al 31/12/20.



Tabla 4

Distribución de la cartera de productos - Banca Minorista

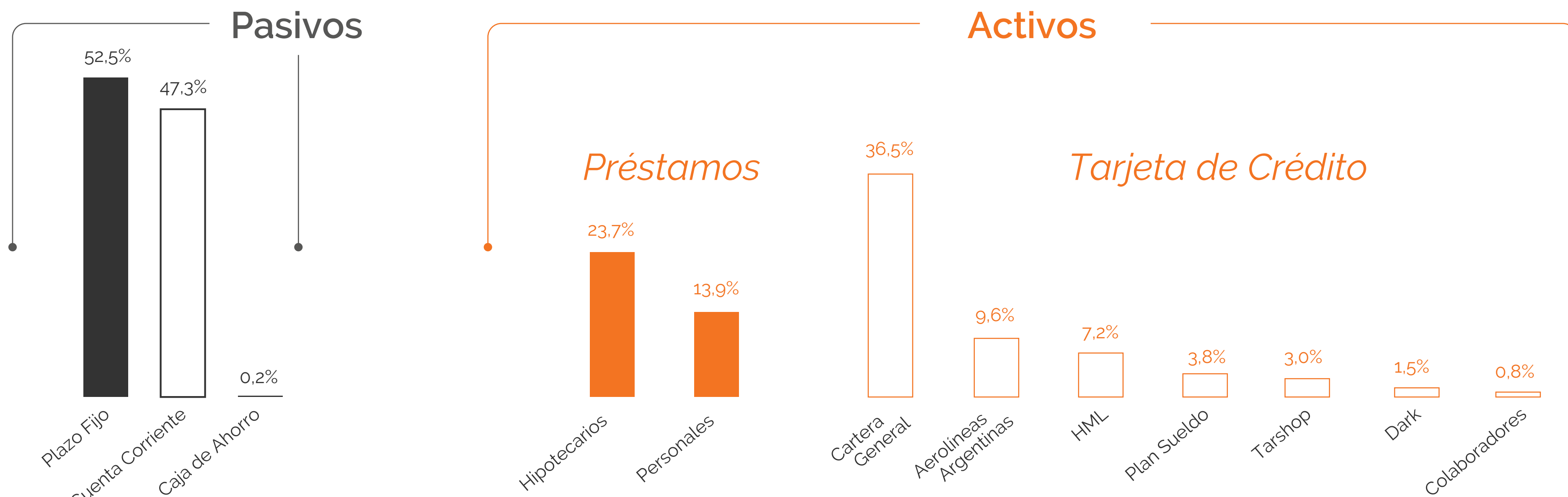
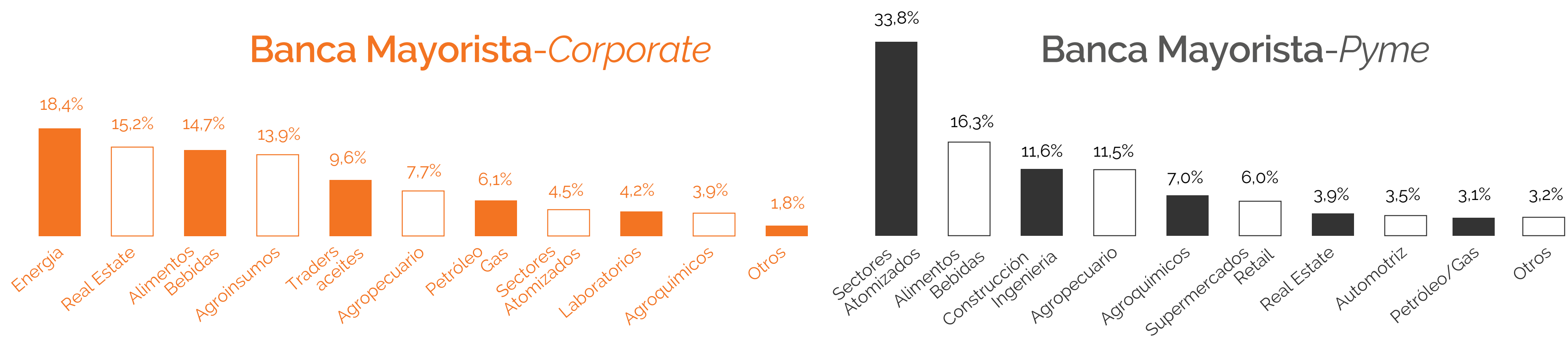


Tabla 5

Distribución de la cartera por sectores - Banca Mayorista





En cuanto a la distribución por sectores de la cartera mayorista (Corporate) en 2020, los sectores de Energía y Real Estate tuvieron la mayor participación, superando el 30% de la cartera. En cuanto a la distribución geográfica de los productos, la rama Corporate mantuvo el 100% de su destino en la región centro. Respecto al segmento Pyme, la región NOA aumentó su participación respecto a 2019 y alcanzó el 11%.

Tabla 6 Distribución geográfica de nuestros productos

Banca mayorista - Corporate

› Centro 100%

Banca mayorista - Pyme

› Centro 82,5%

› Cuyo 2,1%

› NEA 3,7%

› NOA 11,0%

› Patagonia 0,8%

› Productos Activos

Préstamos hipotecarios

Los préstamos hipotecarios son los productos que materializan nuestra misión de brindar asistencia a los habitantes para ayudar a cumplir con el sueño argentino de tener "la casa propia". Estos préstamos son otorgados con recursos propios y de terceros, y han permitido asistir a diferentes organismos públicos, como por ejemplo institutos provinciales de vivienda y el Fondo Nacional de la Vivienda.

Durante el 2020 continuamos con la colocación con fondos propios de créditos hipotecarios a través de la modalidad UVA, cuyo principal destino fue el financiamiento de la construcción, adquisición, terminación y ampliación de primera y segunda vivienda para el público general y clientes de cuentas sueldo, además de continuar con el desarrollo del programa PRO.CRE.AR a través de nuestro rol como fiduciario del fideicomiso desde 2012.

A su vez, continuamos con actualizaciones dentro del canal de origenación digital para mejorar la experiencia de la cartera de clientes y obtener el crédito en un menor plazo de origenación. Nos enfocamos principalmente en el desarrollo de los productos del programa PRO.CRE.AR, permitiendo realizar la tramitación del crédito 100% en forma digital. En el periodo 2020 incorporamos como nuevas funcionalidades el dashboard de seguimiento de operaciones que le permite al cliente hacer el monitoreo de su solicitud de crédito, la carga completa de la solicitud y de la documentación respaldatoria, entre las más destacadas. Esto mantiene los niveles de origenación del programa, realizando la tramitación sin la necesidad de concurrir a la sucursal, en un periodo de pandemia con el fin de que las familias puedan acceder a las soluciones de vivienda al poner a resguardo su salud.

Por otra parte, finalizamos el proyecto "Financiación con fondos de terceros" que permite la administración de fondos de interesados en originar créditos hipotecarios utilizando los servicios de administración de fondos y origenación de créditos.



El programa **PRO.CRE.AR** tiene como fin garantizar, de manera creciente, el derecho de acceso a la vivienda y promover un círculo virtuoso en la economía.

En 2020 cumplimos ocho años como administradores del fideicomiso de **PRO.CRE.AR**, por el cual entregamos + de 213.000 soluciones de viviendas como respuesta a las necesidades habitacionales identificadas en el país.

PRO.CRE.AR. Bicentenario

En 2012 se constituyó el Fondo Fiduciario Público, denominado Programa Crédito Argentino del Bicentenario para la Vivienda Única Familiar, que dio lugar al Programa de Créditos más importante de las últimas décadas para acceder a la vivienda. El objetivo principal del Programa, además de constituirse en motor necesario para la dinamización de la economía, fue y es el de encarar la demanda habitacional, hasta su creación, insatisfecha.

En nuestro rol de fiduciarios del Fideicomiso, desde Banco Hipotecario, implementamos el otorgamiento y el cobro de los créditos ofrecidos, garantizando la ejecución del Programa y aplicando nuestra vasta experiencia en el mercado de créditos para la vivienda.

Atributos del Programa PRO.CRE.AR

- Multiplicador
- Federal
- Transparente
- Inclusivo

Dada la situación sanitaria, en agosto 2020, el Programa fue relanzado, priorizando tres ejes principales:

- > **Actualización de la Agenda Urbana:** amplio rango de destinatarios/as, con el compromiso de incluir personas con capacidades diferentes, respeto y protección de las identidades locales, y la perspectiva de género. Asimismo, se incorporaron criterios de conectividad, accesibilidad, sustentabilidad ambiental e higiene comunitaria.
- > **Integralidad de los Proyectos:** integración de estos con la trama urbana, generando espacios públicos de calidad y nuevas infraestructuras que permitan usos comerciales, culturales y comunitarios, fijando el concepto del espíritu federal del Programa.
- > **Dinamización de la Economía:** reactivación de las economías locales teniendo en cuenta el contexto crítico, generando empleo y reconociendo el rol estratégico de la construcción.

Para ello, se crearon vehículos crediticios acordes con el marco actual y teniendo presente las dificultades salariales de este Ejercicio. Se creó una nueva fórmula de actualización crediticia denominada Hog.Ar, que se vincula a la variación salarial y reemplaza a las UVAs, brindando previsibilidad durante la vida del crédito.

Las líneas de crédito alcanzadas por este relanzamiento son:

- > Línea Mejoramiento Microcréditos: para mejorar las terminaciones y los arreglos menores.
- > Línea Mejoramiento Refacción: para refacción general de la vivienda.
- > Línea Mejoramiento Gas: para realizar instalaciones domiciliarias de acceso a la red de gas hasta tres bocas.
- > Línea Ampliación: para ampliaciones de hasta 20m2 en viviendas existentes.
- > Línea Construcción: para construcción de viviendas de hasta 60m2 en lote PRO.CRE.AR, Municipal o propio.
- > Línea Lotes con Servicios: generación de suelo urbano para familias que no cuentan con terreno propio.
- > Línea Desarrollos Urbanísticos: emprendimientos urbanísticos y de conjuntos de viviendas en Predios PRO.CRE.AR.

Gestión de conflictos comunitarios: logramos articular con los grupos de beneficiarios y llegamos a acuerdos pacíficos que promovieron la convivencia no solo en el interior de los barrios sino con los barrios aledaños.

Financiación de Vivienda Individual

Las líneas de créditos individuales varían de acuerdo con las necesidades de los beneficiarios: construcción, ampliación, terminación y refacción de viviendas.

cesos de integración social, y estimular el crecimiento de la economía a través de la construcción de viviendas. A su vez, como valor añadido, otorga la posibilidad de control y uso social del suelo urbano, lo cual contribuye a limitar la especulación inmobiliaria.

de otros sorteos), que representaron un total de 4.604 lotes.

➤ En el mismo período, y en un contexto adverso, se lograron entregar 2.687 viviendas y 503 lotes con servicios.

El hito de entregas se logró a pesar de la restricción sanitaria vigente y atendiendo absolutamente todos los protocolos emanados de las autoridades del Gobierno. Significó la puesta en marcha de procesos novedosos con el objetivo de cumplir las pautas fijadas por las autoridades del Programa, sin desmedro del cuidado de trabajadores de las distintas etapas de este proceso, por demás complejo (colaboradores del Banco de áreas externas e internas, escribanías, personal general de las obras, funcionarios y autoridades gubernamentales y, sobre todo, familias beneficiarias a lo largo y ancho del país).

La línea Ahorro Joven, que convocó a jóvenes de entre 18 hasta 35 años, fue discontinuada, pero se mantuvo el compromiso del Programa en cuanto a la entrega de una solución habitacional. En este sentido, se continuó el trámite de aquellos Beneficiarios que habían avanzado en el proceso.

LÍNEA	CANTIDAD DE CRÉDITOS		MONTO OTORGAMIENTO (MILLONES DE PESOS)		FONDOS
	2020	2019	2020	2019	
Construcción de vivienda	2	27	7,1	44,9	Propios del BHSA
Adquisición de vivienda	11	23	15,3	33,9	
PRO.CRE.AR Ahorro Joven	22	92	15,7	83,7	PRO.CRE.AR
Microcréditos Mejor Hogar	13.416	25.371	558,9	853,2	

Desarrollos Urbanísticos

La línea de Desarrollos Urbanísticos constituye la principal línea de créditos para la adquisición de viviendas a estrenar disponible en el país.

Las familias de distintas localidades argentinas tienen la oportunidad de participar en sorteos para viviendas -llave en mano- o lotes con servicios, según la propuesta disponible en su zona.

Los Proyectos Urbanísticos son una herramienta para fortalecer y profundizar los pro-

Logros 2020

+23.000 VIVIENDAS EN EJECUCIÓN CON UN VOLUMEN MAYOR A 2 MILLONES DE M²

- 70 predios adjudicados y en marcha (97,7% es el promedio de avance físico de las obras y 95,4% el promedio de avance financiero).
- 16 predios de viviendas sorteados entre 55.000 inscriptos (predios nuevos y remanentes de otros sorteos), que representaron un total de 3.267 viviendas.
- 45 predios de lotes con servicios sorteados entre 70.000 inscriptos (predios remanentes



Desarrollo Urbanístico Estación Buenos Aires

En 2020, 76 familias adquirieron su vivienda dentro del Predio a través de un crédito subsidiado y finalizó el proceso de relocalización.

Estas familias eran residentes en terrenos fiscales, que vivían en edificios precarios que atentaban contra su salud. Al construirse el Desarrollo Urbanístico, se erigieron edificios para que estas tuvieran la tenencia legal de sus viviendas y habitasen departamentos de calidad con todos los servicios básicos.

Préstamos personales

Los préstamos personales que ofrecimos a nuestra cartera de clientes del segmento minorista en 2020 se caracterizaron por ser a tasa fija, con un financiamiento de hasta 60 meses y un monto máximo ofertado de \$1.000.000 (un millón).

A su vez, a partir de junio se incorporaron ofertas de tasa preferencial para los clientes de los segmentos Renta Alta y Plan Sueldo que fueron estimulados en campañas por canales digitales y sucursal, lo que permitió un incremento de la originación a partir del segundo semestre y la superación del objetivo inicial del año.

Finalmente, durante todo el 2020 se colocaron 2.808 casos que representaron \$327 millones

en volumen, lo cual representa una baja del 28% respecto a 2019.

Los canales de oferta y adquisición de este producto por parte de los clientes son fundamentalmente la Red de Sucursales. El share de originación se distribuye en un 69% sucursal, 29% home banking y 2% telemarketing.

Tabla 8 Préstamos personales

	2020	2019
› Préstamos personales otorgados	2.808	7.642
› Volumen (millones de pesos)	327	456

Tarjetas de crédito

La cartera de clientes de las tarjetas de crédito VISA (nacional, internacional, Gold, Platinum y Signature) se compuso de 658.910 cuentas con resumen, que representaron un volumen de \$19.762 millones para 2020.

En el transcurso del año se han implementado diversas políticas gubernamentales (Regulaciones Normativas, impulsadas por el BCRA)

Tabla 9 Cartera de clientes- Tarjetas de crédito y débito

	2020	2019	2018
› Cantidad de tarjetas de crédito	658.910	829.181	769.255
› Cantidad de tarjetas de débito	788.551	795.463	741.275

con motivo del Aislamiento Social, tales como: otorgamiento de Créditos a Tasa 0% a Mono-tributistas y Autónomos a través de tarjetas de crédito; la refinanciación de los saldos mensuales con un período de gracia y a tasa fija; cargos de comisiones fijos para todo el año, entre otros.

Durante el 2020 continuamos con la Estrategia Comercial con foco en el crecimiento y cuidado de los segmentos target, tanto desde la adquisición como desde la fidelización/retención.

A su vez, seguimos incorporando mejoras en la Experiencia de Clientes, principalmente en los canales digitales (con foco en la visualización y la navegabilidad en Banca Móvil).

Contamos con +658 mil cuentas de tarjetas de crédito y +788 mil de débito



+550 mil clientes confían
en nuestra protección
+54 mil altas en 2020

Actividad aseguradora

Ofrecemos a nuestros clientes la protección que más necesitan a través de una amplia oferta de seguros:

- > Hogar
- > Vida
- > Accidentes personales
- > Bienes móviles
- > Robo en cajeros
- > Compra protegida
- > Salud
- > Automotor
- > Seguro integral de comercio

Los seguros conforman la cartera que generó 152 mil ventas en 2019. La cantidad de seguros vigentes en el período reportado fue de 686.000 y el nivel de primas devengadas acumuladas alcanzó los \$1.539 millones.

En 2020 registramos 54.500 altas, producidas a través del canal telemarketing (62%) y el canal sucursal (38%). La cartera de seguros cerró el año con 555.000 pólizas vigentes, un 20% me-

nos que las registradas al cierre de 2019. El nivel de primas devengadas acumuladas en el año ascendió a \$1.706 millones de pesos.

Adicionalmente, en 2020 se produjo un ingreso por comisiones conseguido gracias a las acciones promocionales y la referenciación de clientes para la oferta de Multiasistencias al Hogar. Las comisiones percibidas por esta línea de negocios alcanzaron los \$49 millones acumuladas en el año.

Préstamos Corporativos y Pyme

En línea con la estrategia global, la Banca Corporativa se focalizó en incrementar los volúmenes transaccionales. De esta forma, la oferta de créditos se direccionó principalmente a capital de trabajo y hacia clientes con reciprocidad sobre negocios transaccionales, manteniendo siempre una cartera equilibrada con una adecuada exposición al riesgo crediticio.

Respecto a 2019, la Banca Corporativa reflejó un incremento en los activos en pesos, principalmente en acuerdos y préstamos de capital de trabajo, y una disminución de la cartera en dólares de USD 40 millones (-42%).

La Banca PyME cuenta con más de 3.200 clientes de una amplia variedad de segmentos. Al cierre del ejercicio, la exposición por financiamiento a empresas Pymes se ubica en el orden de los \$2.605 millones, de los cuales el 82% corresponden a préstamos garantizados, acompañando las líneas crediticias dispuestas por el BCRA para las MiPyMEs de todo el país.

La cartera de préstamos del sector privado se compuso por un 66,3% de préstamos para el consumo y la vivienda, y un 33,7% de préstamos comerciales. Por otra parte, el 17% de los préstamos contaba con diferentes tipos de garantías.

Tabla 10 Seguros

	2020	2019	2018
> Seguros vigentes	555.000	686.000	853.000
> Primas devengadas (millones de pesos)	1.706	1.539	1.282

Valores según Memorias al cierre de cada año.

Tabla 11 Préstamos PyME

	2020	2019	2018
> Exposición al financiamiento - Pymes (millones de pesos)	2.605	950	1.700
> Préstamos garantizados	82%	65%	82%

Tabla 12 Préstamos al Sector Privado

	2020	2019	2018
> Volumen (millones de pesos)	48.448,0	43.594,9	45.161,8
> Tipo			
• Consumo	49,3%	55,8 %	59,3 %
• Comercial	33,7%	28,1 %	28,1%
• Hipotecario	17,0%	16,1 %	12,6%

Valores según Memorias al cierre de cada año.



> Productos Pasivos

Depósitos a la vista

Durante el 2020, para la captación de cuentas nos enfocamos en la estrategia de adquisición de Paquetes de Productos, y se logró la apertura de 98.035 cuentas en pesos. El 26% de estas altas se realizaron por canal sucursal y el 60% a través de nuestros canales electrónicos, principalmente home banking. Esta distribución se debe a la disminución del tráfico en sucursales por efecto de la pandemia de COVID-19.

Por otra parte, se originaron 35.541 cajas de ahorro en dólares, con un marcado descenso respecto a 2019.

Se continuó con la estrategia de paquetización, en diciembre se vendieron 55.000 paquetes que representaron la apertura de 14.600 cajas de ahorro en pesos, 27.350 cajas de ahorro en dólares y 5.800 cuentas corrientes nuevas.

Con el fin de incrementar la fidelidad, el uso de las cuentas y la transaccionalidad, continuamos con el plan de campañas comerciales segmentadas hacia determinados clientes. Las mismas, están centradas en incrementar la utilización de la cuenta como medio de pago y los consumos y la activación de la Tarjeta de Débito median-

te beneficios en distintos rubros (comercios, supermercados, entre otros).

En cuanto al inventario de cuentas, en 2020 se produjo un considerable aumento de las Cajas de Ahorro Social, que superaron las 38.000 cuentas a fin del período.

Tabla 13 Apertura de Cuentas

	2020	2019	2018
> Cajas de ahorro en pesos	98.035	80.748	129.733
> Cuentas corrientes	6.369	16.413	18.635
> Cajas de ahorro en USD	35.541	100.117	90.541

Tabla 14 Inventario de Cuentas

	2020	2019	2018
> Cantidad de cuentas corrientes	38.884	42.540	26.167
> Cantidad de cajas de ahorro	815.228	816.426	795.389
> Cantidad de cajas de ahorro de avuda social	38.229	11.833	-



Depósitos a Plazo Fijo

Nuestra estrategia en la captación de depósitos a plazo fijo apuntó a consolidar los criterios de sustentabilidad, calidad y optimización de la rentabilidad de las carteras. Para ello trabajamos en forma diferenciada tanto con clientes institucionales como con individuos, aplicando tasas diferenciales por segmento y optimizando el costo de fondeo. Asimismo, para los clientes individuales aplicamos una diferenciación de tasa por plazo y monto, lo que permitió una mejora en la rentabilidad de cada tramo.

A partir de noviembre 2020, se retomaron las campañas de plazo fijo con estímulo de tasa preferencial a segmentos target y no clientes del Banco con Plazo Fijo Web.

Con respecto a la gestión sobre los clientes institucionales, continuamos fortaleciendo el liderazgo en las sucursales del interior del país, a través de la gestión personalizada y de la oferta segmentada de productos según el tipo de cliente. Además, mantuvimos la estrategia de incentivo y derivación a canales electrónicos (home banking, TAS, y banca móvil) para realizar plazos fijos, fomentando así el uso de cuentas que generen float en estas.

En 2020 logramos incrementar el volumen de saldos de depósitos a plazo de personas humanas en toda la Red de Sucursales, creciendo \$3.279 millones y alcanzando más de 35.900 clientes.

Tabla 15 Inventario de Depósitos

	2020	2019	2018
› Plazo Fijo en pesos (millones de pesos)	33.244	13.588	13.752
› Plazo Fijo UVA (millones de pesos)	356,8	757,5	630
› Plazo Fijo en USD (millones de dólares estadounidenses)	41	63	44

Otras fuentes de financiamiento

Durante 2020 continuamos con nuestra estrategia de diversificación de las fuentes de fondeo, basada en depósitos a la vista y a plazo y en deuda en los mercados de capitales (DCM). Colocamos Obligaciones Negociables en el mercado local en pesos por un valor nominal equivalente a \$390,6 millones con un plazo de 18 meses, y en UVA por un valor nominal equivalente a UVA 60,3 millones con un plazo de 24 meses. Adicionalmente, emitimos Obligaciones Negociables en dólares por US\$ 78,3 millones como resultado del proceso de canje de la Obligación Negociable XXIX.

Tabla 16 Fuentes de fondeo

	2020	2019	2018
› Deuda Local	10,0%	14,4%	9,7%
› Deuda Internacional	9,0%	32,8%	24,1%
› Depósitos totales	81,0%	52,8%	66,2%

3

PLAN DE CONTINGENCIA COVID 19



Elaboramos un plan de contingencia multidimensional que priorizó la salud de nuestro personal y el resguardo de la gestión del negocio, siempre velando por el cuidado y la asistencia de nuestra cartera de clientes

PLAN DE CONTINGENCIA COVID-19

Aspecto Material: **Salud y Seguridad**

Contenidos GRI **103-2, 403-5, 403-6, 403-7**

El repentino surgimiento de la pandemia de COVID-19 impuso una agenda tan desafiante como urgente, tanto para el sector público como el privado. A su vez, el gran impacto a nivel sanitario, económico y social puso de manifiesto retos inéditos y la necesaria colaboración entre las entidades bancarias en pos de compartir mejores prácticas y ayuda mutua.

Vale destacar que, en el plano de Responsabilidad Social, en 2020 continuamos con el trabajo cercano y la colaboración con distintas organizaciones de la sociedad civil, y nuestras acciones de inversión social se adaptaron a las demandas y urgencias que se manifestaron a raíz de la pandemia de COVID-19.

Para llevar adelante el Plan de Contingencia, fue fundamental crear una Comisión de Crisis, compuesta por referentes de distintas gerencias, como así también el desarrollo de protocolos generales y transversales para el Banco y sus subsidiarias.

Comisión de crisis

Contingencia COVID-19

- Trabajo Remoto
- Nueva modalidad de atención en Sucursales
- Experiencia del cliente & Ciberseguridad
- Digitalización, Virtualización
- Uso eficiente de Recursos Naturales

- › Salud y Cuidado de Colaboradores
- › Continuidad del Negocio

› 3.1 Salud y cuidado de Colaboradores

Una de las primeras medidas que implementamos fue disponer que el **100% del personal de las áreas centrales trabajara en forma remota**, manteniendo los estándares de servicio, calidad y seguridad requeridos para un adecuado funcionamiento del Banco. Para ello, definimos buenas prácticas para el trabajo remoto y el liderazgo a distancia. A su vez, para acompañar esta nueva modalidad de trabajo *Home Office*, se gestionaron, coordinaron y configuraron todos los equipos informáticos del Banco.

Para quienes tuvieron que asistir al trabajo en forma presencial, implementamos una **DDJJ de salud** y desarrollamos **protocolos de emer-**

gencia ante un caso positivo o sospechoso. A su vez, distribuimos insumos de prevención personal y cartelería para Sucursales; y brindamos un curso obligatorio sobre la concientización del COVID-19 para nuestro personal.

Por otra parte, habilitamos dispositivos de **vacunación antigripal** en todas las Sucursales y 7 puntos de aplicación en CABA y GBA para colaboradores de Casa Central.

Para conocer la percepción de nuestro personal, identificar oportunidades y potenciar su desempeño, realizamos **4 encuestas pulso, con un promedio de 200 participantes.**



4 encuestas pulso
reflejaron **85% de
aceptación del
teletrabajo** como
modalidad habitual.

En el aspecto de Cultura y Comunicación, durante el 2020, promovimos la adopción de **herramientas colaborativas** que impulsarán una mejor forma de trabajo, tales como *Teams*, *SharePoint*, *Forms*, *Stream*, entre otras. El hito de mayor importancia, que nucleó muchas de estas herramientas, fue el lanzamiento de una nueva Intranet, más ágil, accesible y colaborativa, desarrollada con nueva tecnología dentro de SharePoint.

Se realizaron más de **15 campañas de comunicación** relacionadas al negocio y a programas de Capital Humano, y se desarrollaron distintas celebraciones virtuales en fechas especiales (la voz del cliente, medallas a la trayectoria, fin de año, etc.) para potenciar el compromiso y los objetivos del año.

Más de 100 acciones de comunicación fortalecieron el compromiso con la continuidad del negocio y las medidas de prevención para cuidar a nuestra cartera de clientes y colaboradores.

¿CÓMO USAR CORRECTAMENTE EL BARBIJO O TAPABOCAS?

Recordá que deberás usarlo siempre que estés en contacto con otras personas.

Si trabajás en Sucursal, es obligatorio durante todo el horario de atención.



#NosCuidamosEntreTodos

ENCUESTA PULSO III COVID-19

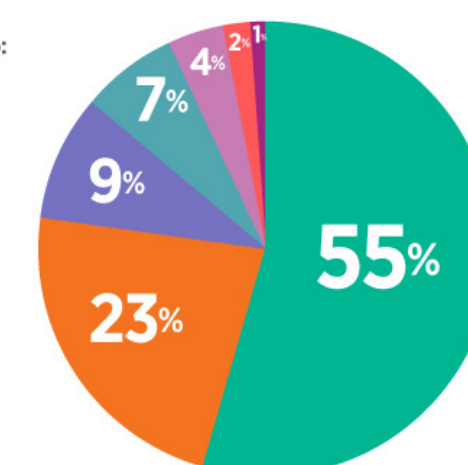
291
PARTICIPANTES

SOBRE EL TRABAJO REMOTO

- En BH se sigue fomentando la productividad y la planificación del trabajo. ★★★★★
- Mi líder confía en que puedo realizar mis tareas de manera remota. ★★★★★
- Mi líder se enfoca más en los resultados que voy obteniendo que en el seguimiento detallado de las tareas que realizo. ★★★★★

En la vuelta a la oficina, continuaría trabajando remoto:

- Si, un día por semana
- Si, dos días por semana
- Si, tres días por semana
- NO, me desempeño con atención al público
- NO, para completar mi tarea tengo que estar en la oficina
- NO, me gusta el trabajo 100% presencial
- Otras



Gracias y aplausos por el esfuerzo y compromiso a todas las personas de Banco Hipotecario
Equipo de Gerencia General.



Adecuamos el *layout* de las sucursales, las dotamos de elementos de seguridad y distribuimos **+125.000 elementos de prevención** como barbijos, alcohol en gel y guantes, para cuidar la salud de colaboradores y clientes

› 3.2 Continuidad del Negocio

La pandemia generó grandes consecuencias en los negocios y las actividades económicas a nivel global y local. Por ello, para asegurar la continuidad del negocio y reforzar el compromiso con nuestra cartera de clientes, implementamos una serie de acciones que van en línea con la nueva visión del Banco de ser un prestador de servicios financieros eficiente y eficaz.

Como primera medida tuvimos que **ajustar los procesos diarios del Banco** a este nuevo escenario y estar al día con las normativas que el Gobierno y BCRA fueron emitiendo a lo largo del año.

› Sucursales

Como respuesta a la situación excepcional de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) y Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio (DISPO) que provocó la pandemia, adaptamos el modelo de atención a un sistema de dotación en **burbujas rotativas** que aseguró la operatoria de manera ininterrumpida en toda la Red de Sucursales.

A su vez, cobró particular relevancia el uso de la **agenda de turnos** implementada en 2018, que facilitó la adaptación, con mayor agilidad y rapidez a la coyuntura desconocida, y la res-

puesta a la demanda de nuestra cartera de clientes.

Dentro de los elementos distribuidos a las sucursales, se incluyeron 30 mil barbijos descartables que fueron comprados a Somos Juno, una empresa social Sanjuanina que brinda oportunidades de generación de ingresos extra a mujeres que realizan tareas de costura desde su hogar. JUNO busca empoderar mujeres a través del trabajo y así, impactar positivamente en su núcleo familiar y en la sociedad. Las mujeres trabajan en red, promoviendo el concepto freelance en trabajos offline utilizando capacidad ociosa. La mayoría de las mujeres que conforman la red son mujeres que poseen máquinas semi industriales pero que no las utilizan al 100% ni logran superar el autoempleo.

› Digitalización, virtualización & ciberseguridad

Para continuar brindando un servicio de calidad a nuestra cartera de clientes en el nuevo contexto impuesto por la pandemia, **profundizamos los procesos digitales**: simplificación de la documentación, reingeniería de los circuitos, enfatización de los procesos sin papeles, implementación del contenedor digital e identificación de la derivación a canales para la autogestión, teniendo en cuenta las limitaciones de una atención presencial.

A su vez, como estrategia de ventas ante la disminución de público presencial, **potenciamos la derivación a canales digitales** tanto para clientes existentes como para el *onboarding* digital destinado a la captación de nuevas cápit.

Adicionalmente, se inició una prueba piloto de gestión telefónica con el discador Genesys para oficiales de negocios que operan de manera remota, y se adquirió una herramienta de captura de firmas digitales segura, lo que permite intensificar la originación de manera remota.

100% Online

- › Apertura de cuentas
- › Turnos para atención en sucursales
- › PRO.CRE.AR: solicitud y trámite de los créditos

La repentina virtualización de la vida económica y social sirvió para que muchos estafadores y ciberdelincuentes aprovecharan el descuido o la inexperiencia de algunos usuarios para robar datos personales y hasta dinero en efectivo.

El surgimiento de nuevas modalidades y mayor cantidad de ciberataques promovió que lanzáramos distintas campañas de concientización para prevenir las estafas virtuales a nuestra cartera de clientes, a través de una serie de recomendaciones de seguridad que se publicaron en medios digitales y redes sociales.



Los Bancos nos unimos en una campaña masiva de prevención de delitos digitales.

Jamás brindes información como:



Datos personales



Claves



Números de cuentas o tarjetas



Token o números de tarjetas de coordenadas

Evitemos las estafas

Protege tus datos y opera seguro

CONOCÉ CÓMO PROTEGERTE



Durante el 2020 se incrementaron en un 3000% las denuncias de fraudes digitales, a raíz de la mayor exposición en sitios públicos y redes sociales. En consecuencia, los bancos nos unimos en una campaña masiva de prevención de delitos digitales. Fuimos nosotros, Banco Hipotecario, junto a Itaú, BBVA y Macro, quienes promovimos la primera acción conjunta de toda la industria bancaria. Unificamos estética y mensajes para advertir a clientes de múltiples artilugios utilizados por ciberdelincuentes que se aprovechan de la falta de práctica y conocimiento en el uso de herramientas y canales digitales.





Internamente, dentro de las medidas implementadas a raíz de la reconfiguración del modelo de trabajo planteado por la pandemia, se encuentran:

- Nuevas políticas VPN para colaboradores (Mac y Windows).
- Autenticación de dos factores de herramientas colaborativas.
- Actualización 99% del antivirus de todas las PCs y Notebooks.
- Simulacros de Pishing y Ransomware para la concientización de los riesgos en internet, etc.

Por otro lado, reforzamos los conocimientos de nuevas maniobras y conocimientos tecnológicos para abordar nuevos temas, aumentamos los controles y realizamos procedimientos para extremar los cuidados y reducir los riesgos.

A su vez, **profundizamos los mecanismos de prevención del lavado de dinero y de la política antifraude** de la Compañía.

Con respecto a las acciones de marketing y comunicación, el 2020 se vio atravesado por la virtualización y digitalización. Nos enfocamos en informar y educar a clientes respecto de los cambios en la operatoria bancaria y promover la adopción de canales digitales de autogestión.

Nuestro foco

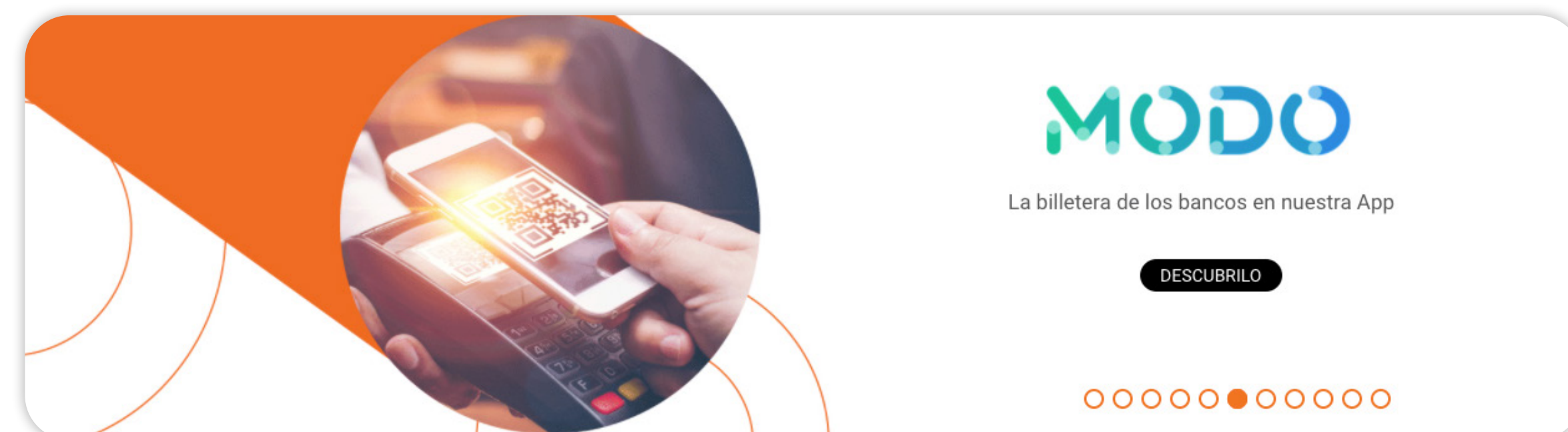
- › Informar y educar a nuestra cartera de clientes
- › Promover la adopción de canales de autogestión
- › Advertir sobre posibles ciberataques

Además, generamos una **web que permitió a clientes sacar turnos** para la realización de trámites presenciales en las distintas sucursales.

Durante el transcurso del año lanzamos campañas para **impulsar el uso de la billetera digital de los bancos, MODO**, que permite comprar directamente con un celular mediante el uso de un QR.

Por otra parte, implementamos por primera vez el **uso de push notifications** para llegar a los usuarios de nuestra app de Mobile Banking con ofertas y mensajes relevantes.

Como resultado de las intensas **campañas para adquisición de nuevos clientes en Redes Sociales, Email Marketing y Google Adwords**, entre otras plataformas, generamos más de 22 mil ofertas de paquetes a potenciales clientes.



› Gestión eficiente de recursos

El impacto de la pandemia de COVID-19 generó una reducción significativa del consumo energético respecto de 2019. No obstante, se mantuvieron diferentes acciones para mitigar el impacto ambiental, entre las cuales se destacan:

- Iluminación: se economizó el consumo eléctrico por iluminación apagando la luz por completo en los pisos sin actividad en Casa Central.
- Ventilación y aires acondicionados: se apagaron todos los equipos de aire acondicionado y sistemas auxiliares de ventilación en todos los pisos que no tuvieron actividad durante el año.
- Calefacción: solo se han calefaccionado los pisos PB y 1er SS en temporada invernal, se logró así un importante ahorro en gas.
- Consultorías eléctricas con profesionales del rubro, para optimizar el consumo de energía, impactando en el ahorro energético y en sus costos. Además, en Casa Central, se implementaron protocolos eléctricos mensuales, con el fin de asegurar la sustentabilidad eléctrica del edificio.

Por la situación descripta, el consumo eléctrico se redujo casi un 100% y el consumo de gasoil en los grupos electrógenos tuvo una baja del orden del 57%.

› Experiencia de los clientes

El contexto de COVID-19 propició la operatoria remota de Atención al Cliente en tiempo récord. Coordinamos el movimiento de los asesores y de sus estaciones de trabajo a sus domicilios, brindando servicio a través de todos los canales habilitados (telefónico, correo electrónico y redes sociales) sin interrupción, y eso nos permitió estar disponibles para nuestra cartera de clientes en un momento de alta complejidad.

Movilizamos nuestros recursos para asegurar un servicio de calidad y sin interrupción para nuestra cartera de clientes.

El desafío no fue solamente contar con el equipo disponible, como el que habitualmente tenemos, sino también gestionar, capacitar y desarrollar a la distancia. Situación que impactó tanto en las personas, como en los procesos.

En pos de acompañar la virtualidad, trabajamos en el cambio de procesos que requiriesen la presencialidad de clientes en sucursales, tales como la liberación de hipoteca o el aumento de límite de compra de tarjeta de crédito.

Asimismo, priorizamos la atención a segmentos con necesidades especiales, como es el caso de los adultos mayores o los beneficiarios de los créditos del programa PRO.CRE.AR.

Paralelamente, sumamos el importante hito del despliegue de nuestro nuevo CRM, Dynamo, el cual nos brinda una visión integral, dinámica e intuitiva de nuestra relación con la cartera de clientes.

Aún estamos transitando la pandemia y los alcances de sus efectos son desconocidos. No obstante, estamos monitoreando de cerca la situación y tomando todas las medidas que están a nuestro alcance para preservar la integridad de los colaboradores y de las operaciones.

4

NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO



NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO

Aspectos Materiales: **Desempeño Económico, Prácticas de Adquisición, Experiencia del Cliente**

En 2020, la gestión de nuestro negocio arrojó un resultado positivo del ejercicio y se vio caracterizada por los siguientes ejes:

Con respecto a la **Banca Minorista**, mantuvimos la profundización en la relación con la cartera de clientes, fortaleciendo nuestro posicionamiento en el mercado. Con una estrategia centrada en el ofrecimiento continuo de los productos, se buscó mejorar el fondeo y la transaccionalidad.

Debido a la pandemia, elevamos el compromiso sobre el desarrollo de los canales digitales para mejorar la experiencia del cliente tanto en la obtención de nuevos productos y servicios, como en la transaccionalidad.

Adicionalmente, en este período intensificamos la comunicación a clientes a través de los medios digitales, y también profundizamos el desarrollo de uso de redes sociales (Instagram y Facebook). En cuanto a los canales tradicionales, como las sucursales y el contact center, nos adaptamos rápidamente a las nuevas condiciones de trabajo motivadas por la pandemia. En las sucursales se han dividido los equipos de trabajo para continuar brindando el servicio a clientes de manera sustentable; se pudieron

mantener las sucursales 100% operativas. En el canal de contact center se ha ejecutado rápidamente una descentralización de las actividades de los agentes a través de los proveedores actuales, y eso permitió mantener el servicio hacia el cliente sin afectar la calidad de este.

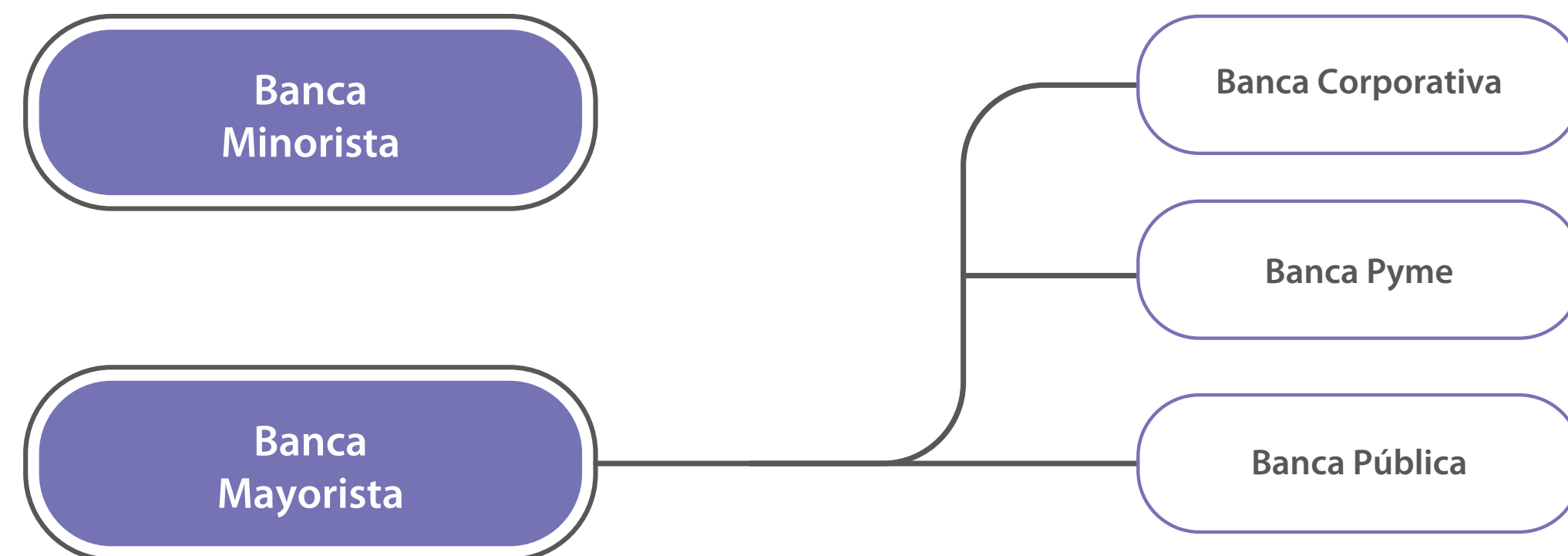
Respecto a la **Banca Corporativa** nos centramos en el incremento de los pasivos y los volúmenes transaccionales. De esta forma, la oferta de créditos se direccionó principalmente a capital de trabajo y hacia clientes con reciprocidad sobre negocios transaccionales, manteniendo siempre una cartera equilibrada con una adecuada exposición al riesgo crediticio. Adicionalmente, se trabajó junto con el área de finanzas para ofrecer a la cartera de clientes corporativos diversas alternativas de inversión.

Como resultado global de la estrategia, podemos destacar que los pasivos en pesos se

triplicaron respecto a 2019, registrando un crecimiento de \$1.638 millones, el volumen transaccional se incrementó un 40% alcanzando los \$ 7.338 millones y hubo un crecimiento del stock de cápit as de plan sueldo de 127 unidades.

Durante el 2020 continuamos desarrollando la **Banca PyME** mediante la incorporación de nuevos clientes, la consolidación de la relación con los actuales y el desarrollo e incorporación de capital humano con especialización en el segmento; en particular, en las sucursales con vistas a lograr una mayor presencia en el corto plazo.

La estrategia de crecimiento estuvo principalmente enfocada en los negocios transaccionales, mediante el ofrecimiento de propuestas de productos competitivos e integrales que abarcaron servicios de Plan Sueldo, Sistemas de





Recaudación, Pagos a Proveedores, Pagos Afip, Pagos Link y Echeq dentro de los principales.

A su vez, lanzamos PyME Pack, un conjunto de productos y servicios con beneficios exclusivos diseñados para el segmento de las microempresas. Por otra parte, continuamos con la participación en el mercado de Sociedades de Garantía Recíproca (SGR).

Sobre la **Banca Pública**, debemos destacar que en 2020 avanzamos con una estrategia focalizada en el crecimiento de pasivos (principalmente en saldos vista), la comercialización de productos transaccionales y el plan sueldo.

Continuamos brindando una atención personalizada, consolidando un modelo de atención centrado en el cliente y fortaleciendo la presencia regional del Banco a través de una mayor sinergia de trabajo en conjunto con la Red de Sucursales. Asimismo, realizamos un trabajo de vinculación de nuevos Organismos a la cartera del Banco.

Como aspectos destacados del negocio durante el 2020, podemos resaltar que duplicamos la cartera de pasivos en pesos, se registró un crecimiento neto de más de 600 cápitales de plan sueldos y se duplicaron los volúmenes transaccionales del año.

› 4.1 Aceleración de la transformación digital

Inmersos en el proceso de transformación digital iniciado el año anterior, en 2020 desarrollamos una encuesta de autoevaluación para medir el estado actual y el objetivo de madurez digital del Banco. Como resultado de la encuesta, se obtuvo que el Banco Hipotecario se encuentra en un estado incipiente de madurez en su transformación y tiene una ambición desafiante.

Con la ambición sobre la transformación digital, realizamos algunos cambios. El área de Transformación Digital, que desarrollaba sus tareas de forma independiente a las áreas de negocio, pasó a ejecutar sus actividades según un modelo híbrido. Es decir, un área de servicio en donde la transformación digital se encuentra anclada en los múltiples negocios, pero orquestada centralmente por el área de Transformación Digital.

El objetivo principal del área de Transformación Digital es asegurar el alineamiento, la ejecución y el seguimiento de las prioridades definidas por el negocio, a través del comité directivo que se celebra trimestralmente, como también tiene la responsabilidad de escalar la manera de trabajo ágil en toda la organización.

LAS 6 DIMENSIONES QUE APALANCAN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1

ESTRATEGIA HOLÍSTICA CON METAS DE NEGOCIO
CLARAMENTE ARTICULADAS

2

MENTALIDAD ÁGIL EN NIVELES DE LIDERAZGO
(FALLAR RÁPIDO - APRENDER RÁPIDO)

3

MONITOREO EFECTIVO DEL PROGRESO
Y RESULTADOS

4

COMPROMISO TOTAL DEL CEO/LIDERAZGO/
MANDO MEDIOS

5

TALENTO DESTACADO PARA MANEJAR
LA TRANSFORMACIÓN

6

TECNOLOGÍA MODULAR Y PLATAFORMAS
DE DATOS FLEXIBLES



Todos somos responsables del cambio

Durante 2020 continuamos con la ejecución de las tareas relacionadas con las tres células definidas.

A su vez, a través de las nuevas metodologías ágiles y de gobierno desarrolladas en el Banco, el área de Transformación Digital inició la coordinación, junto con el liderazgo de la Ge-

rencia General, del proceso de reformulación de la Visión del Banco como también la definición de los objetivos y resultados claves con un plazo de tres años.

EVERYDAY BANKING

La principal función de la célula fue mejorar la experiencia de clientes en los canales digitales, reduciendo la "fricción" de estos al momento de transaccionar en dichos canales. Reformulamos y agregamos nuevos servicios y productos, tanto en el canal de mobile banking como en el de home banking.

En pos de aumentar la transaccionalidad del cliente, implementamos funcionalidades como: datos del comercio en donde el cliente realizó una transacción usando los medios de pagos, para que el cliente pueda identificar con precisión dónde la llevó a cabo, implementación de un recomendador de consumos de acuerdo con el historial de consumos y la geolocalización del cliente, etc.

BILLETERA MODO

Esta célula tuvo como principal objetivo desarrollar los servicios para que el Banco forme parte de la Billetera MODO.

Brindamos servicios referidos a las operaciones de transferencia de dinero entre personas a través de celular (P2P) y transacciones de compra en comercio utilizando el celular a través de código QR (P2M).

Ambas funcionalidades se encuentran desarrolladas en la Billetera Modo para que los clientes del Banco la puedan utilizar. También implementamos la funcionalidad de P2P a través de la aplicación mobile banking del Banco.

COMPRA TU HOGAR

Continuamos con la experiencia sobre el canal digital, referida al otorgamiento de un préstamo hipotecario, como también con la originación de préstamos personales de microcréditos, desarrollados por el programa PRO.CRE.AR.

Cabe destacar que el proceso de evaluación de los préstamos y sus desembolsos se han realizado 100% digital, sin que el cliente necesite ir a la sucursal.



› 4.2 Desempeño económico

Contenidos GRI 102-7, 103-1, 103-2, 103-3, 201-1

› Contexto macroeconómico

La pandemia de COVID-19 generó en el 2020 un contexto desafiante a nivel global. A pesar de esto, las rápidas y contundentes medidas de estímulo aplicadas por los gobiernos, junto con la ausencia de episodios de interrupción en los mercados financieros internacionales, permitieron que a partir de mayo se verificara una tendencia a la recuperación de los mercados que incluyó a los de economías emergentes. No obstante, las expectativas de crecimiento económico global siguen siendo débiles y con riesgos a la baja.

Para la República Argentina la pandemia implicó una combinación de shocks externos e internos sin precedentes sobre una economía que ya venía de casi dos años de recesión, con alta inflación y deuda pública en niveles insostenibles. Sin embargo, el sistema financiero continuó mostrando un adecuado grado de resiliencia en el transcurso de 2020.

Este desempeño se sostuvo tanto por la combinación de coberturas previamente constituidas para abordar situaciones de tensión —altos y crecientes niveles de liquidez, provisionamiento y de capital—, los beneficios de contar

con un marco regulatorio y una supervisión en línea con los estándares internacionales, así como por las acciones puntuales impulsadas por el BCRA con el fin de mitigar una dinámica procíclica del crédito, proteger a las familias y empresas más necesitadas y preservar las condiciones de estabilidad financiera.

No obstante, el sistema sigue manteniendo una baja profundidad en la economía (en parte contracara del bajo apalancamiento del sector privado) y una acotada transformación de plazos. Además, una parte considerable de las operaciones se sigue focalizando en productos de baja complejidad, en su mayoría transaccionales, mientras el conjunto de las entidades muestra un grado reducido de interconexión directa.

En el actual contexto desafiante, estos rasgos acotan las fuentes de vulnerabilidad derivadas de las exposiciones a riesgo habituales de esta actividad, al tiempo que ponen en evidencia el importante potencial de desarrollo futuro del sector.

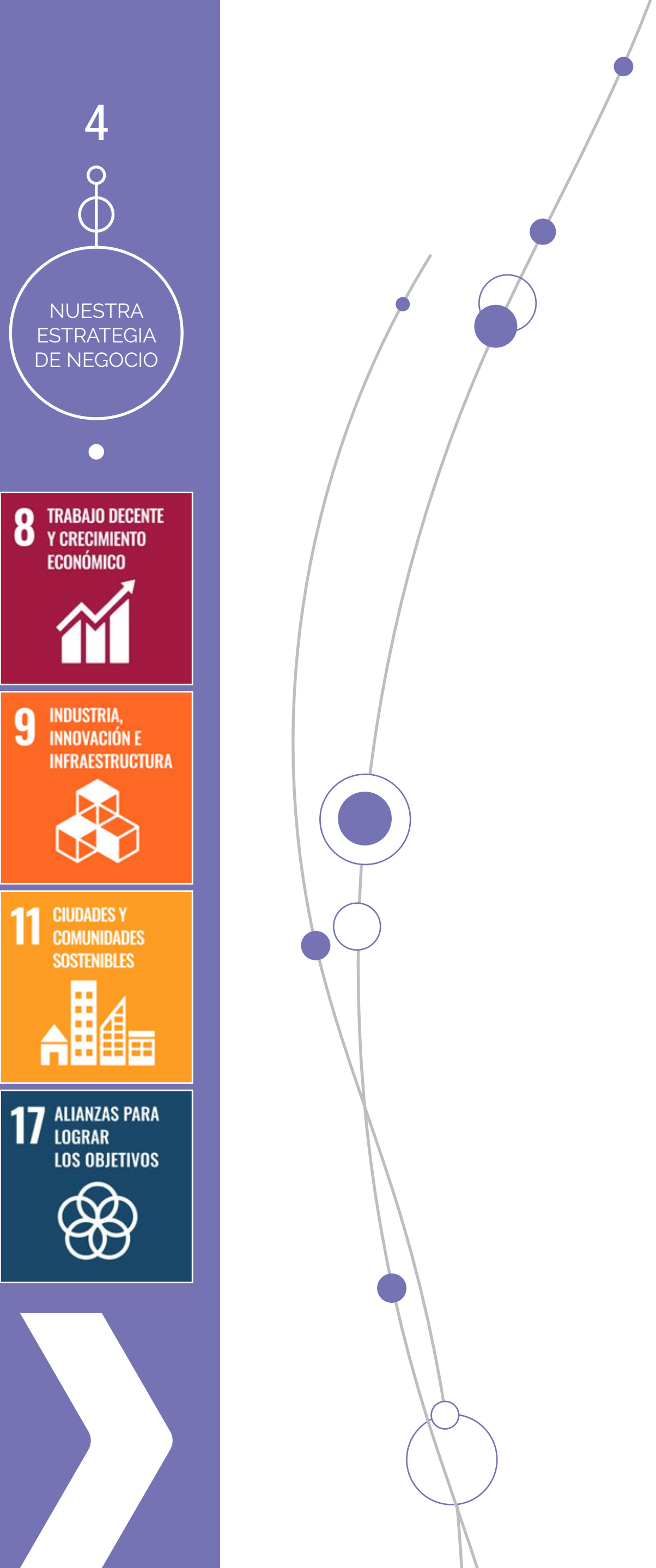
Ante una eventual materialización de los factores de riesgo mencionados, se destaca que el sistema muestra fuentes acotadas de vulnerabilidad e importantes elementos de cobertura, los cuales le deberían otorgar un significativo grado de resiliencia. En este sentido, un aspecto por monitorear en el sector sería el desenvolvimiento de la calidad de la cartera crediticia.

Otra potencial fuente de vulnerabilidad para el sistema frente a los riesgos aludidos está asociada a un deterioro en la dinámica de la actividad de intermediación.

› Estrategia y gestión

Las diferentes metas planteadas en la estrategia del Banco están sujetas a un análisis periódico y de medición del grado de cumplimiento de los distintos objetivos por parte de la Gerencia del Área de Planeamiento y Control de Gestión. Desde labores diarias hasta informes trimestrales o anuales, el desempeño económico es evaluado rigurosamente al buscar tanto la correcta ejecución del Plan de Negocios trazado, como la detección temprana de desvíos y oportunidades de mejora, con el fin de cumplir los objetivos estratégicos a largo plazo y, consecuentemente, la visión definida por la Alta Gerencia.

La Gerencia de Planeamiento y Control de Gestión, en conjunto con las áreas de negocio que correspondan, definen los objetivos y proyecciones de negocio, todo en base a la Visión, Misión y Ejes Estratégicos definidos por la Alta Gerencia, y en consideración de un escenario macroeconómico esperado. Asimismo, a cargo de esta Gerencia está el seguimiento de dichos objetivos estratégicos con el nivel de desagregación que corresponda, dándolos a conocer



en reuniones periódicas de seguimiento del negocio, en reportes mensuales y trimestrales con indicadores y datos clave para seguimiento, en informes ejecutivos mensuales y trimestrales de seguimiento del gasto, entre otros.

En esta oportunidad, los ejes estratégicos definidos por el Management del Banco, y sobre los cuales se evalúa el desempeño de la Entidad, van en línea con la valoración de los clientes a partir de una experiencia innovadora, omnicanal y reconocida por su excelencia; con el desarrollo de las personas dentro de una cultura ágil y flexible que se apoya en decisiones basadas en datos y promotora de un impacto social positivo y con una estrategia altamente eficiente y rentable, sustentable y apoyada en un negocio equilibrado y fondeado competitivamente.

En cuanto a las herramientas de análisis de la gestión, vale destacar que mensualmente se emite el Tablero de Control Mensual, donde se efectúa el seguimiento de indicadores y metas comerciales, tales como la originación de préstamos, captación de depósitos, evolución de saldos, calidad de cartera de activos, entre otros.

Tabla 17 Principales dimensiones del Banco Hipotecario			
	2020	2019	Variación
Cantidad de colaboradores	1.704	1.757	-3%
Cantidad de proveedores	3.106	1.377	126%
Activo (millones de pesos)	128.855	114.310	13%
Pasivo (millones de pesos)	111.353	97.724	14%
Patrimonio Neto (millones de pesos)	17.502	16.586	6%
Cantidad de cuentas corrientes	38.884	42.540	-9%
Cantidad de cajas de ahorro	815.228	816.426	-0,1%
Cantidad de cajas de ahorro de ayuda social	38.229	11.833	223%
Cantidad de tarjetas de crédito	658.910	829.181	-21%
Cantidad de tarjetas de débito	788.551	795.463	-1%
Datos correspondientes a Banco Hipotecario SA (no incluye subsidiarias). Valores según Estados Financieros Separados al 31/12/2020.			

Asimismo, se realiza el Informe de Control de Gestión Trimestral, donde se efectúa un análisis de la gestión del Banco a lo largo del trimestre. En este Informe, y sumado a lo expuesto en los Tableros de Control Mensual, se expone la diversificación de la estructura de fondeo, dotación de personal, ingresos de comisiones, facturación de la actividad de seguros, fuentes de generación de ingresos por servicios, análisis de desvíos presupuestarios, grado de avance de los distintos proyectos e inversiones consignadas para el año en curso, seguimiento de los negocios de las subsidiarias y seguimiento de los objetivos fijados.

Por otro lado, y con el fin de converger en un lineamiento uniforme de toda la Organización hacia la mejora continua y la mayor eficiencia de los procesos de negocios, el sector de Presupuesto y Control del Gasto tiene la misión de asegurar un adecuado ambiente de control de la gestión presupuestaria, desde la confección del Presupuesto, hasta la ejecución final de gastos e inversiones. Se analizan permanentemente la razonabilidad, la oportunidad y la medición de las solicitudes de fondos que se generan. Cuenta con una metodología de seguimiento de Gastos de Administración y Egresos por Servicios que incluyen una serie de reportes mensuales y tri-

4



NUESTRA
ESTRATEGIA
DE NEGOCIO

8

TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO



9

INDUSTRIA,
INNOVACIÓN E
INFRAESTRUCTURA



11

CIUDADES Y
COMUNIDADES
SOSTENIBLES



17

ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS





mestrales, reuniones periódicas con las distintas áreas, equipos ad-hoc para el seguimiento de temas específicos y una herramienta de primera línea para la gestión presupuestaria. Además, se estableció una Comisión trimestral de Seguimiento del Gasto que tiene como objetivo compartir, con la primera línea de la Gerencia General, la evolución de los componentes del gasto de acuerdo con el plan de ejecución anual.

Si bien los ejercicios de mejora sobre el seguimiento y la gestión del Desempeño Económico son continuos, siempre se busca perfeccionar el análisis en conjunto y en consideración con las áreas de negocio, para mejorar la información a partir de la cual la Alta Gerencia tomará decisiones. Ejemplo de esto son los ejercicios de análisis de rentabilidad de los diversos segmentos de clientes, tanto de la banca individuos como de la banca mayorista, buscando detectar oportunidades de negocio a partir de los datos observados.

› **Valor económico directo generado y distribuido**

El siguiente cuadro de “VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO” sigue la estructura indicada por el contenido 201-1 de los Estándares de Global Reporting Initiative y plasma el flujo de capital entre los distintos grupos de interés.

Tabla 18 Valor Económico Directo Generado y Distribuido			
Componente	Grupo de Interés	Importe	
		2020	2019 ³
Valor económico directo generado (VEG)		35.863,4	24.652,5
Ingresos	Clientes	35.863,4	24.652,5
Valor económico distribuido (VED)		28.898,9	22.553,3
Gastos operacionale	Proveedores	3.965,8	2.680,2
Salarios y beneficios para colaboradores	Colaboradores	5.980,5	4.119,8
Pagos a proveedores de capital	Accionistas y Proveedores de Crédito	17.299,7	13.985,2
Pagos a gobiernos	Gobierno	1.583,6	1.706,7
Inversiones en la comunidad	Comunidad	69,2	61,4
Valor económico retenido (VER) =VEG – VED		6.964,4	2.099,3
3-Las cifras correspondientes a 2019 surgen de los Estados Financieros Separados de Banco Hipotecario S.A. al 31 de diciembre de 2019, auditados por Price Waterhouse & Co. S.R.L.			

Las cifras se presentan en millones de pesos y surgen de los Estados Financieros Separados de Banco Hipotecario S.A. al 31 de diciembre de 2020, auditados por Price Waterhouse & Co. S.R.L.

Vale destacar que Banco Hipotecario S.A. es una entidad financiera comprendida dentro de la Ley 21.526 de Entidades Financieras y, como

tal, debe cumplir también con las disposiciones del Banco Central de la República Argentina (BCRA) como Órgano Regulador de Entidades Financieras y con las disposiciones de la Comisión Nacional de Valores (CNV), de acuerdo con la Ley 26.831.



El 99% de las compras realizadas durante el período correspondió a proveedores nacionales

› 4.3 Cadena de valor

Contenidos GRI 102-9, 103-1, 103-2, 103-3, 204-1

› Proveedores

El proceso de selección y contratación está enmarcado por nuestra Política de Compras y Contrataciones y por los Manuales de Procedimientos. Este proceso se realiza con plena transparencia, monitoreando que aquellos elegidos cumplan con la legislación laboral, previsional y con la ley que prohíbe el trabajo infantil.

Por otra parte, a los proveedores que no cuentan con una política de anticorrupción propia se les exige su adhesión a la Política de Anticorrupción del Banco y se les solicita declarar si cuentan con un programa de integridad (Artículos 22 y 23 de la Ley 27.401, Ley de Responsabilidad Penal aplicable a las Personas Jurídicas Privadas).

Una vez iniciada la relación comercial, los proveedores que prestan servicios en nuestras instalaciones son controlados respecto al cumplimiento de sus deberes fiscales y previsionales.

Para ello, una empresa tercerizada realiza el pedido y control de la documentación y el pago de los debidos aportes, verificando que cumplan con la legislación vigente. Ante la detección de deficiencias o la falta de docu-

mentación, intimamos al proveedor para que regularice la situación. El no cumplimiento reiterativo de las pautas de este control puede derivar en sanciones económicas y hasta en la desvinculación, si llegasen a detectarse irregularidades graves (como el no pago de aportes jubilatorios, ingresos brutos, etc.).

Tras la firma del Protocolo de Finanzas Sostenibles, en 2020, incorporamos una declaración jurada para que todos los proveedores, ya sea que formen parte de la cartera activa o se traten de nuevas altas, brinden información acer-

ca de cuestiones socioambientales de sus actividades y de la industria a la que pertenecen. El propósito de este documento es conocer con mayor exhaustividad nuestra cadena de valor y contribuir a la toma de decisiones frente a la detección de algún impacto indirecto que repercuta en nuestras operaciones.

En cuanto a la distribución del volumen de compra entre proveedores nacionales y extranjeros, esta se ha mantenido estable en los últimos tres años, siendo de 1,3% la incidencia promedio de compras a proveedores del extranjero.

Tabla 19

Volumen de compras

	2020	2019	2018
› Proveedores nacionales (millones de pesos)	5.926,8	6.291,2	3.666,2
› Proveedores extranjeros (dólares estadounidenses)	2.110.492	464.063	9.601.760

Tabla 20

Cantidad de proveedores

	2020		2019		2018	
	Q	%	Q	%	Q	%
› Proveedores nacionales	3.081	99%	1.353	98%	1.338	99%
› Proveedores extranjeros	25	1%	24	2%	18	1%



En 2020 nos enfocamos en generar propuestas de valor más atractivas para los segmentos target, con beneficios y servicios diferenciales en plan sueldo, renta alta y personas físicas con actividad comercial.

Buscamos desarrollar procesos de negocios simples, ágiles y flexibles, en búsqueda permanente de una mejor experiencia del cliente

Cientes

Durante el 2020 continuamos trabajando en la estrategia de segmentación de la Cartera Minorista, priorizando una visión centrada en el cliente y adecuándonos al contexto extraordinario del año.

Entre las mejoras logradas, transversales a toda la cartera, podemos mencionar:

- > Ajustar las lógicas de segmentación
- > Agregar la regla de segmentación comercial en CRM
- > Realizar mejoras significativas en la calificación crediticia en clientes, lo que permitió ser más asertivos en la oferta para otorgar
- > Hacer eficiente la comunicación de la cartera de clientes de la Banca Minorista, con un seguimiento en las métricas de aperturas y conversión en cada acción calendarizada
- > Realizar capacitaciones virtuales a toda la red con el objetivo de nivelar y mantener los conocimientos tácticos y estratégicos de los segmentos
- > Implementar un plan de entrenamiento mensual para los Oficiales de Segmentos Carterizados

También comenzamos a trabajar en la conexión con la ANSES para implementar durante 2021 el lanzamiento del segmento pago de Jubilaciones y Planes Sociales.

Segmento	Enfoque	Resultados del período
Búho Sueldo	Estas fueron algunas de las acciones destacadas del año: > En junio lanzamos Sueldo Búho, una nueva forma de captar saldos del Banco. - Este desarrollo permite a los clientes que cobran sueldos en otros bancos transferirlos mensualmente al Banco Hipotecario de manera automática, obteniendo así los beneficios del segmento Búho Sueldo. > Implementamos nuevas campañas para la captación de clientes de segmentos específicos. > Readecuamos las ofertas de la campaña "Conversión de Clientes" debido al contexto que se vivió durante el año (en vez de millas para viajar, se otorgó un cash back en la cuenta). > Lanzamos una nueva campaña de "Referidos BH" para el personal del Banco, otorgando premios para el referido y el empleado.	> NPS 2020: 29% (16% en diciembre de 2019) > 33.811 altas de cápita > Stock de 75.594 cápitass activas (13,6% diciembre de 2019)
Búho One	Con el objetivo de fidelizar y rentabilizar a clientes de altos ingresos, durante el 2020 mejoramos las ofertas crediticias, los beneficios especiales y agregamos nuevos esquemas de bonificación acorde a las exigencias que requiere este segmento.	> NPS 2020: 32% (26% en diciembre de 2019) > 6.609 altas de Packs Búho One > 12.068 clientes
Búho Emprendedor	Con el objetivo de brindar una propuesta integral para las personas con actividad comercial (Responsables Inscriptos o Monotributistas), se continuó con el desarrollo de la propuesta Búho Emprendedor. Actualmente estos clientes ya cuentan con más beneficios y mejores opciones para su actividad.	> 15.015 clientes Búho Emprendedor (+52% en el stock de clientes)

Experiencia del Cliente

En 2020 llevamos adelante distintas acciones para acompañar el nuevo escenario producto de la pandemia e incrementamos el desarrollo de los canales digitales para mejorar la experiencia del cliente tanto en la obtención de nuevos productos y servicios como en la transaccionalidad.

Profundizamos el trabajo de las células ágiles de Everyday Banking, cuyo principal objetivo fue

reducir la "fricción" que puede experimentar el cliente en el uso de canales y el desarrollo de la Billetera MODO lanzada durante el último trimestre del año. También continuamos mejorando la experiencia del cliente sobre el otorgamiento de préstamos hipotecarios y de préstamos personales de microcrédito para construcción correspondientes al Programa PRO.CRE.AR, a través de las diferentes tareas que ha desarrollado la célula ágil de Compra tu Hogar.

En 2021 continuaremos trabajando con un enfoque de “cliente en el centro”

Durante el 2021 planificamos profundizar los avances logrados en ejercicios anteriores, con el principal objetivo de mejorar la experiencia punta a punta de los clientes con un enfoque “cliente en el centro”, para lograr mejoras en los ratios de lealtad de los clientes, de forma que se conviertan en promotores de la marca, y en índices de satisfacción en la usabilidad de los canales digitales proporcionados.

La voz de nuestros clientes

En 2020 escuchamos la voz de más de 150.000 clientes a través de encuestas, Focus Group, visitas a las sucursales y Mystery Shopping, entre otros. Esto nos ha dado herramientas para profundizar las expectativas y las necesidades

de nuestra cartera de clientes y planificar acciones para potenciar su fidelización. La métrica principal que utilizamos, para establecer el nivel de fidelización de nuestra cartera, es el Net Promoter Score (NPS), que nos permite conocer la percepción de valor de nuestra cartera de clientes y compararnos con el mercado.

El NPS es un indicador relevante para nuestra gestión y por ello es considerado en el cálculo del Bono Anual. La fórmula toma en cuenta el resultado promedio de dos variables: Resultado neto Banco Hipotecario y NPS. Para la Red de Sucursales, se aplica un esquema similar en la remuneración variable.

En 2020 continuamos con la “Gestión integral de detractores”, que nos permite conocer las

causas que generan insatisfacción en nuestra cartera de clientes. A través de esta práctica, semanalmente compartimos en la Red de Sucursales la nómina de clientes que dejaron calificaciones negativas de NPS (exclusivamente por la “calidad de atención” recibida en la sucursal). Luego, el Gerente de Sucursal se contacta con cada cliente para identificar con claridad las causas del problema, comprender si el inconveniente fue resuelto (en caso negativo, asesorarlo sobre cómo hacerlo) y evacuar dudas o consultas sobre algún otro aspecto que surgiera. Durante 2020 gestionamos 2.300 detractores (491 detractores en 2019).

Debido al contexto de pandemia, en 2020 realizamos un único Focus Group para conocer las necesidades y expectativas del segmento de clientes Búho One.

Respecto de “Mystery Shopping”, en 2020 realizamos un total de 124 visitas a la Red de Sucursales. Por medio de esta práctica evaluamos la experiencia y la calidad de atención que percibe la cartera de clientes en nuestra Red de Sucursales, y relevamos de manera integral el estado edilicio y la imagen de cada una de las sucursales.

Tabla 21		Percepción de Clientes 2020	
		2020	2019
Presencial	NPS de la Red de Sucursales	34%	21%
	NPS General Banco	16,4%	11,5%
No presencial	ATM ⁴	-	44%
	Home Banking	23%	65%
	TASI	30%	46%
	Mobile Banking	41%	65%
	Búho Bank	65%	51%
	Contact Center ⁵	-5%	46%

4 El NPS de los ATM no fue medido en 2020.

5 En 2019 se tomaba el NPS general y luego se filtraba por canal utilizado por el cliente. En 2020 modificamos la forma de medición del NPS, consultándoles a la cartera de clientes directamente por el NPS del canal utilizado.

Nuestra cartera de clientes en el centro

Contamos con un “protocolo de calidad de servicio” en toda la red de sucursales que define los lineamientos y brinda una guía para dar la mejor atención a nuestra cartera

Atendimos +1,5 millones de llamadas en 2020

Base de Conocimiento de Microsoft

La base de Conocimiento de Microsoft Dynamics es un canal disponible las 24 horas, que permite a los clientes acceder rápidamente a la información.

En cuanto a la funcionalidad de esta base, por un lado, la cartera de clientes que visita la página web puede consultar sobre los productos y servicios, dejar comentarios y sugerencias y también calificar los artículos.

Por otro lado, nos permite conocer cuáles son las tendencias de búsqueda más frecuentes de la cartera de clientes, la construcción de contenidos relevantes y de calidad, con un lenguaje que se adapta a estos. En 2020 fueron vistos más de 1,5 millones de artículos, casi tres veces más de la cifra alcanzada en 2019.

Atención de Clientes

En relación con la atención de clientes, durante 2020, en el centro de contactos se atendieron 1,5 millones de llamadas telefónicas, más de 200 mil e-mails y 310.000 interacciones vía redes sociales (Facebook y Twitter).

Tabla 22

Centro de contactos

	2020	2019
› Llamadas atendidas	1.500.000	1.200.000
› E-mails	222.000	117.000
› Interacciones por RRSS	310.000	165.000

Como consecuencia de estos contactos y la encuesta de satisfacción que se realiza luego de cada llamada, la voz de la cartera de clientes indicó:

94% Se manifestó satisfecho o muy satisfecho con el trato recibido por el asesor

86% Manifestó haber recibido solución a su inquietud en esa llamada

Tabla 23

Resultados de las encuestas de satisfacción

	2020	2019
› Satisfecho o muy satisfecho con la atención general del Banco	78%	73%
› Satisfecho o muy satisfecho con el trato recibido por el asesor	94%	92%
› Satisfecho o muy satisfecho respecto al tiempo de espera	72%	69%
› Recibió solución a su inquietud en la llamada	86%	84%

Canal Digital Mayorista (Office Banking)

Con el objetivo de brindar una solución integral que permita a nuestras empresas clientes realizar todas sus operaciones de forma automatizada y digital, implementamos mejoras tendientes a optimizar la experiencia del usuario. Dentro de las nuevas funcionalidades brindadas, se destacan:

- Nómina Plan Sueldo: alta de cuentas sueldos, en forma masiva y online.
- Nuevo módulo de Pagos de Servicios (con código LINK).
- E-cheq en Pago a Proveedores: carga masiva de E-cheqs, con descarga de archivos en diversos formatos adaptables al cliente.

Desde el lanzamiento de Pago a Proveedores con E-cheq, las transacciones y los volúmenes se multiplicaron por 10. En el mismo sentido, las transferencias electrónicas crecieron un 273% respecto al mismo período de 2019.

5

LA SUSTENTABILIDAD EN BANCO HIPOTECARIO

Desarrollamos el “Índice de huella social positiva” para medir el impacto positivo en la comunidad

Nuestro trabajo de acción en la comunidad se centra en el compromiso sostenido en el tiempo y el alcance federal

LA SUSTENTABILIDAD EN BANCO HIPOTECARIO

Aspectos Materiales: **Empleo de Calidad, Inclusión, Diversidad y Equidad de Género, Salud y Seguridad Ocupacional**

Contenidos GRI **102-29**

En el 2020, llevamos adelante distintas acciones para responder con celeridad al delicado contexto sanitario, económico y social, producto de la pandemia mundial, y acercarnos a la comunidad desde un rol activo.

En este marco y en línea con una nueva visión estratégica definida a finales de 2020, diseñamos el **Índice de la Huella Social Positiva**. Este convoca tanto a la Banca Minorista como a la Mayorista, desde una mirada atenta al negocio, a poner foco también en la comunidad.

El Comité de Asuntos Sociales e Institucionales aprueba y monitorea nuestras acciones y contribuciones en materia de sostenibilidad que se orientan a la inversión en educación, gestión del suelo urbano, inclusión, asistencia directa y fortalecimiento de la ciudadanía, entre otros. En línea con la implementación del Índice de la Huella Social Positiva, y para alcanzar los resultados esperados hacia 2023, se aprobaron diferentes iniciativas basadas en la inclusión financiera y el financiamiento sostenible.

En 2020 se destinaron cerca de un 3% de las utilidades netas del Banco a proyectos sociales,

focalizando aquellos especializados en educación e inclusión.

Comprometidos con la transparencia, todas nuestras acciones y donaciones se administran de acuerdo con los lineamientos de gestión establecidos en la “Política de Responsabilidad Social”, aprobada por el Directorio del Banco.

En línea con nuestra misión social constitutiva, establecemos vínculos duraderos con organizaciones sociales, atendiendo al contexto, relevando sus necesidades y facilitando recursos, no solo económicos, sino también aquellos vinculados a habilidades y conocimientos que aporten capacidad instalada a estas. Hoy son más de 270 ONGs con las cuales mantenemos ese estrecho vínculo que afianza la cultura solidaria que nos define como actores sociales de relevancia nacional.

Asimismo, abordamos distintas temáticas claves para nuestra sociedad en sintonía con la agenda mundial a partir de la escucha atenta de los principales líderes, referentes multidisciplinarios y organizaciones sociales de Argentina. En este sentido, para contribuir con los lineamientos rectores del Banco, promovemos iniciativas basadas en la inclusión financiera y el financiamiento sostenible.

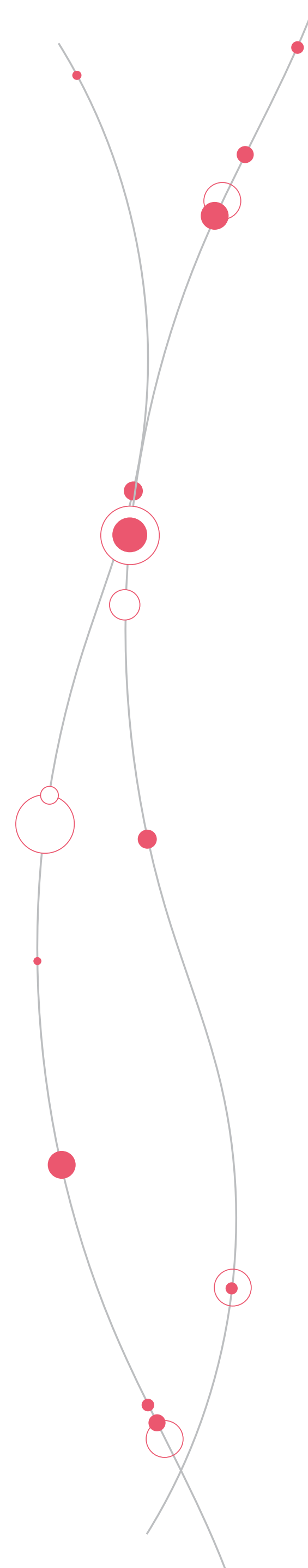
Acompañamos proyectos con impacto integral en todo el territorio nacional y promovemos el desarrollo local con especial énfasis en aquellas localidades donde operan nuestros negocios.

En paralelo, avanzamos con el objetivo trazado de incidir en el desarrollo y la implementación de mejoras vinculadas a la generación de suelo urbano formal y accesible.

Continuamos implementando aquellos programas caracterizados por su capilaridad federal, dedicados a la capacitación profesional, a brindar herramientas de empleabilidad, al desarrollo de becas educativas y al empoderamiento ciudadano integral que contribuya a formar en valores a las futuras generaciones. También, seguiremos colaborando con aquellas ONGs focalizadas en garantizar condiciones de alimentación, salud y habitacionales dignas y que ofrezcan asistencia ante cualquier tipo de emergencia.

Nuestro emblemático “**Programa Unidos para Dar**” continúa acercando materiales de primera necesidad a organizaciones de la sociedad civil de todo el país y afianzando a colaboradores voluntarios en su relacionamiento con estas.

En coherencia con la implementación de procesos de mejora continua, y como firmantes del Protocolo de Finanzas Sostenibles, en 2020 impulsamos la incorporación de aspectos socioambientales en el proceso de contratación y selección de proveedores. Es nuestra voluntad continuar delineando propuestas para la incorporación de aspectos ESG en nuestra gestión.



› 5.1 Relevamiento de grupos de interés

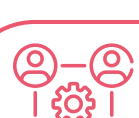
Contenidos GRI 102-40, 102-42, 102-43

En nuestro mapa de Grupos de Interés se detallan todos los actores con los que interactuamos en el ejercicio de las operaciones y actividades que llevamos adelante.

Para la identificación de los principales grupos de interés (internos y externos), conducimos un análisis según los lineamientos de la guía AA1000SES de Accountability, que abarcó determinadas dimensiones (por responsabilidad, influencia, cercanía, dependencia y representación).

La construcción de conversaciones relevantes con nuestros grupos de interés es clave en la definición de la materialidad del banco y en el desarrollo de una gestión sustentable

Tabla 24 Grupos de Interés

GRUPO DE INTERÉS	CANALES DE COMUNICACIÓN
 Colaboradores	Intranet, mailing, WhatsApp, Línea Ética, teléfono fijo y celular, reuniones, videoconferencias
 Clientes	Mailing, redes sociales, web de Banco Hipotecario, SMS, llamados telefónicos, correspondencia, encuestas, <i>focus group</i> , <i>Mystery Shopping</i>
 Proveedores y contratistas	Mail, teléfono, reuniones
 Gobierno	Medios masivos, mails, notas, cartas, comunicaciones, circulares, disposiciones
 Comunidad local	Mail, teléfono, reuniones, encuestas
 Accionistas y sociedades del grupo	Comunicaciones a través de CNV, BYMA, mails, reuniones, llamados, página web de Banco Hipotecario
 Academia y medios de comunicación	Mails, mensajes de WhatsApp, reuniones, llamados telefónicos, web del Banco Hipotecario
 Sindicatos	Mail
 Cámaras empresariales y del sector	Mail, teléfono, reuniones



› 5.2 Nuestro impacto sobre los ODS

A nivel global, el Sistema Financiero se ha comprometido con el Desarrollo Sostenible. Localmente, desde Banco Hipotecario también asumimos un rol activo y firmamos el Protocolo de Finanzas Sostenibles.

En este sentido, y a partir del análisis de la Agenda 2030 y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por la ONU, identificamos distintas posibilidades de contribución desde nuestra gestión.

Con la aplicación de la herramienta SDG Compass, hicimos el ejercicio de analizar los 17 objetivos y el total de las 169 metas. Como resultado, en esta instancia, identificamos como relevantes los siguientes objetivos:

Como actores activos de la banca universal, buscamos contribuir con el desarrollo social sostenible



› 5.3 Análisis de materialidad

Contenidos GRI 102-21, 102-44, 102-46, 102-47

En 2020 volvimos a llevar adelante un análisis de materialidad, porque entendemos que es un elemento sumamente relevante tanto a la hora de delinear nuestra gestión de sustentabilidad como también necesario para definir los contenidos del Reporte de Sustentabilidad.

Realizamos una Encuesta Online de Materialidad, dirigida a nuestros principales grupos de interés (internos y externos), con el fin de incorporar sus apreciaciones y opiniones en el proceso.

A través de la encuesta, buscamos identificar y priorizar los temas relevantes para Banco Hipotecario. Es decir, aquellos temas en los que la organización genera impactos económicos, sociales y ambientales, como así también los riesgos y las oportunidades en torno a estos.

A continuación, reflejamos los temas identificados como materiales, señalamos su vinculación con los Estándares GRI y ODS, y también los capítulos en donde estos son abordados.

5



LA SUSTENTABILIDAD EN BANCO HIPOTECARIO

12

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



17

ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



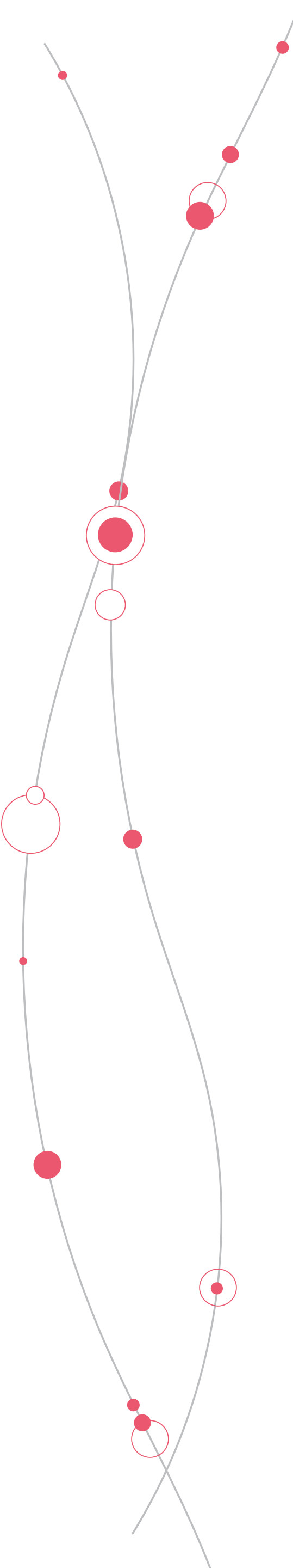


Tabla 25 Vinculación de Temas Materiales

TEMA MATERIAL	REFERENCIA CAPÍTULO	VINCULACIÓN CON ESTÁNDAR GRI	ODS
Anticorrupción y cumplimiento normativo	Gobierno Corporativo, Ética e Integridad	Anticorrupción	ODS 16
Gobernanza, ética y transparencia	Gobierno Corporativo, Ética e Integridad	Gobernanza Ética e Integridad	ODS 12 -17
Empleo de calidad	Desempeño Social y Ambiental	Empleo	ODS 8
Acceso a la vivienda	Somos Banco Hipotecario	Indicadores Propios	ODS 9 - 11
Desempeño económico de la Compañía	Nuestra Estrategia de Negocio	Desempeño Económico	ODS 9 - 11 -17
Salud y seguridad ocupacional	Desempeño Social y Ambiental	Salud y Seguridad en el Trabajo	ODS 8
Educación	Desempeño Social y Ambiental	Comunidad Local	ODS 4
Experiencia del cliente (relacionamiento y satisfacción)	Nuestra Estrategia de Negocio	Indicador Propio	ODS 9
Formación y desarrollo del personal	Desempeño Social y Ambiental	Formación y Educación	ODS 8
Inversión social en la comunidad	Desempeño Social y Ambiental	Comunidad Local	ODS 4
Seguridad de la información/Ciberseguridad	Gobierno Corporativo, Ética e Integridad	Privacidad del Cliente	ODS 16
Derechos Humanos	Desempeño Social y Ambiental	No Discriminación Evaluación de los Derechos Humanos	ODS 5 - 8
Inclusión financiera	Desempeño Social y Ambiental	Comunidad Local	ODS 4
Inclusión, diversidad y equidad de género	Desempeño Social y Ambiental	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	ODS 5 - 8
Gestión de Proveedores y prácticas de adquisición	Nuestra Estrategia de Negocio	Prácticas de Adquisición	ODS 8
Gestión de residuos	Desempeño Social y Ambiental	Residuos	ODS 11 -12
Microcréditos	Somos Banco Hipotecario	Indicador Propio	ODS 9 - 11



Desde diciembre de 2020, formamos parte de la comisión ambiental y social de la mesa del protocolo de finanzas sostenibles

› 5.4 Alianzas e iniciativas

Contenidos GRI 102-12, 102-13

En Banco Hipotecario otorgamos especial valor a la cooperación y el diálogo. Por ello, participamos voluntariamente de las siguientes iniciativas externas, relacionadas con temas de sustentabilidad y espacios de diálogo del sector:

- Asociación de Bancos Argentinos (ADEBA).
- RED de Empresas por la Diversidad
- AMCHAM (Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la República Argentina). Miembros desde 2016.

Como miembros de AMCHAM, el Banco colabora con el desarrollo de los programas de la Cámara. Asimismo, forma parte de diferentes espacios de diálogo e iniciativas vinculadas a sustentabilidad y gestión en materia legal, de anticorrupción y lucha contra el terrorismo. Como parte de las organizaciones que forman parte de ADEBA, participamos en la Comisión de Género.

› Protocolo de Finanzas Sostenibles

Tras la firma del Protocolo de Finanzas Sostenibles en noviembre de 2019, en Banco Hipotecario llevamos a cabo una serie de iniciativas que contribuyen con la implementación

de mejores prácticas vinculadas al impacto ambiental y social del negocio. Vale mencionar que este Protocolo, que cuenta con el aval de ABA, ABAPPRA, BID Invest y Vida Silvestre, tiene por objetivo la construcción de una estrategia de finanzas sostenibles en la industria bancaria.

Dentro de las iniciativas que lanzamos en 2020 se destaca la incorporación de una declaración jurada para que todos los proveedores brinden información acerca de cuestiones socioambientales de sus actividades y de la industria a la que pertenecen.

Un documento similar se desarrolló para la Banca Mayorista. Si bien no logró incluirse en los formularios de alta de cuentas durante 2020, esperamos que se concrete en el transcurso del 2021 potenciando el análisis de la cartera y de las líneas de financiamiento por otorgar.

La Comisión Ambiental y Social de la Mesa del Protocolo de Finanzas Sostenibles es un espacio para fomentar el desarrollo de políticas socioambientales, de acuerdo con los estándares de sostenibilidad, hacia el interior de las entidades financieras firmantes. En esta Comisión, coordinamos junto con el Banco Nación, el diseño de una guía para la elaboración de una Política de Sostenibilidad modelo y la planificación de un sistema integral de riesgos ambientales y sociales (SARAS). Por su parte, el Banco Galicia y el BICE coordinan acciones vin-

culadas al cambio climático; Banco Patagonia lidera la incorporación del monitoreo satelital a la gestión de las líneas de crédito para proyectos con impacto socioambiental y el Banco Provincia se encuentra abocado a la elaboración de una Guía Sectorial para la agroindustria.

› 5.5 Nuestros avales

Comprometidos en brindar un servicio con altos estándares de calidad, contamos con distintas certificaciones que avalan nuestro trabajo y apuntalan nuestro posicionamiento:

- Gerencia de Área de Auditoría Corporativa: ISO 9001: 2015 y Referencial N° 13, en todos sus procesos.
- Sector Cash Management: en los procesos de recaudación y plan sueldo: ISO 9001:2015.
- Certificación ISO 27001:2015 para la Gestión de Riesgos de los Activos de Información.

Durante el 2020, se realizó el Curso Auditor Interno ISO 27001, y los equipos de Gobierno de Ciberseguridad, Gestión de Normativa IT y Auditoría Interna aprobaron el examen y lograron la certificación.

Estamos orgullosos de integrar el Índice de Sustentabilidad de BYMA 2020 (bolsas y mercados argentinos)

› Índice de Sustentabilidad BYMA

A fines de 2020 presentamos nuestro último Reporte de Sustentabilidad, en febrero 2021, BYMA presentó el rebalanceo de su Índice de Sustentabilidad 2020 y nuevamente tuvimos el honor de ser parte de las 15 empresas que lo conforman.

Este índice no comercial, es desarrollado con el soporte técnico del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y se sustenta en la metodología de IndexAmericas. Su objetivo es identificar y reconocer aquellas empresas líderes en el mercado por sus prácticas de sustentabilidad y, con ello, brindar la posibilidad de tener mayor visibilidad en el plano regional e internacional.

› 5.6 Parámetros del reporte

Contenidos GRI **102-45, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-56**

El presente Reporte de Sustentabilidad ha sido elaborado de acuerdo con los Estándares de *Global Reporting Initiative (GRI)*, opción esencial, y abarca el período anual comprendido entre el 1 de enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2020.

La redacción de este Reporte busca incorporar la perspectiva de género y toma como referencia la "Guía para el uso de un lenguaje inclusivo al género" publicada por ONU MUJERES⁶. Con esta premisa se ha buscado priorizar el uso de sustantivos genéricos cuando fuera posible y no afectara la fluidez de la lectura.

El Reporte 2019 fue el último publicado. Este documento contempla las operaciones de Banco Hipotecario S.A. y no posee verificación externa.

Los Estados Financieros Consolidados incluyen a las entidades: BACS Banco de Crédito y Securitización S.A., BHN Sociedad de Inversión S.A. y Fid. Fciers. CHA, series IX a XIV.

No se han identificado modificaciones significativas en el alcance o en la cobertura respecto al Reporte de Sustentabilidad 2019, ni en la reformulación de la información respecto de años anteriores.

La Gerencia de Asuntos Sociales es el punto de contacto para solventar las dudas que pudieran surgir en relación con el contenido del Reporte de Sustentabilidad: **KMGUTIERREZ@hipotecario.com.ar**.



6. <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/gender-inclusive%20language/guidelines-on-gender-inclusive-language-es.pdf?la-es&vs=2633>

6

GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA E INTEGRIDAD

El directorio se compone de 13 miembros titulares

GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA E INTEGRIDAD

Aspectos Materiales: **Gobernanza, Ética y Transparencia, Anticorrupción y Cumplimiento Normativo, Seguridad de la Información**

6.1 Gobierno Corporativo

Contenidos GRI **102-18, 102-19, 102-22, 102-23, 102-24, 102-25, 102-26, 102-27, 102-28, 102-35, 102-36, 102-37**

Estamos convencidos de que el Sistema de Gobierno Societario es fundamental para orientar la estructura y el funcionamiento de los órganos sociales de nuestro Banco, de la Sociedad y de sus accionistas.

Concebimos al Sistema de Gobierno Societario del Banco como un proceso dinámico en función de la evolución de la Sociedad, de los resultados que se hayan producido en su desarrollo, de la normativa que puede establecerse y de las recomendaciones que se hagan sobre las mejores prácticas del mercado adaptadas a su realidad social.

En tal sentido, nuestro Sistema de Gobierno Societario comprende el Código de Gobierno Societario, el Estatuto Social y la normativa vigente aplicable, que regula las cuestiones relativas al funcionamiento de la Sociedad, las Asambleas de Accionistas, el Directorio, la Gerencia General, la Alta Gerencia y los diferentes Comités, así como los miembros de la Sociedad.

Por otra parte, el Sistema cuenta con normas de conducta internas contenidas en el Código de Ética, que consagran los postulados y principios éticos que deben regir las actuaciones de los directivos, administradores y colaboradores.

Directorio

El Directorio actualmente está integrado por 13 miembros titulares y 10 suplentes, con destacada trayectoria profesional y amplia experiencia en el área de finanzas.

Este órgano de gobierno detenta 3 miembros independientes, un 14% de presencia femenina (2 miembros) y el 92% mayor de 50 años (miembros titulares).

Tabla 26 Indicadores de la conformación del Directorio⁷

	2020	2019	2018
› Sexo			
• Femenino	14%	8%	-
• Masculino	86%	92%	100%
› Rango Etario			
• <30 años	-	-	-
• Entre 30 y 50 años	8%	-	-
• >50 años	92%	100%	100%

7. Según integración al 31/12/2020

6

GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA E INTEGRIDAD

12

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

16

PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

17

ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

Tabla 27 Composición del Directorio 2020 ⁸			
Apellido	Nombre	Cargo	Mandato ⁹
Elsztain	Eduardo Sergio	Presidente	06/05/2020 - 31/12/2021
Zang	Saúl	Vicepresidente 1ro	06/05/2020 - 31/12/2021
Pérez	Alberto Ramón Rafael	Director Titular	19/10/2020 - 31/12/2020 (*)
Ruete	Rodrigo María	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2020 (*)
Viotti	Rogelio Pedro	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021
Itúrriz	Ada Rosa del Valle	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021
Wior	Mauricio Elías	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021
Viñes	Ernesto Manuel	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020 (*)
Reznik	Gabriel Adolfo Gregorio	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020 (*)
Dreizzen	Jacobo Julio	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020 (*)
Vergara del Carril	Pablo Daniel	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021
Pisula	Carlos Bernardo	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021
Zylberlicht	Nora Edith	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020 (*)

(*) Mandatos renovados por asamblea (Desde 30/03/2021 hasta 31/12/2022)

8. Según integración al 31/12/2020.

9. Finalizados los respectivos mandatos, los Directores permanecen en sus cargos hasta tanto la Asamblea designe a sus reemplazantes.

La integración actual del Directorio puede consultarse en: <https://www.hipotecario.com.ar/nosotros/relaciones-con-los-inversores/autoridades-del-banco/>

El Comité Ejecutivo, compuesto por Directores de clase “D” está a cargo de la gestión de los negocios ordinarios y de todos los asuntos que delegue el Directorio. Entre estas cuestiones se encuentran: desarrollar la política comercial, crediticia y financiera, definir reestructuraciones organizacionales, efectuar los nombramientos de gerencias, proponer al Directorio decisiones sobre la sociedad, las sucursales, entre otras.

En cuanto al control estatutario, este se encuentra a cargo de una Comisión Fiscalizadora integrada por cinco miembros.

El Directorio del Banco define y aprueba anualmente un “Plan de Negocios y Proyecciones”, ajustado al Plan Estratégico sobre el cual debe desenvolverse, que se utiliza para el control y la supervisión permanente de la gestión de la Compañía.

El Plan de Negocios y Proyecciones, es implementado por las líneas gerenciales y el monitoreo de su cumplimiento, es realizado a través de indicadores que se presentan mensualmente en el tablero de control. Dicho Plan, a su vez, se pone a disposición en forma confidencial, del Banco Central.

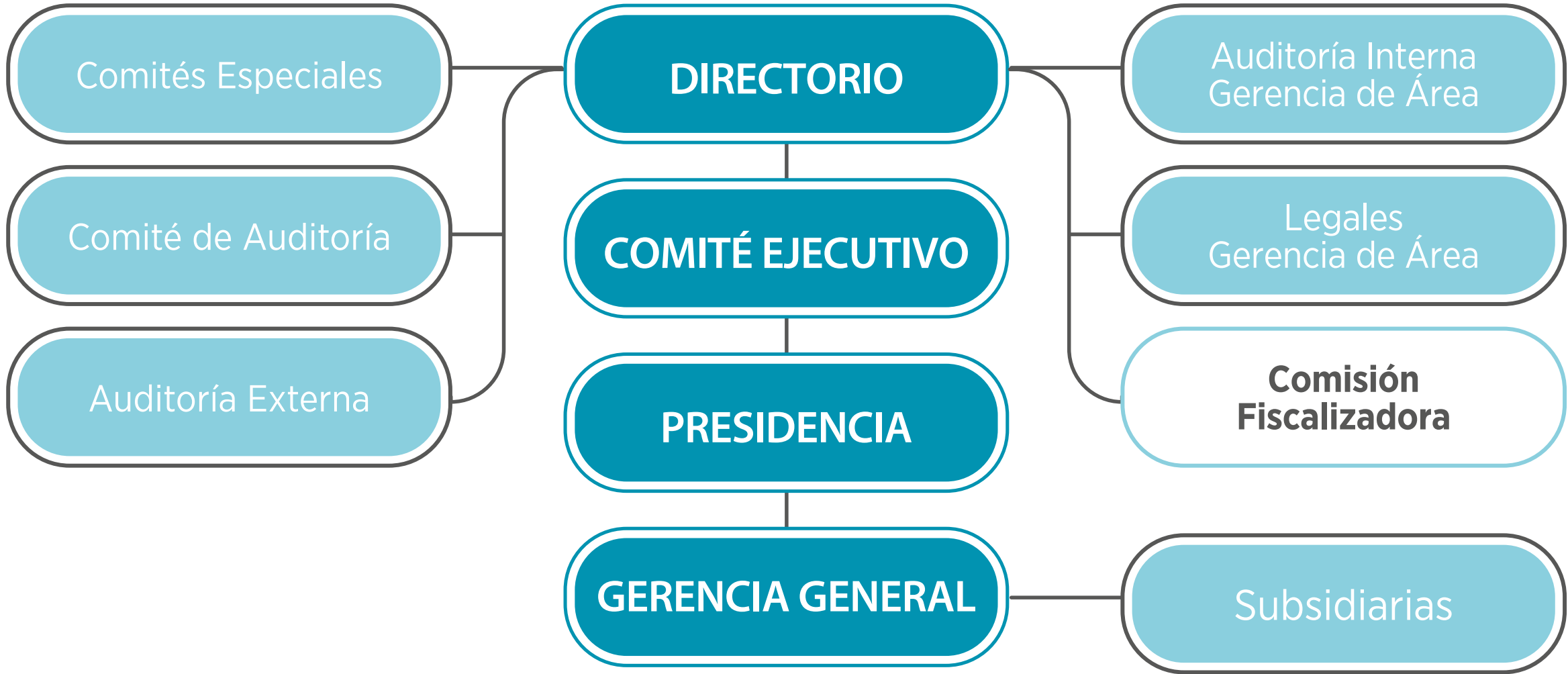
Nombramiento

De conformidad con la Ley de Privatización del BHN (Ley 24.855) y el Estatuto Social, la elección de los integrantes del Directorio se efectúa por asambleas especiales de clases de acciones. Si bien en este marco no es factible la constitución de un Comité de Nominaciones, a través de los nombramientos que formalmente realizan los accionistas en las reuniones de Clases de Acciones A, B, C y D en sus Asambleas Individuales, busca cumplir con los niveles adecuados de independencia y diversidad que le permitan tomar decisiones en pos del mejor interés de la Compañía en el marco de sucesión.

La designación del Directorio se estructura de acuerdo con las distintas clases de accionistas, de la siguiente forma:

- › Dos designados por la clase de acciones “A”
- › Uno designado por las “B”
- › Uno por las “C”
- › Nueve por las “D”

El Presidente y el Vicepresidente de la Sociedad son designados entre los Directores de la clase “D”. Los Directores correspondientes a las clases “A” y “C”, actualmente son designados por el Estado Nacional; los de la clase “D”, por los accionistas privados en asambleas especiales de clase; y los de clase “B”, por los tenedores del Programa de Propiedad Participada.



Evaluación

La evaluación del Directorio recae en su Presidente junto con la asistencia de la Gerencia de Cumplimiento Normativo. Este proceso, tiene formato de autoevaluación y cuenta con dos niveles, uno global y otro individual. El global lo lleva adelante la Dirección a través de respuestas a preguntas realizadas a los miembros sobre el funcionamiento del órgano de administración. En cuanto al individual, cada director da su punto de vista y califica las diferentes temáticas que responden al funcionamiento del cuerpo colegiado.

Capacitación

En 2020, el Directorio recibió capacitaciones sobre las siguientes temáticas: Normas Inter-

nacionales de Información Financiera (NIIF) y Ajuste de Inflación de Estados Financieros.

El Presidente y la Gerencia de Área Legal organizan anualmente la asistencia de la Dirección a conferencias y disertaciones de economistas y de especialistas en actividades bancarias, mediante el desarrollo de programas de entrenamiento. Las actividades de capacitación se realizan tanto en forma interna como externa, y el objetivo es que el Directorio se mantenga actualizado sobre temas de la industria y otros conocimientos para cumplir adecuadamente con sus funciones. Asimismo, en cada reglamento de Comité que integra la Dirección, se menciona que estos deben capacitarse en los temas relacionados con las funciones de cada Comité y en el conocimiento del Banco y sus negocios.



Remuneración

El Estatuto Social del Banco establece en materia de remuneraciones lo siguiente:

- › Miembros no ejecutivos: su remuneración es resuelta anualmente en la Asamblea General Ordinaria de forma global. Luego, se reparte entre ellos en forma igualitaria y entre los suplentes según el tiempo que reemplazaron en forma definitiva a los titulares.
- › Miembros ejecutivos: el Presidente y la Dirección de la Sociedad, que cumplan funciones gerenciales, técnico-administrativas o comisiones especiales, reciben una remuneración por dichas funciones o comisiones de nivel acorde con el vigente en el mercado, que es fijada por el Directorio, con abstención de los nombrados y están sujetas a la ratificación de la Asamblea.
- › Miembros del Comité Ejecutivo: la Dirección integrante del Comité Ejecutivo percibe un componente retributivo equivalente a una suma que contempla determinados montos máximos y las remuneraciones previstas en los puntos anteriores.

A través del Comité de Incentivos al Personal, el Directorio establece la política de evaluación de los gerentes de primera línea (incluido el Gerente General), la cual se realiza formalmente una

vez al año junto con el proceso de calificaciones que tiene toda la nómina de colaboradores del Banco y, a su vez, sobre estos se mantiene una política de *feedback* permanente.

Conflicto de interés

El Código de Gobierno Societario y el Código de Ética establecen la política por seguir en la cuestión de conflicto de intereses entre colaboradores de la Entidad y el propio Banco Hipotecario y sus subsidiarias. Para los casos en que pudieran plantearse cuestiones, el Comité de Ética es el órgano encargado de resolverlas.

Comités del Directorio

Contenidos GRI [102-20](#), [102-22](#), [102-23](#), [102-31](#), [102-32](#), [102-33](#)

En el Banco contamos con distintos Comités especiales del Directorio. En términos generales, estos tienen como objetivo abordar y tomar decisiones sobre temas específicos. Su conformación y sus responsabilidades se encuentran descriptas en el Código de Gobierno Societario. Actualmente contamos con diferentes Comités, cada uno con sus respectivos reglamentos de funcionamiento.

Los Comités están integrados por directores y tienen un gerente como referente interno en la

línea, el cual también asiste a las reuniones. Respecto a la permanencia de los miembros en sus cargos, vale mencionar que, a excepción del Comité Ejecutivo y de Auditoría, los directores titulares permanecen un mínimo de 2 años como integrantes de los Comités, siempre que su mandato como director titular no expire antes. Este plazo puede ser extendido para cada caso, solo por expresa decisión del Directorio. El lapso de permanencia de la dirección en dicha función no debe ser coincidente entre sí, de tal manera que el Comité siempre se encuentre integrado por un director con experiencia y conocimiento en la materia.

En estos Comités, los gerentes a cargo y especialistas en cada una de las materias que participan someten a consideración de los directores nombrados, los diferentes temas. Sobre la base de los antecedentes de cada uno de ellos, y junto a sus deliberaciones, adoptan las resoluciones por mayoría de votos de los miembros presentes. Cabe indicar, que los gerentes y especialistas convocados o invitados a dichos Comités cuentan con voz, pero no con voto.

6



GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA E INTEGRIDAD

12

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



16

PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



17

ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



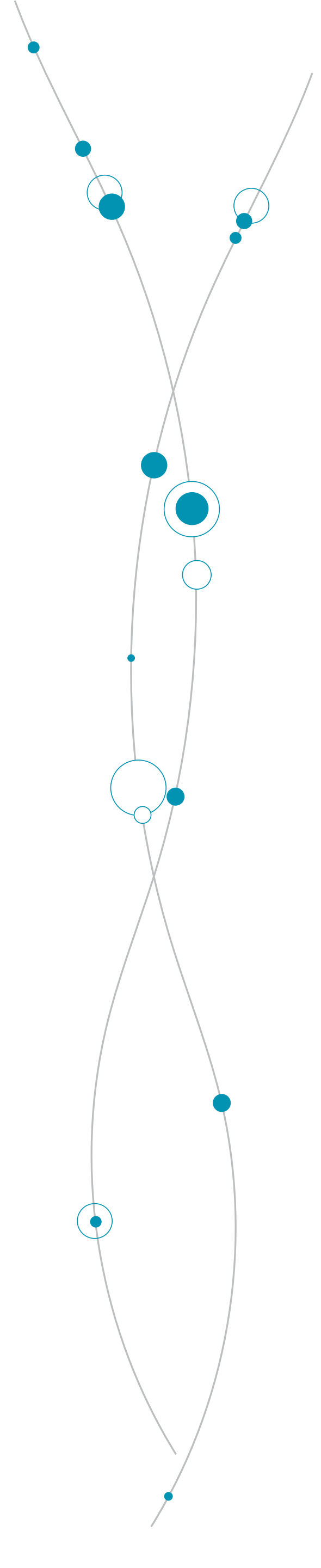


Tabla 28 Comités especiales

COMITÉ	FUNCIÓN
Ejecutivo	Supervisa el giro ordinario de los negocios del Banco. Período: Mínimo de 2 años, siempre que su mandato no expire antes, y pueden ser reelegidos indefinidamente en esas condiciones.
Auditoría	Vigila el razonable funcionamiento del ambiente de control interno de la Entidad y los sistemas de gestión de riesgos del Banco. Período: Mínimo de 2 años (siempre que su mandato no expire antes) y máximo de 3 años.
Control y Prevención de Lavado de dinero y Financiación del Terrorismo	Es el encargado de coadyuvar a la observancia de las obligaciones emergentes de la normativa aplicable para la prevención de dichos delitos. Período: los miembros permanecen en el Comité siempre que su mandato no haya expirado.
Tecnología Informática	Tiene a su cargo vigilar la observancia de las políticas globales de tecnología informática, de los sistemas de información y de la seguridad lógica.
Crédito	Tiene a su cargo establecer el límite de exposición crediticia del Banco con sus clientes.
Incentivos al personal	Es el encargado de vigilar que el sistema de incentivos económicos al personal sea consistente con la cultura, los objetivos, los negocios a largo plazo, la estrategia y el entorno de control de la Entidad, según se formule en la pertinente política. Dicho Comité depende del Comité Ejecutivo.

Tabla 28 Comités especiales (Continuación)

COMITÉ	FUNCIÓN
Gestión de Riesgos	Vigila los riesgos a los cuales se encuentra expuesta la Entidad y es responsable, entre otros aspectos, de: i) monitorear la gestión de los riesgos de crédito, de mercado, de liquidez, de tasas de interés y operacional, tomando en consideración las mejores prácticas en materia de gestión de riesgo, y ii) asistir al Directorio en la fijación de políticas y estrategias en materia de riesgo.
Comité de Ética del Directorio y del Personal	Asegura que la Entidad cuente con los medios adecuados para promover la toma de decisiones apropiadas dentro de sus consideraciones éticas.
Gobierno Societario	Tiene a su cargo supervisar la implementación del Código de Gobierno Societario y de los principios societarios de "información plena", "transparencia", "eficiencia", "protección del público inversor", "trato igualitario entre inversores" y "protección de la estabilidad de la Entidad". Asimismo, evalúa la gestión del Directorio y la renovación y sustitución de la Alta Gerencia, y controla el cumplimiento de las regulaciones internas y externas.
Financiero	Le compete vigilar el cumplimiento de las políticas de solvencia y liquidez de la Entidad, a través de la gestión de los riesgos financieros.
Asuntos Sociales e Institucionales	Su misión está relacionada con la imagen e inserción del Banco en la sociedad en su conjunto, en el marco de la responsabilidad social empresarial.
Protección de Usuarios de Servicios Financieros (PUSF)	Su misión tiene que ver con el relacionamiento que tiene la Entidad a través de sus productos con los usuarios de servicios financieros.



El **Comité de Asuntos Sociales e Institucionales** está integrado por el Presidente del Banco y al menos un Director en representación del Estado Nacional. Dentro de las tareas de este Comité, se encuentran la aprobación y el monitoreo anual del Plan Estratégico de Sustentabilidad. Al mismo tiempo, tiene a su cargo la gestión integral en materia de sustentabilidad, el control del destino de la inversión social y la aprobación de las iniciativas solidarias que involucra al personal del Banco, como también los Pilares de Sustentabilidad. Es así, como las donaciones se administran en un marco de transparencia, con foco en la estrategia de negocio, de acuerdo con los lineamientos de gestión establecidos en la "Política de Responsabilidad Social" aprobada por el Directorio del Banco. Este documento contribuyó a la profesionalización de los procesos, al planeamiento estratégico y a la sistematización de la gestión sustentable dentro de la Organización.

› 6.2 Marco regulatorio

Contenidos GRI **102-16, 103-1, 103-2, 103-3, 419-1**

Nuestra gestión da un estricto cumplimiento de la normativa y regulación vigente aplicable a las instituciones financieras¹⁰. En este sentido, nuestras operaciones se ajustan a lo dispuesto por el Banco Central de la República Argentina (BCRA), la Comisión Nacional de Valores (CNV), Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA), entre otros.

Complementariamente, velamos por el cumplimiento de nuestro Código de Gobierno Societario, que contempla el Código de Ética, el Código de Prácticas Bancarias y el Código de Conducta de Agente de Liquidación y Compensación Integral.

Para la elaboración del Código de Gobierno Societario, se ha tenido en cuenta la legislación

aplicable a la Sociedad, en particular las disposiciones de las Leyes 21.526; 26.831; 19.550; 25.877; 24.855 y 24.240, los Decretos reglamentarios y complementarios, las normas del Banco Central de la República Argentina (BCRA), de la Comisión Nacional de Valores (CNV), de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires (BCBA), del Mercado Abierto Electrónico (MAE) y del estatuto social.

A su vez, adherimos al Código de Prácticas Bancarias, elaborado con la participación de todas las Asociaciones de Bancos y Entidades Financieras de la República Argentina, como una iniciativa de autorregulación que promueve las mejores prácticas bancarias en el país y que adhiere al Código de Protección al Inversor del Mercado Abierto Electrónico.

Durante 2020, en materia de Usuarios del Sistema Financiero, regulado por el BCRA o sobre el Código de Prácticas Bancarias, no registramos reclamos de incumplimiento.

10. Para más información, consultar el documento "Marco Legal del Sistema Financiero Argentino 2021", publicado por el BCRA, en el siguiente link: <https://www.bkra.gob.ar/Pdfs/SistemasFinancierosYdePagos/MarcoLegalCompleto.pdf>

Nuestra visión

Ser el prestador de servicios financieros para el hogar, las familias y las empresas argentinas; eficiente y eficaz, reconocido por su excelencia en la atención al cliente, promoviendo una cultura centrada en las personas, la toma de decisiones basadas en datos y caracterizado por una huella social positiva

Nuestra Misión

Ser una compañía de servicios financieros y de gerenciamiento de proyectos constructivos; simple, inclusiva y contemporánea

6.3 Visión y Misión

Contenidos GRI 102-16

En 2020 actualizamos la visión estratégica del Banco, con foco en el 2023. Esta nueva perspectiva contempla tres objetivos que involucran a toda la Organización y supone el desarrollo y la implementación de diferentes iniciativas que impulsen su cumplimiento.

Focos estratégicos (Objetivos)

- › Experiencia del cliente, innovadora, omnicanal y reconocida por su excelencia.
- › Desarrollo de las personas dentro de una cultura ágil y flexible, apoyada en decisiones basadas en datos y promotora de un impacto social positivo.
- › Alta eficiencia y rentabilidad, sustentables y apoyadas en un negocio equilibrado y fondeado competitivamente.

Vale destacar, que la formulación de la Visión y la Misión es responsabilidad de la Gerencia General y su validación es del Directorio. En todo momento, la planificación estratégica debe atender estos aspectos principales.

6.4 Código de ética y conducta

Contenidos GRI 102-16, 102-17, 102-33, 102-34, 103-1, 103-2, 103-3, 205-1, 205-2, 205-3, 406-1

Nuestro **Código de Ética** enmarca nuestro compromiso explícito de conducir el Banco de manera ética y transparente. Resume las pautas generales que deben regir la conducta de nuestra Organización y de todas las personas que la integran, en el cumplimiento de nuestras funciones y relaciones comerciales y profesionales.

Ninguna persona, sin importar la función o el cargo jerárquico que posea dentro del Banco, tiene autoridad para hacer excepciones al Código de Ética.

Nuestros Códigos de Ética y de Conducta formalizan, comunican y exteriorizan a la comunidad de negocios y a los terceros interesados, los principios y los lineamientos de cultura y los valores corporativos.

El Código aborda los temas más relevantes que hacen a la ética, tales como: el trato de colaboradores, la seguridad en el trabajo, el sistema de sanciones, personas con discapacidad, confidencialidad, prevención de lavado de dinero, protección de Activos, entre otros.

Asumimos el compromiso de llevar a cabo nuestra actividad empresarial y social **respetando las más altas normas de ética** y trabajando con eficiencia, calidad, empeño y transparencia

Tabla 29	Normas de ética fundamentales
	Honestidad
	Conflicto de intereses
	Aspectos regulatorios
	Prácticas comerciales, leyes y otros reglamentos comerciales
	Transacciones internacionales
	Relaciones comerciales
	Regalos, obsequios y atenciones
	Actividades de representación
	Contribuciones políticas
	Compraventa de valores
	Utilización de las herramientas de trabajo informáticas y de comunicación



Nuestros inversionistas, clientes, proveedores, reguladores y todas las personas que integran el banco, sin excepción, **deben tener confianza total en nuestra palabra y en nuestra conducta**

El Código de Ética es instrumentado por los Comités de Ética de Directores y de Personal y, a través de sus integrantes, promueve, monitorea y hace cumplir los principios y los lineamientos enunciados en el mencionado Código.

En cuanto al alcance del Código, es importante señalar que se aplica en todo el territorio nacional, pero no afecta las disposiciones legales obligatorias en ninguna jurisdicción; a su vez, resaltar que la prohibición de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias se extiende a los vendedores, profesionales y otros proveedores de bienes y servicios con los que trabajamos.

Es de relevancia que cada integrante del Banco comprenda la responsabilidad que le corresponde en el cumplimiento de las normas y los valores éticos a los que el Banco adhiere. Por ello, nuestro Código es accesible y de público conocimiento para nuestro capital humano. Cada integrante recibe un ejemplar con una declaración de su lectura y conocimiento en el momento de ingresar al Banco.

Nuestro Código de Ética se encuentra disponible para su consulta en nuestra Intranet, en la sección Institucionales y en la web pública, en la sección Línea Ética¹¹:

El Comité de Ética, órgano integrado por diferentes representantes del Banco, analiza y

da respuestas a las consultas y/o denuncias presentadas por colaboradores. Estos son alentados a informar casos de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias. Para ello, aseguramos que toda situación sea abordada de manera inmediata y confidencial, y que se notifique al informante sobre su resolución. Cada caso es tratado de manera confidencial por el Comité y en ninguna circunstancia se toman medidas adversas contra la persona que efectúa una consulta o contra quien, de buena fe, denuncia un posible ilícito o situación anormal que, a su criterio, se aparte de lo normado por el Código de Ética, alguna ley, regulación o procedimiento interno del Banco.

Nuestra “**Línea Ética**” cuenta con distintos canales de comunicación habilitados para realizar consultas o denuncias sobre el incumplimiento del Código de Ética, es decir, sobre cualquier tipo de abuso, discriminación o inconveniente en el ámbito laboral. La administración de la Línea está a cargo de un tercero independiente, actualmente KPMG, y todas las comunicaciones tienen carácter confidencial.

En el caso de nuestro personal, además de contar con la línea de transparencia y el correo electrónico, puede enviar un telegrama o iniciar un reclamo con el Gerente o con el superior directo, con referentes de Desarrollo Organizacional y Calidad o con delegados

gremiales. En todos los casos, los reclamos son recibidos por Relaciones Laborales quien deriva las denuncias al Comité de Ética.

11. <https://www.hipotecario.com.ar/nosotros/nueva-linea-etica/>

LA LÍNEA ÉTICA CUENTA CON DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN HABILITADOS



lineaeticabancohipotecario.lineaseticas.com



lineaeticabancohipotecario@kpmg.com.ar



0800-222-3368



Correo Postal a Bouchard 710, 6to piso, Código Postal 1001, Buenos Aires, Argentina, dirigida a “KPGM - Línea Ética Banco Hipotecario”.



Fax al (11) 4316-5800, dirigida a “Línea Ética Banco Hipotecario”.



Entrevistas personales.



Contamos con canales de comunicación anónimos, seguros y confidenciales, administrados por un tercero independiente.

402 personas recibieron capacitación en temas de ética y anticorrupción en 2020

Estos canales están disponibles las 24 horas, toda la semana, en forma anónima, confidencial y segura. Una vez recibida la solicitud, el Comité de Ética inicia los procesos que permiten responder las consultas, constatar lo denunciado y llegar a una resolución (esta última se comunica de manera formal mediante el canal más pertinente).

Se pueden informar actos irregulares contrarios al Código de Ética y demás normativas aplicables, entre ellos:

- › Conflictos de interés
- › Sustracción de activos
- › Manipulación de datos
- › Acuerdo con proveedores
- › Corrupción

Durante 2020, **ningún** organismo de fiscalización aplicó multas y/o sanciones de fraude contable, discriminación en el trabajo o acciones de corrupción. Asimismo, en pos del criterio de transparencia de la información, en los estados financieros el Banco expone los diferentes sumarios en los que interviene.

En 2020 se registraron dos denuncias por incumplimientos al Código de Ética, una por acoso/violencia de género y otra por maltrato laboral. La Gerencia de Desarrollo Organizacional procedió a entrevistar a todo el personal involucrado en éstas; otra entrevista fue realizada por integrantes del Comité de Ética. Al no poder corroborarse lo denunciado, las denuncias fueron desestimadas.

En cuanto a las sanciones, en el período reportado se aplicaron dos a colaboradores por incumplimiento del Código de Ética con relación a Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.

› Capacitación y comunicación

Tabla 30 Capacitación sobre ética y anticorrupción según Categoría Laboral			
	2020	2019	2018
Alta Gerencia			
Total nómina	15	16	16
Total evaluados	12	10	10
% Evaluados	80%	63%	63%
Gerentes			
Total nómina	100	99	114
Total evaluados	41	87	84
% Evaluados	41%	88%	74%
Mandos Medios			
Total nómina	241	256	275
Total evaluados	63	237	246
% Evaluados	26%	93%	89%
Analistas y Administrativos			
Total nómina	1.348	1.386	1.531
Total evaluados	286	1.290	1.374
% Evaluados	21%	93%	90%

En 2020, el 100% del Directorio de la Sociedad recibió capacitación especializada sobre anti-corrupción, en línea con la Ley de Responsabilidad Penal de las personas jurídicas.

- › El Código de Ética se comunicó al 100% de la nómina a través de publicaciones en News Banco Hipotecario.
- › El Directorio de la Sociedad ha sido comunicado y ha aprobado en forma unánime la Política Anticorrupción de la Organización y sus procedimientos conexos.
- › Proveedores: se les exige que, si no cuentan con una Política Anticorrupción propia, deben adherir a nuestra Política en dicha materia, de manera que podamos asegurarnos su cumplimiento.

Tabla 31		Capacitación según Locación	
		2020	2019
		Aprobados	Aprobados
› Casa Central	-----	323 (31%)	● 986 (96%)
› Red de Sucursales	---	79 (12%)	● 638 (88%)

› 6.5 Prevención y control de fraudes

Contenidos GRI 103-1, 103-2, 103-3, 205-1, 205-2, 205-3

En 2020 evitamos pérdidas por fraude externo en el orden del 0,33% (\$47 millones) sobre el monto de la originación total de productos activos del Banco, disminuyendo 24% su valor monetario con relación a 2019.

Las pérdidas evitadas se asocian, en primer lugar, a la prevención del fraude transaccional (Tarjeta de Crédito/Tarjeta de Débito) y, en segundo lugar, a intentos de usurpación de identidad en los canales de originación no presenciales (Búho Bank y TMK).

Las pérdidas por fraude externo ascendieron a \$850.000, registrando un descenso del 52% en su valor monetario en relación con el mismo periodo del año anterior y representando el 0,006% de la originación de productos activos del Banco. Los fraudes consumados estuvieron principalmente asociados a la originación

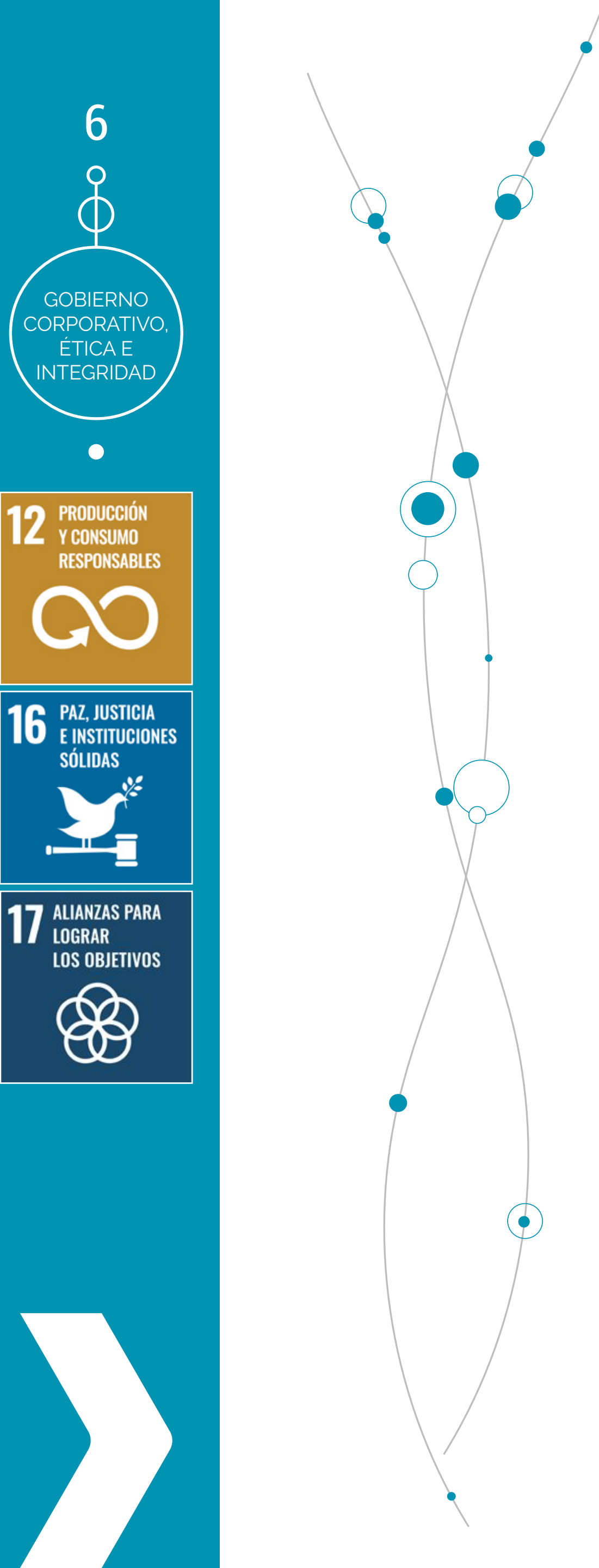
de tarjetas de crédito a través de Telemarketing y Búho Bank. Resulta importante destacar que el 98% de los fraudes se detectaron previo a la originación del producto activo solicitado por el prospecto.

Debido a la Pandemia COVID-19 se observó un considerable incremento de los intentos de intrusión en Home Banking (HB) y en la originación en canales no presenciales. Adicionalmente, registramos un importante incremento de los fraudes telefónicos y por redes sociales, por eso implementamos nuevas herramientas de detección, circuitos de respuesta al cliente y mensajería preventiva en HB, redes sociales y medios de difusión.

Asimismo, redefinimos los procesos de control del fraude transaccional automatizando alertas y dinamizando los perfiles de riesgo, e incluimos herramientas de georreferenciación que permitieron mapear los “ataques” transaccionales.

También trabajamos activamente en la prevención del fraude interno, realizando las ta-

Tabla 32	Pérdidas por fraude		
	Monto	Incidencia sobre monto origenación	Variación del valor monetario 2019
Pérdidas evitadas	\$47.000.000	0,33%	-24%
Pérdidas	\$850.000	0,006%	-52%



reas necesarias vinculadas a las denuncias que ingresan a través de la Línea Ética y otros, elevando al Comité de Ética y/o Desarrollo Organizacional (en tiempo y forma) las irregularidades o desvíos a los procesos internos vigentes detectados dentro del marco del Código de Ética.

Por otra parte, durante 2020, entre los casos de operaciones sospechosas de clientes informados al Organismo de Control (Unidad de Información Financiera), 8 reportes (que representan el 0,80%) tenían relacionadas a 6 personas expuestas políticamente. Más allá de lo expuesto, aún no se ha confirmado su relación con hechos de corrupción comprobados.

› **Capacitación y comunicación**

El programa de “Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo” establece las políticas y las acciones que deben cumplir autoridades y colaboradores para minimizar los riesgos relacionados con el uso de la Organización y/o sus servicios para el lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo, según la legislación y las normas vigentes en la Argentina, y los estándares reconocidos internacionalmente en la materia.

En el marco de este programa, en 2019 se actualizó el curso “Prevención de Lavado de Di-

nero” de acuerdo con la normativa vigente, y un alto porcentaje de la nómina se capacitó ese mismo año. En 2020 el equipo de Capacitación realizó el seguimiento del curso e informó al equipo de Referentes de Desarrollo Organizacional de forma semanal, para su conocimiento y gestión. Además, se llevaron a cabo acciones de refuerzo y encuentros virtuales como herramientas para alcanzar el 100% de avance. De

esta forma, en 2020 completamos la capacitación del 100% de la nómina.

Adicionalmente, realizamos un taller virtual encabezado por el Gerente de Prevención de Lavado de Dinero, con convocatoria abierta para nuestro personal, donde se profundizaron los mecanismos de prevención del lavado de dinero y de la política antifraude de la Compañía.

Tabla 33 Capacitación sobre Prevención de Lavado de Dinero según Categoría Laboral

	2020	2019	2018
Alta Gerencia			
Total nómina	15	16	16
Total evaluados	6	10	15
% Evaluados	40%	63%	94%
Gerentes			
Total nómina	100	99	114
Total evaluados	22	87	98
% Evaluados	22%	88%	86%
Mandos Medios			
Total nómina	241	256	275
Total evaluados	33	243	263
% Evaluados	14%	95%	96%
Analistas y Administrativos			
Total nómina	1.348	1.386	1.531
Total evaluados	136	1.321	1.472
% Evaluados	10%	95%	96%

En 2020 completamos la capacitación del 100% de la nómina sobre el curso actualizado de prevención de lavado de dinero

Los porcentajes indicados para 2020 corresponden únicamente a los casos que durante ese periodo tuvieron que completar la formación en Prevención de Lavado de Dinero. El resto, ya había realizado la misma edición del curso en años anteriores

En 2020 el 100% del Directorio formó parte de una actualización en materia de Prevención de Lavado de Activos durante una de las reuniones de Directorio. Además, en su totalidad, toma conocimiento de las actas de Comité de PLAyFT, donde se deja constancia de nuevas normas.

- › Prevención de Lavado de Dinero: se comunicó al 100% de la nómina a través de distintos canales: Intranet Banco Hipotecario, News Banco Hipotecario y Portal de Procesos.

Tabla 34 Capacitación según Locación	
	2020
	Aprobados
› Casa Central	158 (15%)
› Red de Sucursales	39 (6%)
	2019
	Aprobados
	1.018 (99%)
	643 (89%)

› 6.6 Gestión de riesgos

Contenidos GRI 102-11, 102-15, 102-30

En línea con las buenas prácticas en la materia y, en particular, con las disposiciones establecidas por el BCRA, contamos con un proceso integral para la gestión de riesgos, que permite identificar, evaluar, seguir, controlar y mitigar todos los riesgos significativos.

Este proceso integral está diseñado para que el Directorio y la Alta Gerencia se involucren y vigilen la gestión de todos los riesgos significativos y para que comprendan la naturaleza y el nivel de riesgo asumido por la entidad y su relación con el capital.

› Estructura Organizacional

A nivel estructura organizacional del Banco, contamos con unidades responsables de la gestión de cada uno de los riesgos significativos comprendidos en la Política de Gestión de Riesgos.

La Unidad de Prevención y Control de Lavado de Activos reporta a la Gerencia de Área Legal, que reporta al Directorio y al Comité de Prevención y Control de Lavado de Activos. El resto de las unidades reportan a la Gerencia de Área Planeamiento y Control, que reporta al Gerente General.

El Comité de Gestión de Riesgos tiene como objetivo principal realizar el seguimiento de las actividades de la Alta Gerencia, relacionadas a





la gestión de riesgos, y asesorar al Directorio sobre los riesgos de la Entidad.

La conformación y las responsabilidades de los Comités mencionados se encuentran descritas en el Código de Gobierno Societario.

› Políticas

Dentro de las principales políticas con las que cuenta el Banco para conducir sus decisiones con el objetivo de implementar su estrategia para la gestión integral de riesgos, se encuentran:

› **Política de jerarquía normativa:** en esta se define la estructura normativa interna del Banco y los lineamientos a los que debe ajustarse el proceso de creación, emisión, administración o actualización y distribución de las normas que la componen. En particular, regula el lanzamiento de nuevos productos y/o servicios, para asegurar su aprobación por parte del Directorio y su posterior administración.

› **Política de gestión de riesgos:** establece las principales pautas para realizar una adecuada gestión de los principales riesgos a los que se enfrenta el Banco. Comprende los riesgos de crédito, liquidez, mercado, tasa de interés, operacional, titulización, concentración, reputacional y estratégico.

Por una parte, fija el marco organizacional y normativo general, y los dispositivos comunes para una gestión integral de los riesgos a los que se enfrenta la Entidad. Por otro lado, se describen los procesos específicos de gestión de cada uno de riesgos mencionados y, de manera pormenorizada, las metodologías de gestión de los riesgos de mercado y del riesgo de liquidez.

› Dispositivos de gestión

Para garantizar una adecuada administración de los riesgos significativos, contamos con un marco de gestión y dispositivos apropiados a la dimensión, complejidad, importancia económica y el perfil de riesgo de la Entidad.

Dentro de los dispositivos comunes a la gestión de los principales riesgos, se encuentran:

› **Estrategia de Riesgo:** es un documento que se elabora anualmente para la realización del Plan de Negocios y que pone de manifiesto el enfoque general del Banco para administrar el riesgo. Su objetivo consiste en definir, para cada uno de los principales riesgos del Banco, el nivel de tolerancia y la estrategia de gestión de riesgo.

› **Programa de Pruebas de Estrés:** serie de ejercicios analíticos de simulación, que se

realizan con el objetivo de conocer la capacidad del Banco para soportar situaciones económicas adversas extremas en lo que refiere a liquidez, rentabilidad y solvencia.

› **Plan de Contingencia:** consiste en un menú de posibles acciones y medidas para afrontar la ocurrencia o el aumento de la probabilidad de situaciones de estrés en la coyuntura económica y/o financiera y que, a priori, se juzgan como muy adversas en lo que refiere a solvencia, liquidez y rentabilidad de la Entidad.

› **Capital Económico:** el capital económico es la suma de los "valores a riesgo" (pérdida probable en un horizonte dado y una probabilidad asociada) de cada uno de los riesgos individuales. Es aquel que requiere el Banco para cubrir tanto las pérdidas inesperadas originadas por la exposición a los riesgos materiales como, así también, las que provienen de otros riesgos a los que puede estar expuesto.

› **Proceso de Evaluación Interna de Adecuación de Capital (IAC):** conjunto de procesos y procedimientos con el objetivo de asegurar un adecuado nivel de capital para cubrir todos los riesgos materiales y una estrategia de mantenimiento de capital a lo largo del tiempo. Sobre este, se efectúan pruebas de estrés para evaluar la suficiencia.



› **Sistemas de Información General:** permite conocer y seguir la composición y las características de las exposiciones de manera oportuna y adecuada, permitiendo que se pueda evaluar de forma rápida y precisa el perfil de riesgo y las necesidades de capital del Banco. En tal sentido, cuenta con un Tablero de Control de Riesgos.

› **Gestión de Riesgo de Subsidiarias:** el Código de Gobierno Societario establece la estructura de supervisión y coordinación societaria en relación con las subsidiarias del Banco. Esta estructura permite que el Directorio de cada Sociedad revise, en forma periódica, las políticas y las estrategias de gestión de riesgos, determine los niveles de tolerancia y controle que los niveles gerenciales identifiquen, evalúen, monitoreen, controlen y mitiguen los riesgos asumidos. En cuanto a la gestión de riesgos, el cumplimiento de los límites establecidos en las estrategias de cada subsidiaria es monitoreado por el Banco mediante el Tablero de Control de Riesgos que la Alta Gerencia del Banco presenta periódicamente al Directorio.

Dentro de las principales acciones de 2020 se encuentran:

› **Exposición al riesgo:** dada la situación desatada por la pandemia y las medidas implementadas por el gobierno, analizamos y monitoreamos el impacto en la exposición a los diferentes riesgos.

› **Pruebas de estrés:** realizamos pruebas de estrés individuales sobre los principales riesgos adaptando los escenarios al contexto de COVID-19.

› **Tablero de control de riesgos:** incorporamos modificaciones en el tablero de control de riesgos para monitorear el comportamiento de la cartera y el impacto del cálculo de la pérdida esperada. Asimismo, se continuaron monitoreando aspectos regulatorios y de capital económico y el comportamiento de los principales factores de riesgo a los que está expuesto el Banco por su rol de fiduciario del fideicomiso PRO.CRE.AR.

› **Cargo por incobrabilidad:** continuamos con el desarrollo y robustecimiento de la metodología de cálculo para estimar el cargo por incobrabilidad sobre la base de modelos de pérdida esperada.

› **Calidad de la cartera crediticia:** con el objetivo de mejorar la calidad de nuestra cartera, revisamos y ajustamos las políticas de riesgos de los segmentos target del Banco. Asimismo, implementamos acciones para reducir la exposición de riesgo del portafolio en clientes con alta probabilidad de default y baja rentabilidad. Todas las iniciativas estuvieron acompañadas de optimizaciones en los procesos de evaluación, que buscan asegurar la mejora continua de la calidad de la cartera y la originación.



› 6.7 Seguridad de la información

Contenidos GRI 103-1,103-2,103-3, 418-1

Por ser una entidad bancaria, proteger, asegurar y velar por la seguridad de la información en los procesos de negocio, sistemas y soportes que la almacenan, es fundamental para el operatorio del negocio. Es por ello, que contamos con una Jefatura de Ciberseguridad y Seguridad de la Información dedicada para tal fin, que también vela por el manejo seguro de clientes externos e internos, alineándolos con las metas y con los objetivos del negocio, en un contexto de gobierno corporativo.

En Banco Hipotecario nos ajustamos estrictamente a directrices emitidas por el Banco Central de la República Argentina Comunicación A 4609/6017/6375 (entre otras), modelos de buenas prácticas, estándares internacionales (O-ISM3, ISO/IEC 27001) y la Ley de Protección de Datos Personales, entre otros.

Contamos con políticas, normas y procedimientos que tienen por objetivo proteger los activos de información y asegurar su uso aceptable, observando los principios de Cumplimiento, Control, Confidencialidad, Integridad y Disponibilidad.

Para el ejercicio 2020, los focos de la Estrategia de Ciberseguridad estuvieron puestos en tres ejes fundamentales:

› Eje Gobernabilidad.

Alinear al negocio y la estrategia de seguridad Difusión y aceptación de la Política de Ciberseguridad, generando una cultura de conocimiento de las principales amenazas. Participar al negocio en los procesos como dueños de activos de información.

› Eje Desarrollo Seguro.

Generar una sinergia entre desarrollo y seguridad:

Desarrollar estándares de seguridad para el diseño y desarrollo seguro de software.

Desplegar herramientas y capacitar en buenas prácticas de DevSecOps.

› Eje Ciberseguridad.

Gestionar la complejidad de los controles y vectores-amenazas:

Gestionar el monitoreo interno y externo de la red y desarrollar alertas de detección temprana de vulnerabilidades.

Implementar el deploy automático y el control de los estándares desarrollados.

EJES DE LA ESTRATEGIA DE CIBERSEGURIDAD



Durante 2020 no registramos reclamos vinculados con la violación de la privacidad o con la fuga de datos de clientes, ni filtraciones, robos o pérdidas de datos personales

En BH realizamos acciones de concientización y capacitación a nuestro personal, porque entendemos la relevancia de cuidar los datos de la cartera de clientes que administramos. Creemos fundamental capacitar e informar al personal acerca de las medidas de seguridad que afectan al desarrollo de sus funciones y de lo que se espera de ellos en materia de protección y confidencialidad de los datos.

En 2020 se realizaron jornadas sobre Phishing (suplantación de identidad), iniciativa que contempla simulaciones de *Phishing* y *Ransomware*, así como actividades de difusión y boletines para prevención de malware. Adicionalmente, realizamos un Taller de Fraudes Digitales para conocer las principales causas de estos delitos informáticos y entender cómo evitarlos y cómo protegernos de los ciberdelincuentes. También, brindamos un Taller de Ciberseguridad en las Redes Sociales, ya que la exposición de nuestros datos en sitios públicos conlleva también a exponernos a fraudes y delitos digitales.

¿QUÉ ESPERAMOS DEL BOARD?



Promover la cultura de Ciberseguridad dentro de la Organización.

Establecer una “Alta Prioridad” a la ciberseguridad en los ambientes de producción y desarrollo de proyectos.

Promover y validar la figura de “Dueño de Activo”.

Entender y aplicar las medidas de ciberseguridad en el manejo individual de cada uno de @nosotros.

7

DESEMPEÑO SOCIAL Y AMBIENTAL

Sin personas no hay transformación digital

DESEMPEÑO SOCIAL Y AMBIENTAL

7.1 Comunidad del banco

Nuestra gente

Aspectos Materiales: Empleo de Calidad, Inclusión, Diversidad y Equidad de Género

Contenidos GRI 102-8, 102-41, 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-2, 401-3, 405-1, 405-2

En relación con el desarrollo de la Organización y sus estándares de calidad, trabajamos con el compromiso y la misión de contribuir al crecimiento sostenido del negocio, consolidando el desarrollo del Capital Humano. Nos propusimos instalar una cultura eficiente y digital, con foco en la gestión del cambio en las personas para acompañar la transformación digital.

Con la llegada de la pandemia de COVID-19 buscamos, en primer lugar, contener y dar una rápida respuesta a las necesidades de nuestro personal, priorizando su salud y contribuyendo a la continuidad del negocio. Compartimos mejores prácticas y ayuda mutua con otras entidades bancarias.

En este contexto, y debido a las medidas de aislamiento establecidas por el Gobierno Nacional, debimos implementar el acceso remoto de casi 1.400 colaboradores para que realizaran sus tareas de manera virtual. Adaptamos los sistemas, programas y métodos de

acceso para que nuestro personal pudiera hacerlo desde sus casas de forma remota.

Al 31 de diciembre de 2020, el Banco contaba con una nómina de 1.704 personas, 866 mujeres y 838 hombres distribuidos entre Casa Central 1038 y Sucursales 667, con un promedio general de antigüedad de 12 años y un promedio de 42 años.

Tabla 36 Colaboradores por Locación y Sexo

	2020	2019	2018
CASA CENTRAL	1.039	1.081	1.231
	568	602	703
	471	479	528
RED DE SUCURSALES	665	676	705
	270	272	285
	395	404	420

Tabla 35 Colaboradores por Sexo*

	2020	2019	2018
	1.704	1.757	1.936
	838	874	988
	866	883	948

* El 100% de los colaboradores son a jornada completa.

Tabla 37 Colaboradores por Contrato Laboral y Sexo

	2020	2019	2018
PERMANENTES	1.702	1.753	1.931
	836	872	984
	866	881	947
TEMPORALES	2	4	5
	2	2	4
	-	2	1



Tabla 38 Colaboradores por provincia

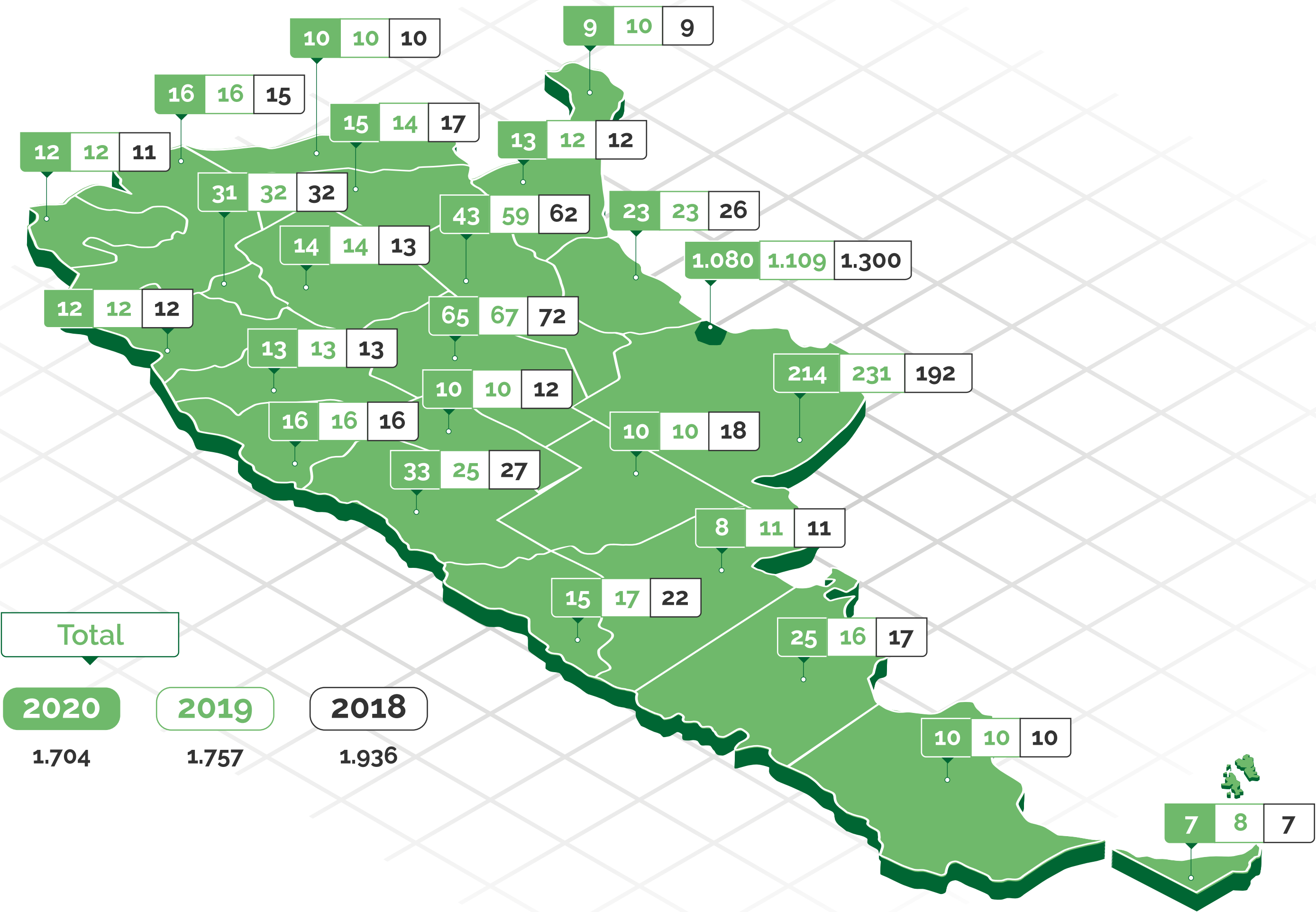


Tabla 39 Colaboradores por Contrato Laboral y Locación

	2020	2019	2018
PERMANENTES	1.702	1.753	1.931
CASA CENTRAL	1.038	1.081	1.229
SUCURSALES	664	672	702
TEMPORALES	2	4	5
CASA CENTRAL	1	0	2
SUCURSALES	1	4	3

7

DESEMPEÑO SOCIAL Y AMBIENTAL

4

EDUCACIÓN DE CALIDAD

5

IGUALDAD DE GÉNERO

8

TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Tabla 40 Colaboradores por Locación y Encuadre Gremial

	2020	2019	2018
FUERA DE CONVENIO	220	227	284
 CASA CENTRAL	153	158	198
 RED DE SUCURSALES	67	69	86
DENTRO DE CONVENIO	1.484	1.530	1.652
 CASA CENTRAL	885	923	1.033
 RED DE SUCURSALES	599	607	619
COLABORADORES CUBIERTOS EN ACUERDOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA	87%	87%	85%

Tabla 41 Colaboradores Categoría Laboral

	2020 Q	2020 %	2019 Q	2019 %	2018 Q	2018 %
Alta Gerencia	15	1%	16	1%	16	1%
Gerentes	100	6%	99	6%	114	6%
Supervisores, Líderes y Jefes	241	14%	256	15%	275	14%
Analistas y Administrativos	1.348	79%	1.386	79%	1.531	79%

Tabla 42 Colaboradores por Categoría Laboral y Sexo

	2020	2019	2018
ALTA GERENCIA	0,88%	0,91%	0,83%
 	0,76%	0,80%	0,77%
GERENTES	5,87%	5,63%	5,89%
 	4,05%	3,87%	4,18%
SUPERVISORES, LÍDERES Y JEFES	14,14%	14,57%	14,20%
 	7,57%	7,85%	7,85%
ANALISTAS Y ADMINISTRATIVOS	79,11%	78,88%	79,08%
 	36,80%	37,22%	38,22%
	42,31%	41,66%	40,86%

Trabajamos para **construir una cultura de inclusión** que promueva el desarrollo y la contribución individual del personal

Tabla 43 Colaboradores por Categoría Laboral y Grupo de Edad			
	2020	2019	2018
Menores de 30	4,29%	6%	4%
Alta Gerencia	0%	0%	0%
Gerentes	0%	0%	0%
Supervisores, Líderes y Jefes	0,06%	0,11%	0,10%
Analistas y Administrativos	4,23%	5,75%	4,18%
Entre 30 y 50	78,23%	78%	77%
Alta Gerencia	0,47%	0,51%	0,46%
Gerentes	4,11%	3,76%	4,08%
Supervisores, Líderes y Jefes	11,33%	11,72%	10,64%
Analistas y Administrativos	62,32%	62,38%	61,57%
Mayores de 50	17,49%	16%	19%
Alta Gerencia	0,41%	0,40%	0,36%
Gerentes	1,76%	1,88%	1,81%
Supervisores, Líderes y Jefes	2,76%	2,71%	3,46%
Analistas y Administrativos	12,56%	10,76%	13,33%

> Empleo, diversidad e inclusión

Participamos en la feria virtual de UADE (Universidad Argentina de la Empresa), con el objetivo de consolidar nuestra marca empleadora y acercar la Comunidad BH a los jóvenes estudiantes, y se procedió con el reclutamiento e ingreso de 37 nuevos colaboradores.

Tabla 44	Nuevas contrataciones de personal		
	2020	2019	2018
TOTAL DE NUEVAS CONTRATACIONES	37	154	127
POR SEXO			
	15	85	77
	22	69	50
POR LOCACIÓN			
 CASA CENTRAL	22	90	92
 RED DE SUCURSALES	15	64	35
POR GRUPOS DE EDAD			
MENORES DE 30 AÑOS	8	41	36
ENTRE 30 Y 50 AÑOS	27	104	82
MÁS DE 50 AÑOS	2	9	9
TASA DE NUEVAS CONTRATACIONES (*)	2%	9%	7%

(*) Contrataciones en el periodo/Dotación al cierre del periodo

Tabla 45	Rotación del personal		
	2020	2019	2018
ROTACIÓN TOTAL	93	333	192
POR SEXO			
	62	198	105
	31	135	87
POR LOCACIÓN			
 CASA CENTRAL	68	234	124
 RED DE SUCURSALES	25	99	68
POR GRUPOS DE EDAD			
MENORES DE 30 AÑOS	20	22	7
ENTRE 30 Y 50 AÑOS	66	206	159
MÁS DE 50 AÑOS	7	105	26
TASA DE NUEVAS CONTRATACIONES (*)	5%	19%	10%

(*) Desvinculaciones del periodo/Dotación al cierre del periodo

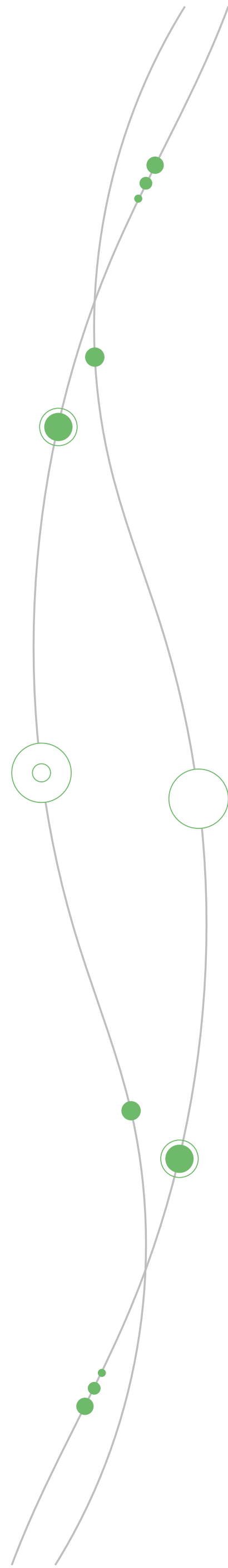


Tabla 46 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres ¹²		
	2020	2019
Alta Gerencia	158,09	241,69
Gerentes	102,18	127,78
Supervisores, Líderes y Jefes	94,76	100
Analistas y Administrativos	100	100

12. La relación (%) se calculó con la siguiente fórmula - Sueldo base mujer/Sueldo base hombre x 100. Se consideró el salario promedio de colaboradores que integran cada una de las posiciones.

En Banco Hipotecario cumplimos las leyes laborales aplicables y respetamos los Derechos Humanos y Civiles. Requerimos que todas las unidades provean un entorno y condiciones laborales de higiene y seguridad, y que todo el personal reciba todas las prestaciones amparadas por las leyes aplicables.

Nuestros procesos de selección y nuestras decisiones de contratación de personas se basan en las aptitudes de los y las solicitantes de empleo y se ajustan a un marco de diversidad, sin tener en cuenta su edad, color, origen, estado cívico, religión, sexo, orientación sexual o cualquier otra característica protegida por la ley.

Las posibles situaciones de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación o represalias en el trabajo pueden ser denunciadas por nuestros diferentes canales de denuncia. Estas serán abordadas de manera inmediata y confidencial, manteniendo la transparencia del proceso.

Dentro del eje de Diversidad e Inclusión, nos propusimos generar oportunidades y promover el desarrollo de colaboradores con diferentes visiones y perspectivas, con flexibilidad de adaptación para potenciar la participación y los resultados del negocio. Se realizaron diferentes acciones:

- › Se adaptó y revisó el lenguaje de las comunicaciones corporativas para que sea inclusivo a todos los colectivos sociales.
- › Se continuó con la participación en el Club de Empresas por la Diversidad de la Universidad Di Tella, que desarrolla y promueve la diversidad y la inclusión dentro de las organizaciones empresariales.
- › Se participó de fechas especiales, interna y externamente, como la Semana del Orgullo LGTBI+.



Programa de beneficios

En cuanto a los **#BeneficiosBH**, se continuó con el trabajo de difusión de la propuesta de valor, apalancada en 5 ejes:

Mantenete Saludable

-  Plan de Salud Corporativo, cerrado y exclusivo para el personal y su familia.
-  Campaña de Vacunación Antigripal en todo el país, para prevenir y cuidar nuestra salud.
-  Gympass, valores corporativos en gimnasios o centros deportivos.
-  Consultorio médico en Casa Central con atención especializada de 9 a 17 horas.
-  Servicio de Área Protegida ECCO para asistencia médica del personal, clientes y proveedores.
-  En Casa Central contamos con un espacio para que puedan guardar sus bicicletas y motos durante la jornada laboral.

Lo que Importa es la Familia

-  Licencia extendida para padres por nacimiento. El personal cuenta con 15 días para recibir al nuevo integrante de la familia.
-  Licencia por adopción para mamás (60 días) y papás (15 días).
-  Lactario en Casa Central para que las mamás puedan mantener la lactancia materna una vez finalizada su licencia.
-  Regalos por nacimiento, casamiento y graduación.
-  Días por enfermedad de hijos e hijas, tanto para madres como para padres.
-  Reintegros en guardería, jardín de infantes, educación especial y colonia de vacaciones.
-  Fondo de ayuda ante situaciones de coyuntura particular del colaborador (se evalúa la situación para determinar el acompañamiento del caso).

Potenciá tu Desarrollo

-  Descuentos en universidades y casas de estudio.
-  Programa de becas para carreras de grado, terciario, universitario, posgrado y maestrías.
-  Licencia por examen hasta 21 días.

Precios Cuidados

-  Condiciones exclusivas en productos del Banco.
-  Bimbo a domicilio.
-  Promoción en sillas ergonómicas y escritorios.
-  Código de descuento en Natural Deli.
-  TripOn: tarifa promocional en viajes y estadías.
-  Caffetino: código de descuento en cápsulas de café.
-  Promociones exclusivas en planes Movistar.
-  Tarifa diferencial en el hotel Llao.
-  Promociones en Aurora Bikes.
-  Beneficios en Arredo.
-  Precios exclusivos en productos BGH con envíos a todo el país.
-  Descuentos en Aerolíneas Argentinas.
-  Comedor con variedad de almuerzos, snacks y meriendas.
-  Servicio de infusiones libres en Casa Central con un servicio gratuito y continuo de café de filtro, té y leche de 8:30 a 17 horas. Cada sucursal posee un fondo fijo para la gestión de refrigerios.

Disfrutá tu Tiempo Libre

-  Licencia por vacaciones computadas en días hábiles.
-  Día de cumpleaños.
-  Día de la familia. Un día libre para compartir en familia (se puede utilizar en cualquier momento del año).

Todo nuestro personal recibe los mismos beneficios sin distinción de tipo de jornada o contrato. En total, se cuenta con más de 30 beneficios propios y gestionados de manera interna, muchos de los cuales se adaptaron a la situación de Aislamiento Social Obligatorio. Es el caso de Gympass, con la cual realizamos varias acciones como pausas activas, clases grupales, webinars, etc., en ese contexto.

NUEVOS
BENEFICIOS 2020

Gympass

Bimbo a domicilio

YMCA: Pausas activas y clases abiertas

TripOn

Natural Deli

Gris Metal (sillas y escritorios)

Regalo de fin de año flexible

(www.elegivos.com.ar con 17 marcas disonibles)

Fravecheck

Para nacimientos, casamientos y graduaciones.



Como parte de nuestra gestión en género y diversidad, durante 2020 estuvimos trabajando en licencias que permitan acompañar a todos los tipos de familias. Acordamos definir las licencias por gestantes y no gestantes, además de cuidador primario y secundario, ya que sumáramos nuevas licencias para acompañar a las familias que adoptan. Estas mejores prácticas fueron planificadas para implementarse en 2021.

Con respecto a la tasa de regreso al trabajo, posterior a licencias por maternidad y paternidad, en 2020 nuevamente alcanzamos el 100% y un 98% en la tasa de retención.

Tabla 47 Licencias por Maternidad y Paternidad

	2020	2019	2018
PERSONAS CON DERECHO A BAJA POR MATERNIDAD/PATERNIDAD	67	83	106
	25	34	40
	42	49	66
PERSONAS QUE EJERCIERON SU DERECHO A BAJA POR MATERNIDAD/PATERNIDAD	67	83	106
	25	34	40
	42	49	66
PERSONAS QUE SE REINCORPORARON AL TRABAJO DESPUÉS DE FINALIZAR SU BAJA POR MATERNIDAD O PATERNIDAD	67	82	106
	25	34	40
	42	48	66
TASA DE REGRESO AL TRABAJO			
	100%	100%	100%
	100%	98%	100%
TASA DE RETENCIÓN (PERSONAS QUE PERMANECEN EN SU TRABAJO POR AL MENOS DOCE MESES POST REINCORPORACIÓN)			
	96%	100%	92,50%
	100%	98%	92,42%

Se dictaron más de
**20.000 horas de
formación**

Más de **300 acciones**
diferentes

Proyecto **100% virtual**

Más de **2.300 usuarios**

Tiempo promedio en
A•D•N **10 horas**

Formación y Desarrollo del Personal

Aspectos Materiales: **Empleo de Calidad, Derechos Humanos, Formación y Desarrollo del Personal**

Contenidos GRI **103-1, 103-2, 103-3, 401-2, 404-1, 404-2, 404-3, 412-2**

Se elaboró un plan de formación que pudiera responder a las necesidades del negocio en un contexto de pandemia y se continuó con el desarrollo de colaboradores de manera 100% virtual.

Lanzamos A•D•N, nuestro nuevo espacio virtual de Aprendizaje, Desarrollo y Negocio. Una plataforma más simple, intuitiva y centrada en la experiencia del colaborador, que potencia el desarrollo desde casa. Se incorporaron módulos de Aprendizaje, Desarrollo y Talento que permitieron llegar de manera más innovadora, inclusiva y efectiva a cada colaborador.

5
MÓDULOS

Aprendizaje

Desarrollo,
Objetivos y
Competencias

Mi perfil
profesional

Mi equipo

Gestión de
Talento



Ahorro
económico
USD 40.000



Accesibilidad
desde cualquier
dispositivo



Foco en
experiencia
del usuario



Integración
de procesos
de gestión de
personas



Autogestión
del colaborador

LAS PRINCIPALES ACCIONES DE APRENDIZAJE FUERON:

Expertos
BH

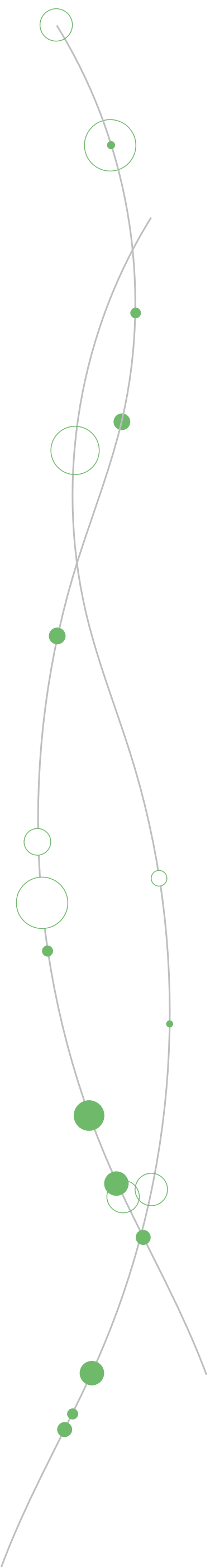
Líderes

On
Boarding

Cursos
Externos
y Becas

EXPERTOS BH: Una experiencia virtual en la que colaboradores internos del Banco brindaron propuestas de aprendizaje para toda la Compañía. Se realizaron 7 charlas de negocio dictadas por los Gerentes de Área, se lanzaron 3 escuelas y realizaron 70 talleres de formación sobre distintas temáticas como Office Banking, Mindfulness, Gestión de Proyectos, SQL, Escu-

cha Efectiva, Fraudes Digitales y Gestión Eficiente del Presupuesto, entre otros. Se continuó con el programa de formación integral, RED de Aprendizaje, para todas las sucursales del país con foco en la formación continua, profesionalización y el crecimiento de colaboradores comerciales y operativos.



1. Escuela Comercial

Formación a más de 400 Oficiales de Negocio en herramientas para la venta telefónica, dado el contexto de aislamiento obligatorio, y formación a más de 600 Oficiales PyME y más de 400 Oficiales de Negocio en el segmento NyP's.

2. Escuela de Transformación Digital

Formación en metodologías ágiles, SCRUM y experiencia del usuario para más de 200 colaboradores.

3. Escuela de Inversiones

Se realizaron 10 actualizaciones de inversiones y 2 encuentros semestrales para la comunidad de Idóneos. También se llevaron a cabo 3 acciones de formación abiertas a más de 900 colaboradores sobre iniciación a las inversiones, renta fija y fondos comunes de inversión.

LÍDERES: Por tercer año consecutivo, promovimos el desarrollo profesional de nuevos líderes incorporando nuevas temáticas al programa.

Se dictaron talleres abiertos sobre Feedback y Conversaciones Difíciles a más de 200 líderes y se desarrollaron cursos virtuales para potenciar el rol.



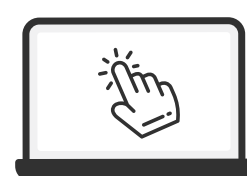


ON BOARDING: Rediseñamos la propuesta de inducción a la Compañía en un formato 100% virtual, alcanzamos a todos los nuevos ingresantes y potenciamos los beneficios de la modalidad digital con dinámicas y herramientas interactivas. Estrenamos el aula sincrónica de ADN.

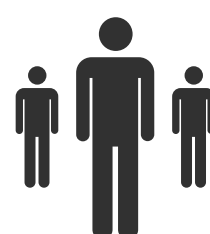


2

Ediciones



15

Encuentros
Virtuales

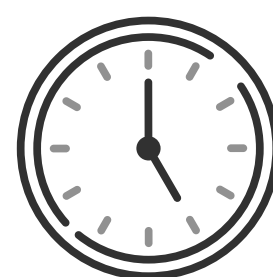
27

Participantes



15

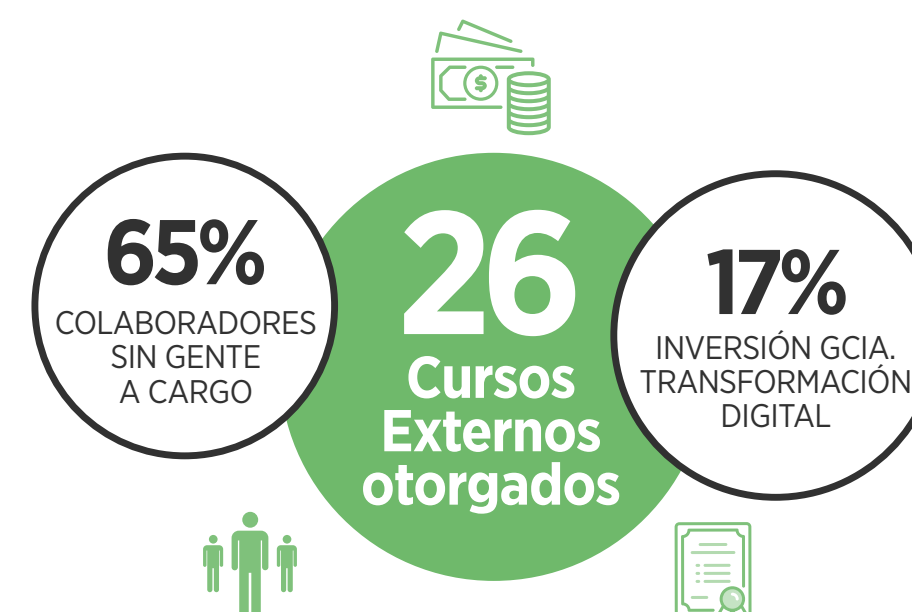
Oradores



173hs

de capacitación

CURSOS EXTERNOS Y BECAS: Gestionamos becas y cursos externos, haciendo alianzas con diferentes instituciones y entidades educativas, lo que permitió actualizar el conocimiento interno (Digital House, IAE, ITBA, UBP, UCEMA, UTN).



La gestión de formación también apalancó el desarrollo y la instalación de los proyectos organizacionales, en los que se acompañó la formación de estos: JIRA, Dynamo Posventa, Compensación Variable y Prevención de Lavado de Activos y Alertas SOS, entre otros.

102,5 roras dedicadas a la formación en políticas o procedimientos sobre derechos humanos

En materia de ciberseguridad, este año resultó de vital importancia concientizar y educar al personal respecto a la existencia de los ciberataques y la importancia de reforzar la ciberseguridad. En 2020, se dictaron dos talleres con el fin de una reeducación de usuarios y colaboradores a nivel ciberseguridad:

- › Taller de Delitos Digitales, a cargo del CISO de BH, y
- › Taller de concientización de los riesgos en Internet y las RRSS a cargo de la ONG Argentina Cibersegura.

Se confeccionaron diversos simulacros de *Phishing* y *Ransomware* controlados, para alertar a colaboradores, por acciones que podrían comprometer al Banco, con un test educativo si caían en la trampa; así pudieron entender cuán simple es distraerse y ser presas de los ciberdelincuentes.

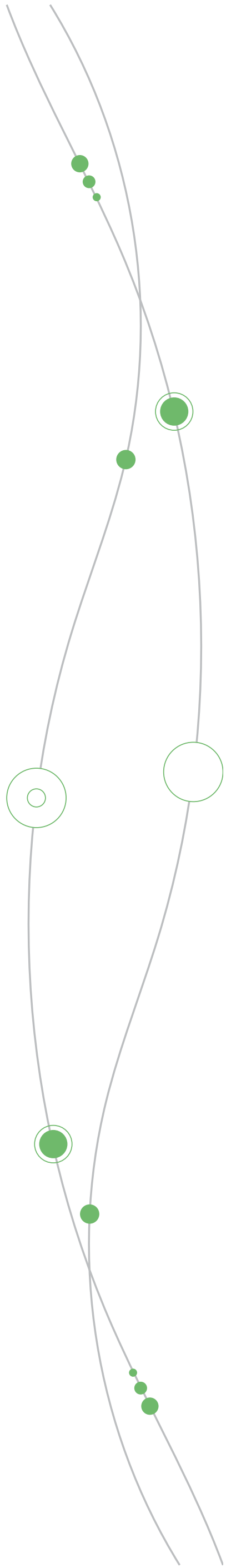
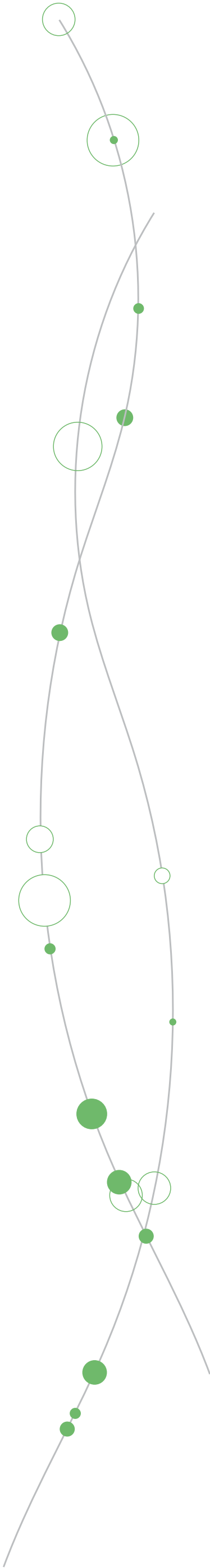


Tabla 48		Promedio horas de formación por empleado				
	2020 HS	2020 Promedio	2018 HS	2018 Promedio	2019 HS	2019 Promedio
HORAS DE FORMACIÓN TOTALES	20.506	12	25.840	14,7	25.577	13,2
POR LOCACIÓN						
 CASA CENTRAL	6.851	6,6	12.662	11,7	12.533	10,2
 RED DE SUCURSALES	13.665	20,5	13.178	19,5	13.044	18,5
POR SEXO						
	9.272	11,1	14.018	16,0	12.663	12,8
	11.234	13,0	11.822	13,4	12.914	13,6
POR CATEGORÍA LABORAL						
ALTA GERENCIA	64	4,3	49	3,1	49	3,1
GERENTES	2.368	26,3	3.764	38,0	3.095	27,2
SUPERVISORES, LÍDERES Y JEFES	2.826	11,7	5.330	20,8	6.585	24,0
ANALISTAS Y ADMINISTRATIVOS	14.978	11,1	16.697	12,1	15.848	10,4



En materia de Desarrollo, se realizaron 11 promociones internas y 9 movimientos laterales a través de procesos de sponsoreo y búsqueda interna. Se promovió el desarrollo profesional de 14 nuevos líderes.

Por tercer año consecutivo, el Banco llevó a cabo su Evaluación de Competencias, haciendo foco en los desafíos propuestos por la pandemia.

Tabla 49

Evaluación de desempeño

	2020 Q	2020 Alcance	2018 Q	2018 Alcance	2019 Q	2019 Alcance
TOTAL DE COLABORADORES QUE RECIBIERON EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	1.641	96%	1.678	96%	1.604	83%
POR SEXO						
	808	96%	830	95%	804	81%
	833	96%	848	96%	800	84%
POR CATEGORÍA LABORAL						
ALTA GERENCIA	2	13%	3	19%	14	88%
GERENTES	88	88%	91	92%	94	82%
SUPERVISORES, LÍDERES Y JEFES	243	100%	250	98%	266	97%
ANALISTAS Y ADMINISTRATIVOS	1.308	97%	1.334	96%	1.230	80%

› Cultura y Gestión del Cambio

El objetivo es fortalecer la cultura y el desarrollo organizacional, facilitando el proceso de transformación. Nuestros propósitos son empoderar a los actores claves del proceso de transformación, brindar herramientas para la gestión de personas, potenciar la comunicación, involucrar y comprometer a colaboradores y sostener las intervenciones instaladas y reconocidas.

Se continuó asesorando y brindando soporte a los proyectos estratégicos:

› **Contingencia COVID-19:** rápida gestión para dar respuesta y acompañar a nuestro personal, y realización de encuesta PULSO.

› **Digital Workplace:** adopción de las herramientas de colaboración y creación digital con impacto en colaboradores del Banco. En este sentido, se lanzaron nuevas herramientas como Teams, SharePoint, Forms, Stream, entre otras. Se logró una adopción de más del 95%, para ello se crearon espacios abiertos de aprendizaje y una página exclusiva para el programa en la nube.

› **Nueva Intranet BH:** lanzamiento de una nueva Intranet, más ágil, accesible y colaborativa, desarrollada con nueva tecnología dentro de SharePoint.

› **Dynamo Posventa:** comunicación de lanzamientos de los “releases”, acciones de reconocimiento de equipo y promoción del plan de aprendizaje con impacto en más de 1.100 colaboradores.

› **Equipo de Transformación Digital:** se promovió la difusión de los desafíos del área, presentación de nuevos roles y medición constante de la gestión de los equipos: Se realizaron 8 encuestas PULSO, más de 45 acciones de comunicación y se promovió el lanzamiento del sitio de Intranet, espacio propio del área.

Se realizaron más de 15 campañas de comunicación relacionadas al negocio y a programas de Capital Humano, y se desarrollaron distintas celebraciones virtuales en fechas especiales (la voz del cliente, medallas a la trayectoria, fin de año, etc.) para potenciar el compromiso y los objetivos del año.

Acciones de cultura				
Octubre Rosa (cáncer de mama)	Medallas a la trayectoria	#Yodestaco	Día del Orgullo LGBT+	#LiderandoDesde Casa
• Cambio de logo en nuestros canales • Encuesta de concientización sobre chequeos periódicos • Mensajes en las 4 ediciones de News del mes	• 15 medallistas •Caja sorpresa en sus domicilios • Video con saludos de sus compañeros	• Más de 1.000 visualizaciones y comentarios	• Cambio de logo en todos nuestros canales • News con diseño diferencial + mensaje • Mensaje de concientización a líderes	• 9 mensajes

Todas las acciones que se implementaron se apoyan en los medios de comunicación.

El trabajo realizado permitió continuar con la consolidación de la comunicación y promoción de la cultura del Banco, con el principal obje-

tivo de dar sentido a la contribución individual de cada colaborador como parte del resultado del Banco.



EN 2020 SE RELANZÓ EL CANAL.

- **1866** usuarios únicos x semana
- **75000** visitas al sitio x semana
- **12 min, 10 seg:** tiempo promedio x usuario
- **99,7%** tráfico de escritorio
- **297** páginas de sitio (Novedades + Secciones)



NUEVO CANAL

- **90%** usabilidad
- **51** equipos gerenciales
- **13** equipos de proyecto
- **1931** usuarios activos
- **2137** usuarios totales
- **+300000** mensajes de chat x semana



CRECIMIENTO + POTENCIACIÓN

- **129453** seguidores
- **44% +** que en 2019
- **87** publicaciones
- **59091** interacciones
- **795309** vistas
- **7,4%** engagement promedio



DE FRECUENCIA SEMANAL

- **52** ediciones



HITO DE GESTIÓN

- **Más de 83 videos** para acompañar las distintas campañas, los eventos e hitos.



WHATSAPP DE COMUNICACIONES INTERNAS:

- **+ 200** mensajes
- **2** grupos de líderes
- **Mensajes refuerzo y contingencias.**

Durante la contingencia COVID-19, resultó de gran ayuda para optimizar el contacto con el personal.



SE TRABAJÓ EN LA DISMINUCIÓN DE LA CANTIDAD DE MAILS MASIVOS.

- **BACS:** canal principal
- **BH:** se está migrando la actividad a otros canales de CI



Referentes de Desarrollo Organizacional

Durante el año, también se trabajó fuertemente con el rol del Referente. Este, se caracteriza por un mayor nivel de presencia y conocimiento de las áreas y de sus equipos, es el principal punto de contacto sobre temas de Desarrollo Organizacional. Se mantuvieron las 4 áreas de focos principales de trabajo: **Gestión de Personas, Procesos de Transformación, Canal de Relación y Planificación de Estructura.** Con foco en el conocimiento y diagnóstico de equipos, la contención del personal en un año de cambio, incertidumbre y reconfiguración de las tareas posicionando a los líderes como protagonistas de la transformación organizacional y responsables de la gestión de las personas.

Salud y Seguridad Ocupacional

Aspectos Materiales: **Salud y Seguridad Ocupacional**

Contenidos GRI **GRI 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9**

A pesar de la cuarentena obligatoria dictada según el marco de la pandemia de COVID-19, el área de Seguridad e Higiene pudo continuar con la operatoria al 100%, ya que siguió desarrollándose de forma presencial por tratarse de personal esencial. Solo algunos Supervisores, Jefes y Gerentes de Área se desempeñan según la modalidad de trabajo remoto. Se abasteció a la Red y a las áreas que prestaron servicios presenciales con insumos (alcohol en gel, barbijos, guantes y mascarillas) para acatar los protocolos establecidos y contribuir con el cuidado y la prevención de la salud del personal. El sector participa de la Comisión de Contingencia COVID-19 en la que se evalúan los protocolos de actuación y la mejor manera de mantener la operatividad del Banco de forma segura, tanto para quienes trabajan en la Entidad como para la cartera de clientes.

El enfoque de la seguridad comprende las funciones de planificación, identificación de áreas riesgosas, coordinación, control y dirección de las actividades de seguridad en las sucursales y anexos, todas ellas con el fin de prevenir los accidentes y las enfermedades profesionales.

Cumplimos con todas las leyes y los reglamentos aplicables relacionados con la salud, la seguridad y el bienestar de los integrantes y de otras personas que se encuentren en las instalaciones del banco en todas nuestras locaciones

Durante 2020, se han registrado 3 accidentes laborales con lesiones osteomusculares

Entendemos que una efectiva gestión de seguridad persigue tres objetivos principales:

- › Lograr un ambiente seguro.
- › Hacer que el trabajo sea seguro.
- › Hacer que el capital humano tenga conciencia de la seguridad.

No se registraron incidentes en cuanto a la seguridad física

Nuestro sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo está de acuerdo con la Ley Nacional de Higiene y Seguridad N° 19.587, Decreto 351/79. En lo relativo a Seguridad Física el marco está dado por la normativa, las circulares y recomendaciones del BCRA, más el Plan Integral de Seguridad del Banco que se elabora teniendo en cuenta el análisis de Riesgo de Sucursales.

En el transcurso de este año, se obtuvo la aprobación del **Plan de Autoprotección de la sucursal Belgrano, CABA**. Formamos parte del Comité de Salud y Seguridad en el Trabajo de la Provincia de Santa Fe, en el cual se realiza el seguimiento del plan anual preventivo (Ley N° 12.913 de la Provincia de Santa Fe). Este comité está compuesto por una representación empleadora, una representación de trabajadores y un Técnico en Seguridad e Higiene Laboral. Las reuniones se realizan en forma mensual y la toma de decisiones es por consenso entre la representación empleadora y la representación gremial.

Para identificar peligros laborales y evaluar riesgos, se realizan inspecciones periódicas, se contrata a personal idóneo y se lo capacita. Si un integrante del Banco se entera de cualquier problema de seguridad real o potencial, o si tiene alguna inquietud, debe notificarlo de inmediato a su Jefe/Líder o Gerente, a la Gerencia de Área de Desarrollo Organizacional o a la Gerencia de Seguridad Física y Lógica.

El personal tercerizado es capacitado por la empresa proveedora del servicio, el Banco refuerza el conocimiento y adicionalmente brinda un curso de prevención de incendios, uso de extintores, uso de equipos de respiración autónoma y plan de evacuación (duración de 3 horas). Dada la situación de pandemia y debido a las restricciones, nuestro personal realiza capacitaciones a través de la plataforma de la ART SWISS MEDICAL, en materia de seguridad contra incendios, ergonomía y COVID-19.

En cuanto al cuidado de la salud, para colaboradores propios y tercerizados, contamos con un **servicio médico ubicado en nuestra Casa Central**, que interactúa con el Sector de Seguridad Laboral. Este servicio cuenta con un consultorio clínico y una enfermería. Un servicio de emergencias actúa como "área protegida" para cualquier persona dentro del Banco que requiera asistencia médica y/o traslado por la gravedad del cuadro de salud presentado.

Realizamos anualmente la campaña de vacunación antigripal junto con educación profiláctica en forma personal y/o a través de los canales de comunicación general. Además, contamos con cobertura a través de una ART contratada para los accidentes que ocurren dentro de las instalaciones o en los trayectos de ida y vuelta hacia el lugar físico de trabajo. Debido a la pandemia de COVID-19 implementamos la modalidad *home office*, por lo cual du-

rante este período se modificaron algunas normativas y se realizaron las actividades a través de los canales tecnológicos habilitados por el Banco. Se efectuó la vacunación antigripal para que todo el personal, propio o tercerizado, estuviera inmunizado y así disminuir el riesgo frente al COVID-19.

El 2020 fue un año determinado por la pandemia de COVID-19 y los peligros propios de este virus desconocido hasta su aparición. Para minimizar el riesgo se autorizó el trabajo en la modalidad *home office* de todas aquellas funciones que no fueran indicadas como esenciales. Fue muy importante el accionar en la detección de enfermedades infectocontagiosas dentro del ámbito de trabajo, para evitar la diseminación y los riesgos entre colaboradores. De la información proporcionada por ellos y del seguimiento clínico realizado, registramos 87 casos de enfermedad por COVID-19, y lamentamos el fallecimiento de un colaborador.

› 7.2 Impacto Abiental

Aspectos Materiales: **Gestión de Residuos**

Contenidos GRI **103-1, 103-2, 103-3, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4**

El cuidado del medioambiente es un valor en sí mismo. Por eso, la gestión integral de nuestros negocios no solo contempla su impacto económico y social, sino también medioambiental.

› **Energía**

La concientización del consumo de energía fue muy importante al considerar que, en gran parte, el personal trabajó en sus hogares. El impacto de la pandemia de COVID-19 generó una reducción significativa del consumo energético respecto de 2019.

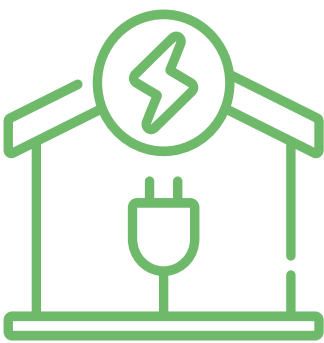
Implementamos distintas acciones, entre las que se destacan el apagado por completo de la iluminación, los equipos de calefacción y la refrigeración de pisos sin actividad. A su vez se organizaron Consultorías eléctricas con profesionales del rubro, para optimizar el consumo de energía. En Casa Central, se implementaron protocolos eléctricos mensuales, con el fin de asegurar la sustentabilidad eléctrica del edificio.

Estas iniciativas complementaron la difusión interna de la **Campaña de Promoción del Consumo Responsable**, a través de comunicaciones, vía mail a toda la nómina, que promovieron “tips sustentables” para contribuir al cuidado del medioambiente.

Tabla 50 Consumo de energía interna (GJ) ¹³

	2020	2019	2018
Consumo de combustible renovable	0	0	0
Consumo de combustible no renovable	6.485.455	17.975.884	19.403.483
Consumo Eléctrico	18.899	11.702.480	12.709.881
Consumo Diésel	127.696	294.135	297.767
Consumo Gas Natural	6.339.460	5.979.269	6.395.835
Consumo energético total dentro de la Organización	6.485.455	17.975.884	19.403.483

13. Base para conversión de unidades: 1 kW/h = 3,6 GJ; 1 m3 Gas Natural = 42,12 GJ; 1L Gasoil = 36,313 GJ



El consumo eléctrico tuvo una baja de 99,8%.



El consumo de gas natural tuvo un aumento de 6%.



El consumo de gasoil en los grupos electrógenos tuvo una baja de 56,6%.

Generamos un 88% menos de residuos húmedos en casa central por efecto del aislamiento obligatorio

Residuos

Durante la pandemia, se continuaron aplicando las políticas de reducción de residuos; debido a la baja de actividad del edificio central, se logró una importante baja en las cantidades de residuos generados. Se siguió trabajando en la clasificación de residuos (colaborando con entidades como el Hospital Garrahan), la separación de residuos orgánicos e inorgánicos en nuevos recipientes adaptados a tal fin, y la clasificación y disposición final de residuos tecnológicos (baterías, pilas, monitores).

En materia de gestión de residuos, desde el Banco consumimos, gestionamos y disponemos de dos tipos de residuos:

Tabla 51		Residuos reciclados		
En Kilos		2020	2019	2018
Cartón		1.060	4.600	10.000
Plástico		200	120	350
Latas de Aluminio		1	5	500
Papel		0	40	200
Residuos reciclados retirados por GBA		1.261	4.765	11.050
Tapitas Plásticas		5	15	30
Papel		1.150	3.600	22.000
Residuos reciclados retirados por Fundación Garrahan		1.155	3.615	22.030
Residuos reciclados		2.416	8.380	33.080

Residuos Húmedos: Por normativa del GCBA, se contrata el servicio de retiro de residuos a una empresa privada. Este incluye el retiro diario de los residuos, la disposición final en CEAMSE y un informe. Para el período informado, el promedio mensual de residuos retirados fue de 2.400 kg, un 88% menor que el promedio del año anterior.

Residuos Reciclables: En todos los sectores internos del edificio se han instalado islas de cestos para clasificar los residuos por tipo. El sector Intendencia de Casa Central realiza esta clasificación separando los residuos húmedos de los reciclables, a su vez, estos últimos se subclasifican en papel blanco, cartón, aluminio y plástico, y se donan a diferentes entidades.



En relación con la disposición final de residuos tecnológicos (baterías, pilas, monitores), durante 2020 se destinaron 313 equipos tecnológicos y mobiliario a 10 organizaciones de la sociedad civil, dentro del programa **“Equipados para dar”**.

A través de este programa, se donó mobiliario, material electrónico (computadoras, ATMs, TAS, impresoras, etc.) y *merchandising* discontinuado (que ya no cuenta con un destino utilitario interno específico, pero sí con vida útil aprovechable). Se contribuyó con la mejora de las condiciones mobiliarias y tecnológicas de entidades locales próximas a nuestra Red de Sucursales y al edificio central. Este programa, representa una acción para fortalecer el empoderamiento de los/as voluntarios/as y para relacionarnos con las organizaciones en todo el país.

› Agua y efluentes

El agua que utilizamos en nuestro edificio corporativo proviene de la red de AySA y tiene dos usos principales: en sanitarios, cocinas, bebederos y limpieza, y como uso industrial en torres de enfriamiento, máquinas enfriadoras y calderas (equipos que prestan servicios de climatización al edificio).

En cuanto al tratamiento de efluentes, el agua utilizada a modo industrial en circuitos cerrados es tratada químicamente y analizada de manera periódica, para mantener sus propiedades en buen estado (PH, dureza, salinidad, etc.).

Por su parte, el agua para uso no industrial (sanitarios, cocinas, etc.) es vertida a la red cloacal.

CONSUMO DE AGUA

(EN MEGALITROS)

2020
53.23

2019
46.5

2018
30



Sostenemos un estrecho vínculo con las organizaciones de la sociedad civil de todo el país con las que interactuamos, lo que nos permite afianzar la cultura solidaria que nos define como actor social de relevancia nacional

› 7.3 Programas con la comunidad

Aspectos Materiales: **Inversión Social en la Comunidad, Inclusión Financiera y Educación**

Contenidos GRI 103-1, 103-2, 103-3, 413-1

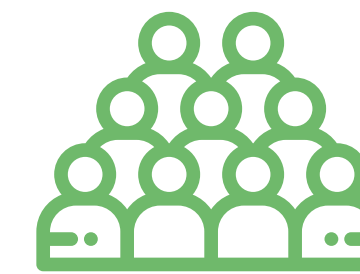
De acuerdo con los desafíos planteados por la pandemia, trabajamos ágilmente para mantener la cercanía con nuestros grupos de interés. Concretamente, desde la Gerencia de Asuntos Sociales, acompañamos a las ONGs con las que nos vinculamos, facilitando la posibilidad de redireccionar los fondos donados a acciones específicas para intentar paliar las consecuencias de la pandemia.

Reconociendo la caída en la producción, el crecimiento de la pobreza y el estado de emergencia (sanitaria, alimentaria y económica) en el que se vio inmerso todo el país, desde el Comité de Asuntos Sociales sugerimos reformular las acciones de nuestros **Pilares de Sustentabilidad**, destacando los desafíos futuros que tendremos como Nación y los aportes concretos que podemos hacer a la comunidad como compañía de servicios financieros. Estos Pilares fueron aprobados por el Directorio del Banco.



44

organizaciones apadrinadas por colaboradores que participaron del programa de fortalecimiento a iniciativas solidarias.



270.640

personas a las que acompañamos con nuestros programas.



\$69,2

millones invertidos en la comunidad.



277

organizaciones sociales con las que interactuamos.



188

voluntarios/as.

LOS 4 PILARES DE SUSTENTABILIDAD

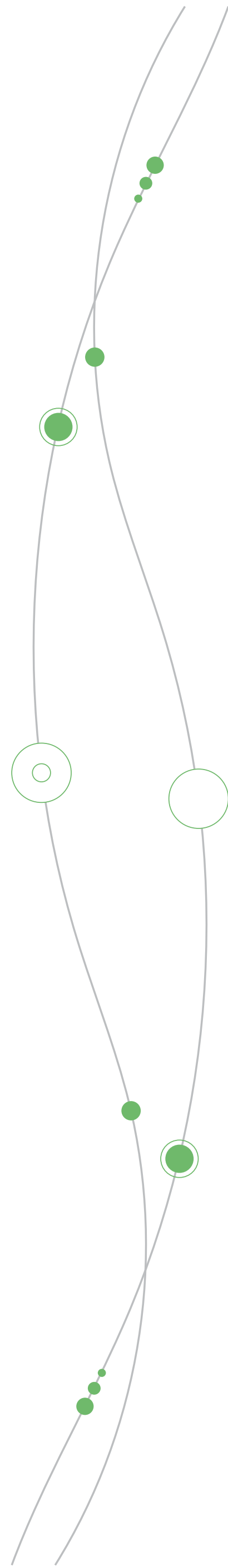
DESDE LOS CUALES DEJAMOS UNA HUELLA POSITIVA EN LA COMUNIDAD SON:

EDUCACIÓN

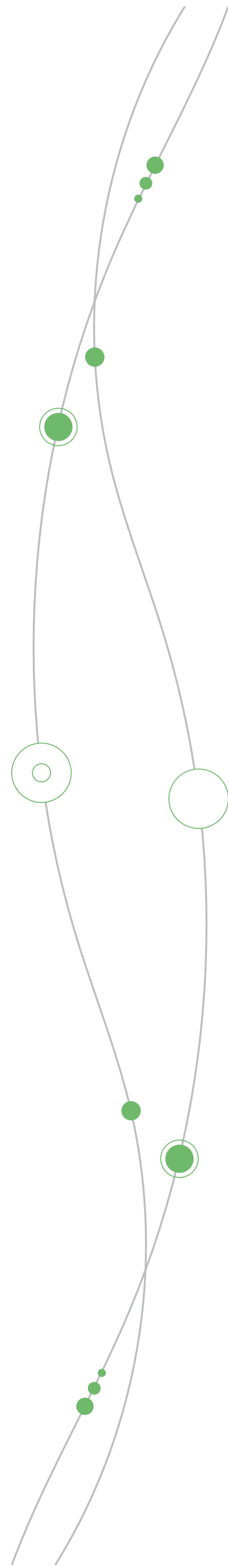
INCLUSIÓN

CIUDADANÍA

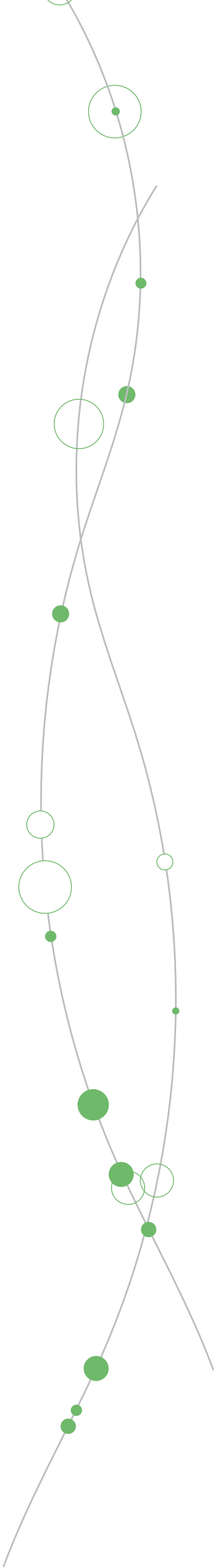
ASISTENCIA



PILARES		ACCIONES/PROGRAMAS
EDUCACIÓN	Promovemos una educación inclusiva e integral porque creemos que es clave para el desarrollo de oportunidades futuras de crecimiento en una sociedad.	› Capacitación formal y no formal: formación de las personas que integran la comunidad educativa, principalmente docentes y alumnos, a través de la capacitación presencial o virtual en diferentes disciplinas y el otorgamiento de becas escolares. › Educación financiera: formación presencial o a distancia para acercar herramientas financieras (ahorro, gestión presupuestaria, inversiones, etc.) a sectores vulnerables. › Concientización ambiental: brindar conocimiento acerca del desarrollo sostenible y el cuidado ecológico del Planeta, focalizando en la generación de hábitos, habilidades, sensibilidades, conductas y conciencia ambiental.
INCLUSIÓN	La inclusión social es un concepto estrechamente ligado a la equidad.	› Infraestructura: mejoramiento edilicio y aporte de recursos a diferentes organizaciones de nuestro país a través del desarrollo local. › Accesibilidad digital: contribuir a la aplicación de entornos, procesos y servicios comprensibles, utilizables y practicables para todas las personas, independientemente del tipo de hardware, software, infraestructura de red, idioma, cultura y capacidad de los usuarios. › Prevención de adicciones: promovemos prácticas dedicadas al abordaje integral y la atención del uso y abuso de drogas, así como también a la formación de agentes multiplicadores en la materia y la realización de actividades de asistencia, capacitación e investigación. › Recreación para la socialización: defendemos los procesos de aprendizaje y construcción colectiva de valor social capaces de integrar a las personas al tejido social. La recreación, entendida como una multiplicidad de espacios de esparcimiento e interacción social, contribuye a la construcción de la identidad de los sujetos.



PILARES		ACCIONES/PROGRAMAS
CIUDADANÍA	Apoyamos diferentes proyectos que fomentan que las personas se involucren como ciudadanos comprometidos en los procesos de toma de decisiones y, de esta forma, se puedan construir consensos que permitan el desarrollo de una sociedad más justa y equitativa.	› Empleabilidad: integración al trabajo de personas de entornos vulnerables o excluidas del mercado laboral a través del desarrollo de habilidades, herramientas y oficios. › Empoderamiento: contribuimos con la formación de líderes empresariales, políticos y sociales que apuesten al avance y empoderamiento de sus comunidades para alcanzar un desarrollo sostenible. Promovemos el trabajo solidario de diferentes personas, entre ellas nuestra dotación, quien aporta recursos (tiempo, capacidades, conocimiento y materiales) para colaborar en organizaciones sociales. › DDHH: acompañamos organizaciones que defienden los derechos humanos de todas las personas, que contribuyen a su difusión y al empoderamiento ciudadano en esta materia. La protección y el conocimiento de la declaración universal de los derechos humanos es un factor fundamental para que todas las personas reconozcan el derecho a la vida, a la libertad, al no sometimiento, a la educación y al trabajo. › Género: la igualdad de género, además de ser un derecho humano fundamental, es imprescindible para lograr el pleno potencial humano y el desarrollo comunitario. Empoderar a las mujeres estimula la productividad y contribuye con la igualdad de oportunidades de manera multidimensional. › Diversidad: promovemos el encuentro interreligioso, intercultural, social, político y sexual como un aporte constructivo hacia aquellas comunidades respetuosas de la diversidad y la inclusión ciudadana. › Movilidad sustentable: articular el tránsito saludable con vehículos no contaminantes, ordenando el transporte público y reduciendo los accidentes viales es una responsabilidad que mejora las gestiones en materia de tránsito y transporte.



PILARES		ACCIONES/PROGRAMAS
ASISTENCIA	Realizamos aportes directos de recursos económicos y materiales para atender las problemáticas sociales básicas que ponen en riesgo la dignidad humana.	› Emergencia: contribuimos en ocasiones puntuales con situaciones que requieren de una atención urgente por causa de un suceso inesperado. › Alimentaria: apoyamos a organizaciones sociales que trabajan para garantizar condiciones de alimentación y habitacionales dignas en distintas comunidades de nuestro país. › Sanitaria: acompañamos a organizaciones que brindan respuesta, detección, contención y mitigación en materia sanitaria, asistiendo a comunidades vulnerables, en su mayoría excluidas del sistema de salud. › Cambio climático: los efectos del calentamiento global sobre los territorios nacionales se observan en el aumento de la aridez, la desertificación, la depredación del suelo y los riesgos de incendios. Desde esta mirada, es importante poder contribuir con el cuidado de los ecosistemas y la biodiversidad.

A estos pilares, y sus respectivas temáticas específicas, adicionamos 2 variables estratégicas: tiempo y alcance geográfico.

- › **Tiempo:** refiere al apoyo y acompañamiento de las organizaciones y los proyectos a lo largo de los años. Esta variable contempla el corto (1 a 3 años), mediano (4 a 7 años) y largo plazo (de 8 años en adelante).

- › **Alcance geográfico:** considera la capilaridad de los proyectos de las ONGs directamente en el territorio. Este puede ser: regional BH (impacto en una o en más regiones donde el Banco está presente a través de sus sucursales, relacionándose con la actividad comunitaria), nacional (abarca todo el territorio nacional) y local (influencia "de base" comunitaria, vecinal o municipal).

Para canalizar estratégicamente la inversión en la comunidad, en cada pilar apoyamos y potenciamos programas y acciones desarrollados por las mismas organizaciones, que son quienes conocen en profundidad el campo social.



ALGUNAS ONG A LAS QUE ACOMPAÑAMOS:



Para el Banco, el relacionamiento con organizaciones en el mediano plazo y con cobertura regional es altamente ponderado, ya que nos permite accionar en forma específica con cada zona del país según sus necesidades y, a la vez, nos propone un tiempo considerado para que los proyectos continúen de forma independiente. De esta manera, la relación atraviesa un proceso de maduración luego del cual se alcanza una capacidad instalada para que la Organización pueda diversificar sus ingresos.

La matriz integral de gestión se respalda en la Política de Responsabilidad Social en la que formalizamos la manera de gestionar nuestra inversión en la comunidad, con el principal objetivo de dejar una huella positiva.

La mayoría de las organizaciones de la sociedad civil con las que nos vinculamos, expresaron la necesidad de poder llevar a cabo proyectos de corto plazo, que atendieran las múltiples urgencias que presentó la pandemia de COVID-19; el foco principal estuvo puesto en la necesidad de cubrir las cuotas alimentarias y el acompañamiento a las familias. A nivel educativo, más allá de que los establecimientos estuvieron cerrados, resultó fundamental reforzar el rol activo de las empresas, colaborando de manera directa para fomentar la continuidad educativa y la inclusión de niños y jóvenes, en el sentido amplio del término. El acceso al trabajo transforma la realidad de las personas y permite construir un futuro más equitativo. Es nuestro compromiso estar atentos a las necesidades de la sociedad y acercar posibilidades para el desarrollo de una ciudadanía plena.

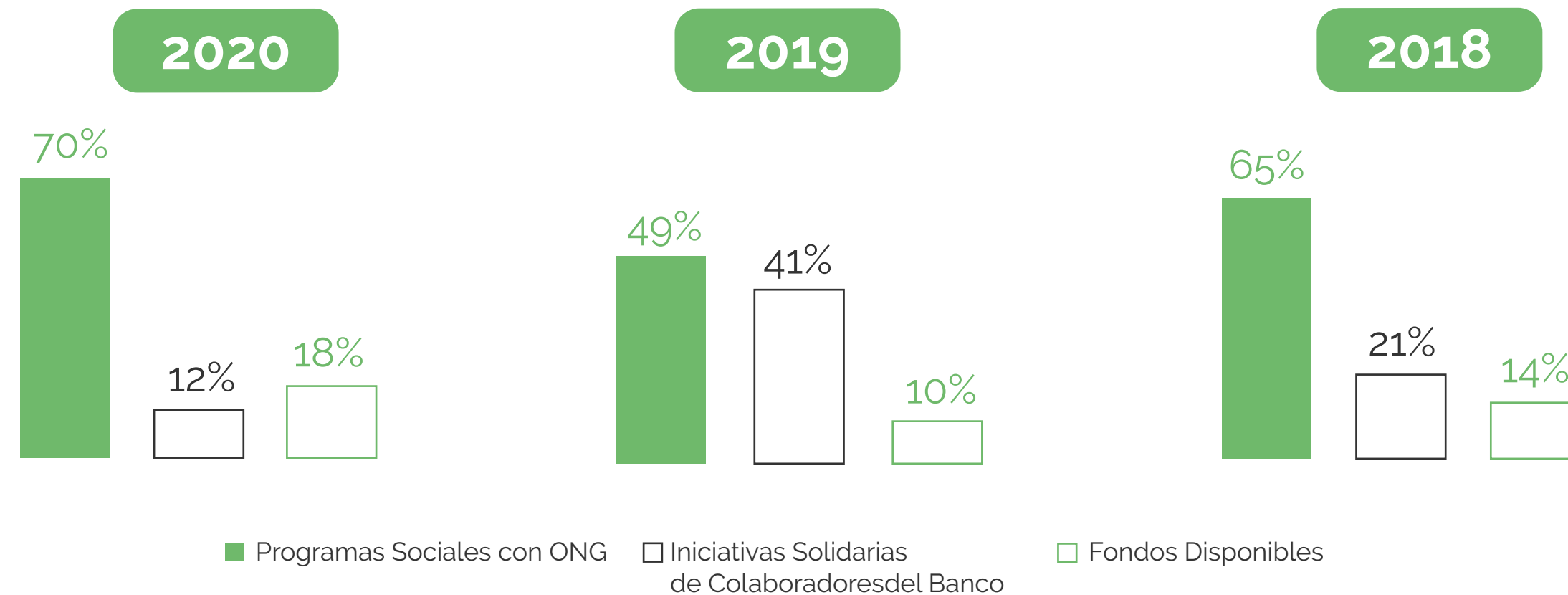
› Gestión municipal del suelo urbano

En 2020 continuamos apoyando la labor de las organizaciones TECHO y RIL (Red de Innovación Local) en su vocación de fortalecer las políticas públicas municipales para la gestión del suelo, ya que esta se alinea a nuestra histórica misión social y empodera a las comunidades locales en la gestión integral del suelo urbano.

El objetivo principal del proyecto **#Gestión-SueloMunicipios**, iniciativa del Banco, TECHO y RIL, es promover políticas de generación de suelo urbano formal y accesible de forma equitativa a través de la generación y visibilización de información relevante sobre las acciones que los municipios implementan para generar ciudades sustentables e integradas.

En el marco de este proyecto, se desarrolló una herramienta de autoevaluación de gestión de suelo urbano orientada a municipios que aborda temas como visión de ciudad, estrategias, perspectivas a largo plazo, instrumentos e información. Este cuestionario arroja un puntaje final que sitúa a los municipios en una escala de 0 a 10, lo que permite a los gobiernos locales evaluarse en esta temática.

Tabla 52 Distribución de Programas Sociales

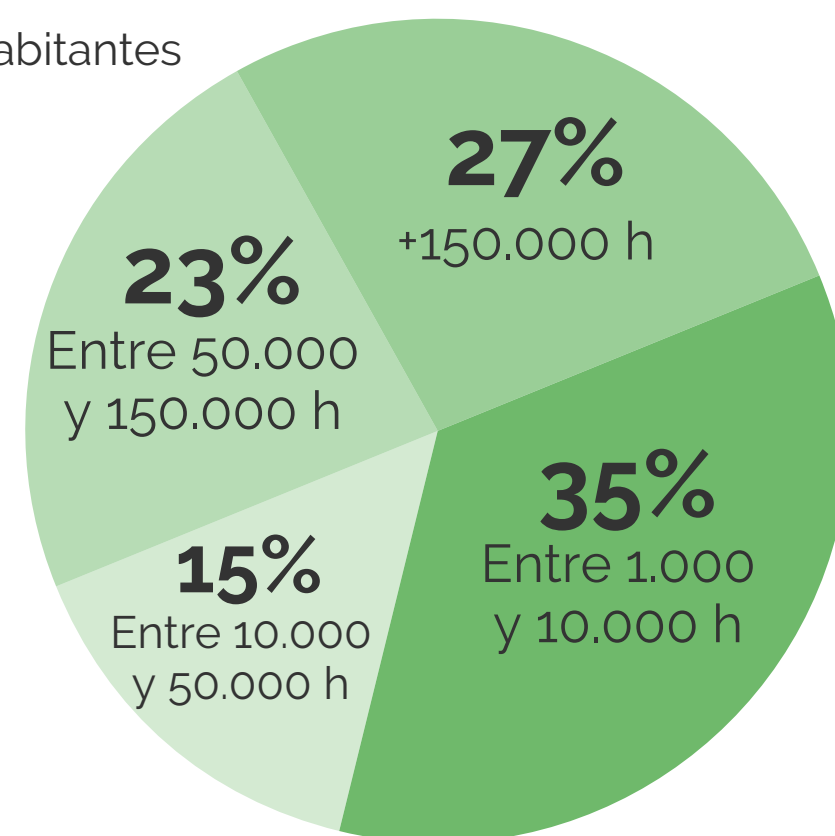




Aun en plena pandemia de COVID-19, las organizaciones de la sociedad civil TECHO y RIL (Red de Innovación Local) lograron acelerar la agenda de gestión del suelo en los gobiernos locales y consiguieron que 89 municipios respondieran al relevamiento diseñado por más de 40 especialistas.

AUTOEVALUACIÓN DE GESTIÓN DE SUELO URBANO A MUNICIPIOS

h = Habitantes



3,99

Puntaje promedio total de los Municipios
(Máximo 8,06 y Mínimo 0,65)

5,05

Puntaje promedio para la dimensión
"Estrategia"

2,81

Puntaje promedio para la dimensión
"Instrumentos"

La dimensión que obtuvo mayor puntaje fue "estrategia", la cual apuntó a determinar el grado en el que el municipio dispone de instrumentos para gestionar la expansión urbana, desde planes de ordenamiento territorial, normativa específica, regularización de dominio, entre otros. El puntaje promedio en esta dimensión fue de 5,05. Estuvo representada en su mayoría por municipios medianos poblacionalmente, incluidas varias de las capitales provinciales y grandes ciudades.

La dimensión que obtuvo menor puntaje fue "instrumentos", la cual buscó identificar el uso de herramientas concretas para la gestión de suelo urbano, como banco de tierras, programa de lotes con servicios, círculos de ahorro para el acceso a vivienda, entre otros. El puntaje promedio en esta dimensión fue de 2,81.

CONCLUSIONES DEL PROYECTO HASTA DICIEMBRE 2020

- Promedio de 39,9% de las políticas, normativas y estrategias, relevadas por el estudio.
- Cerca del 40% aún no implementa mecanismos de participación ciudadana en los temas estratégicos de suelo.
- Un 40% carece de perspectiva metropolitana y/o regional en su planificación.
- La cuestión que resulta menos desarrollada es la implementación de instrumentos concretos de gestión del suelo, lo que muestra la urgente necesidad de acompañar a los gobiernos locales para fortalecer su capacidad de ejercer plenamente su desarrollo territorial.

Este proyecto ideado por el Banco muestra las grandes oportunidades de mejora que tienen los gobiernos locales argentinos en materia de gestión del suelo y colabora con el fortalecimiento institucional de nuestra Organización, honrando su histórica misión social. Asimismo, desafía al sector público, al sector privado y a la comunidad a desarrollar políticas de gestión territorial a nivel nacional, con carácter federal, participativo e inclusivo.

› Programa Marketing Digital +45

El desempleo en Argentina está creciendo significativamente y, tras el impacto de la pandemia de COVID-19, la precarización laboral se intensificó. No obstante, el mercado laboral continúa evidenciando una demanda insatisfecha en lo que respecta a posiciones vinculadas con tecnología. Al entender esta realidad como una oportunidad, **Diagonal Asociación Civil** desarrolló el Programa de

Marketing Digital +45 para que profesionales de más de 45 años, que actualmente se encuentran fuera del mercado laboral, pudieran incorporar herramientas técnicas relacionadas con esta temática.

Puerta 18 también forma parte de esta iniciativa, desde su experiencia en integración de jóvenes a través de la tecnología. Este programa social de educación no formal y gratuito fomenta en los jóvenes el desarrollo de habilidades, vocaciones y talentos a través de los múltiples recursos que ofrece la tecnología. Son precisamente estos jóvenes nucleados en Puerta 18 quienes brindan los talleres técnicos del Programa de Marketing Digital. Diagonal, por su parte, acerca las herramientas para mejorar la empleabilidad de los alumnos +45.

Desde el Banco acompañamos financieramente el lanzamiento de la primera edición del programa. Esta propuesta alcanzó un *Net Promoter Score* (NPS) del 95%.

24 PROFESIONALES



5% logró insertarse en el mercado laboral en relación de dependencia.

65% logró impulsar proyectos independientes.

5% restante aún no se encuentra inserto en el mercado laboral.

De cara al 2021, el Banco volverá a acompañar el desarrollo de este programa, ya que logra articular el conocimiento técnico con la contención emocional y la participación de los jóvenes como facilitadores y los adultos como educandos, con foco en la diversidad y la inclusión. De esta forma, reforzamos nuestro compromiso con la comunidad, posibilitando herramientas para acceder a un empleo de calidad.

› Voluntariado Corporativo con foco en Educación Financiera

El voluntariado corporativo empodera a colaboradores y les permite contribuir con el desarrollo comunitario desde su conocimiento profesional, fortaleciendo la cultura organizacional y generando un impacto social positivo directo e indirecto.

Durante agosto 2020, voluntarios de Banca Minorista del Banco brindaron un webinar de educación financiera para emprendedores y emprendedoras de la Fundación Hampatu. En este espacio se conceptualizó acerca de los diferentes productos bancarios, el ahorro y el manejo de las finanzas para gestionar sustentablemente el presupuesto.

En agosto 2020, voluntarias de diferentes áreas del Banco participaron del Programa de Economía Personal de *Junior Achievement* para jóvenes de escuelas semipúblicas de CABA, provincia de Buenos Aires, San Juan, Corrientes, Tucumán y Salta. A causa de la pandemia de COVID-19 se dictó según la modalidad virtual. El foco de las charlas estuvo puesto en la transmisión de saberes profesionales relacionados con el *expertise* laboral y anclado en temáticas específicas de finanzas personales como el ahorro, las inversiones, el acceso al crédito, entre otras.



› Programa Unidos para Dar

Una oportunidad para desarrollar el espíritu solidario dentro del banco y continuar fortaleciendo el carácter federal de nuestro negocio

Este programa reúne a todo el personal de Casa Central y la Red de Sucursales y permite afianzar vínculos con organizaciones sociales propias a su mundo referencial. Representa una oportunidad para desarrollar el espíritu solidario dentro de la Organización y continuar fortaleciendo el carácter federal de nuestro negocio.

Gracias a este programa, el Banco procura acompañar a quienes viven en situaciones de precariedad, tanto económica como social. Es así como en el marco del comienzo de clases, donamos útiles y materiales escolares a instituciones educativas y a diferentes organizaciones sociales de todo el país. A pesar de haberse decretado la cuarentena obligatoria estos kits escolares fueron utilizados por niños y jóvenes que, aun estando en sus hogares, necesitaron elementos para hacer sus tareas.

La edición navidad contó con la participación de todas las sucursales del país

Una inversión total anual de casi \$4 millones de pesos

En Navidad, con la intención de acercarnos a quienes más necesitan, asegurando la logística gratuita de las donaciones, distribuimos vouchers digitales para ser canjeados por alimentos no perecederos y elementos de primera necesidad a diferentes organizaciones sociales de todo el país.

De esta forma, colaboramos con entidades que trabajan para garantizar condiciones dignas, de alimentación, salud y habitacionales, a niños, jóvenes, ancianos y grupos familiares.

Durante 2020 el equipo de voluntarios ascendió a 188 colaboradores activos, de los cuales 44 presentaron sus iniciativas solidarias para que el Banco acompañara económicamente a las ONGs que apadrinan. El rol estratégico de este programa colabora con el fortalecimiento del carácter federal del Banco y permite que, con un presupuesto moderado, se genere un alto impacto en la comunidad.

Tabla 53

Unidos para Dar

	 Inicio de clases 2020	 Inicio de clases 2019	 Inicio de clases 2018	 Navidad 2020	 Navidad 2019	 Navidad 2018
› Sucursales participantes	60	58	53	62	62	57
› Organizaciones beneficiadas	176	179	150	112	132	140
› Beneficiarios	7.200	4.200	6.500	22.400	78.240	74.760



Navidad - Comedor dos corazones - Pergamino



Navidad - Iglesia Catedral Santa Rosa de Lima - Santa Rosa

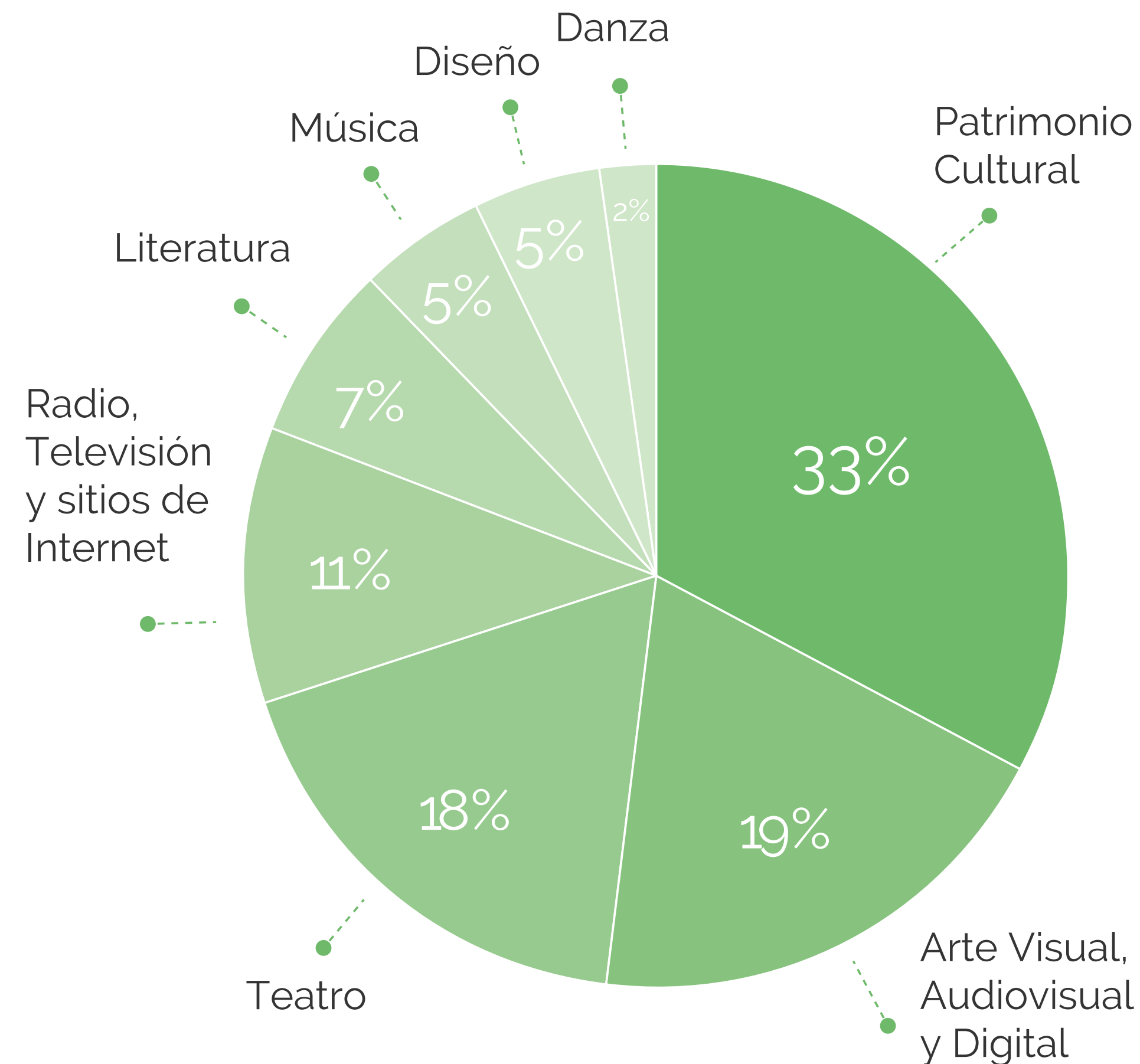
\$10 Millones de pesos 31 Proyectos

› Ley de Mecenazgo

Tras la reglamentación de la Ley de Participación Cultural N° 6026 hacia fines de 2019, el Banco reafirmó su activo rol como promotor de la cultura. En 9 años, ha acompañado diversas iniciativas de preservación del patrimonio cultural y de difusión de proyectos de nuevas generaciones de artistas.

Tabla 54 Categoría de proyectos

	2020	2019	2018
Patrimonio cultural	33%	7%	12%
Arte visual, audiovisual y digital	19%	29%	24%
Teatro	18%	14%	12%
Radio, TV, Internet	11%	17%	23%
Literatura	7%	7%	6%
Música	5%	18%	9%
Diseño	5%	4%	7%
Danza	2%	2%	3%
Circos, murgas, mímicas y afines	0%	2%	5%





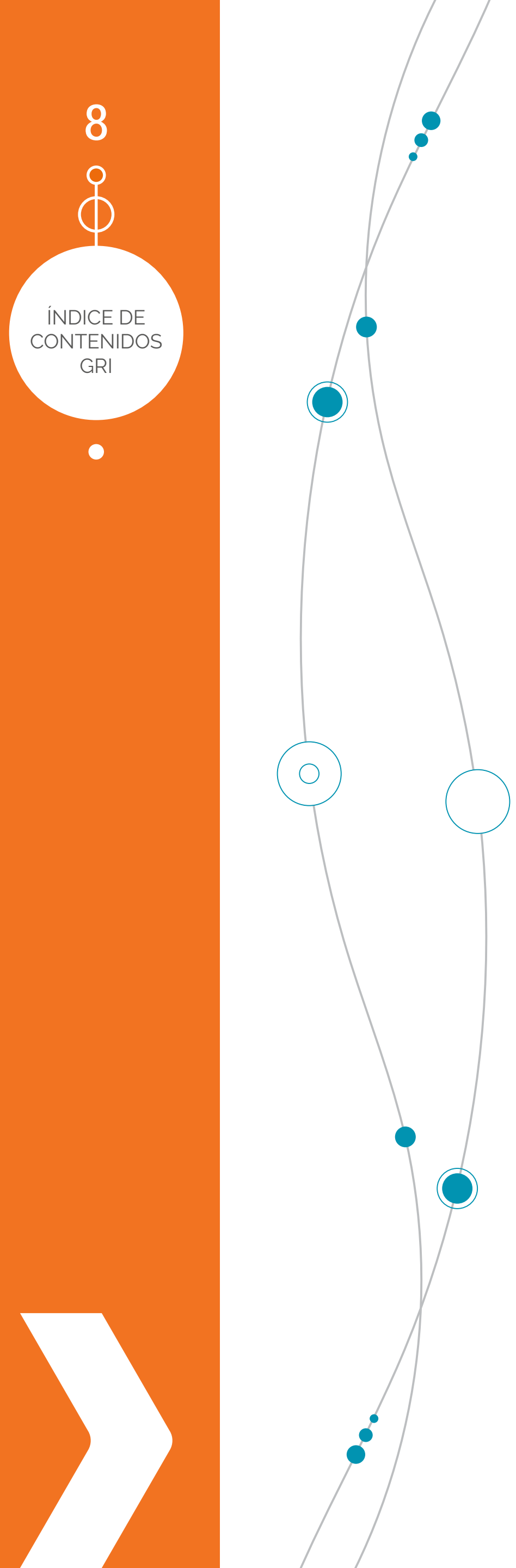
8

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

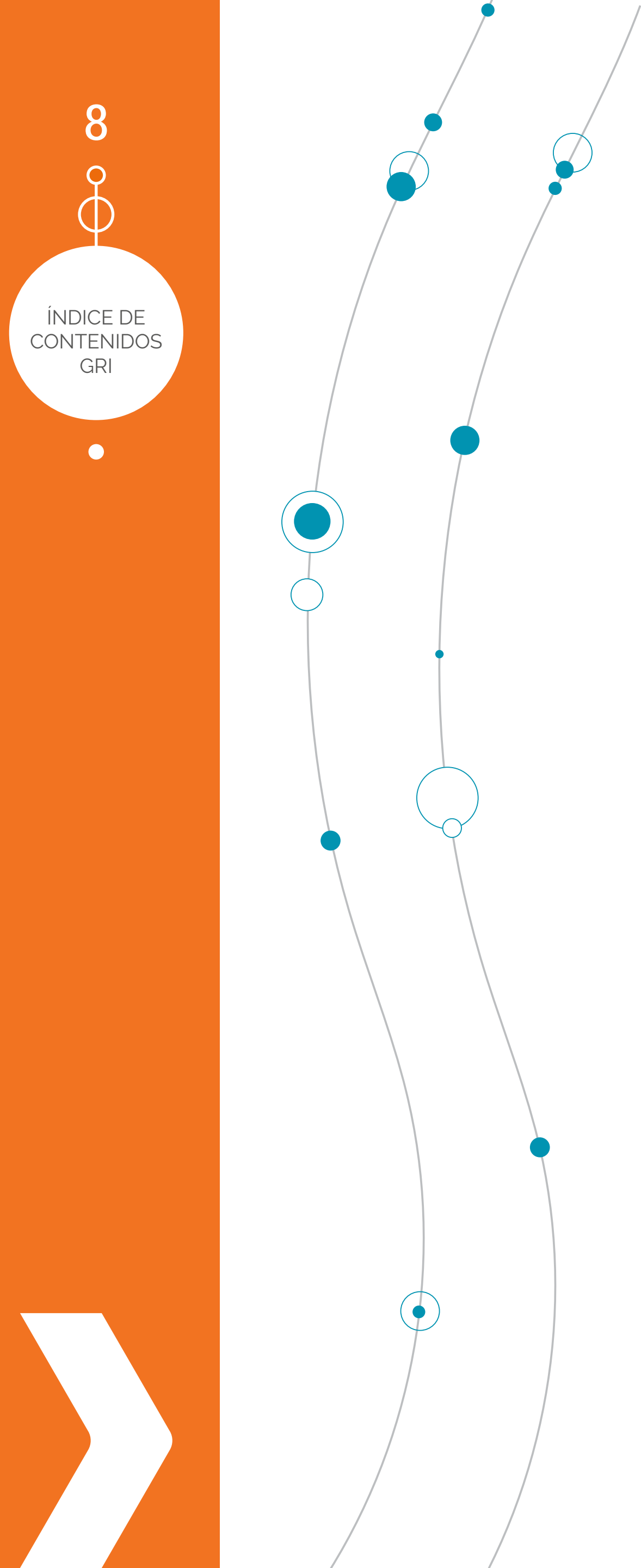
ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
GRI 101- FUNDAMENTOS (2016)				
GRI 102- CONTENIDOS GENERALES (2016)				
4. Gobernanza				
102-18	Estructura de gobernanza	45		
102-19	Delegación de autoridad	45		
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	48		
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	40	16	16.7
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	45-48	5 - 16	5.5 - 16.7
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	45-48	16	16.6
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	45	5 - 16	5.5 - 16.7
102-25	Conflictos de intereses	45	16	16.6
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	45		
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	45		
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	45		
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	38	16	16.7
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	57		
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	48		
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	48		
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	48-52		
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	52		
102-35	Políticas de remuneración	45		
102-36	Proceso para determinar la remuneración	45		
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	45	16	16.7

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
GRI 101- FUNDAMENTOS (2016)				
GRI 102- CONTENIDOS GENERALES (2016)				
5. Participación de los Grupos de Interés				
102-40	Lista de grupos de interés	39		
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	63	8	8.8
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	39		
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	39		
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	40		
6. Prácticas para la Elaboración de Informes				
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	8-43		
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	40		
102-47	Lista de temas materiales	40		
102-48	Reexpresión de la información	43		
102-49	Cambios en la elaboración de informes	43		
102-50	Periodo objeto del informe	43		
102-51	Fecha del último informe	43		
102-52	Ciclo de elaboración de informes	43		
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	43		
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	43		
102-55	Índice de contenidos GRI	96		
102-56	Verificación externa	43		

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
GRI 200- ESTÁNDARES ECONÓMICOS				
DESEMPEÑO ECONOMICO				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	30		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	30		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	30		
GRI 201- DESEMPEÑO ECONOMICO CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	30	8 - 9	8.1 - 8.2 - 9.1 - 9.4 - 9.5
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	8		
PRACTICAS DE ADQUISICION				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	33		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	33		
GRI 204- PRACTICAS DE ADQUISICION CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	33	8	8.3
ANTICORRUPCION				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	52-55		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	52-55		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	52-55		
GRI 205- ANTICORRUPCION CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	52-55	16	16.5
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	52-55	16	16.5
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	52-55	16	16.5

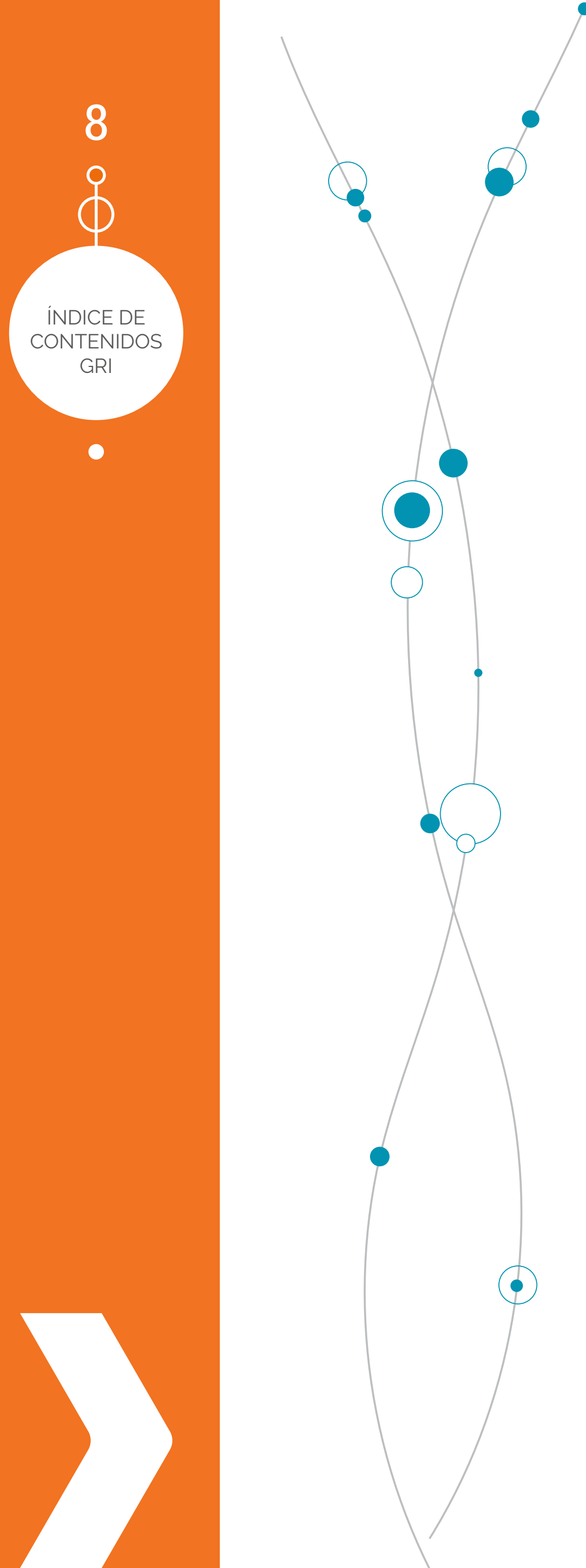


ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
GRI 400- ESTANDÁRES SOCIALES				
EMPLEO				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	63-72		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	63-72		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	63-72		
GRI 401- EMPLEO CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	63	5 - 8 - 10	5.1 - 8.5 - 8.6 - 10.3
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	63-72	3 - 5 - 8	3.2 - 5.4 - 8.5
401-3	Permiso parental	63	5 - 8	5.1 - 5.4 - 8.5
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	79		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	20-79		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	79		
GRI 403- SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO ENFOQUE DE GESTION (2018)				
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	79	8	8.8
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	79	8	8.8
403-3	Servicios de salud en el trabajo	79	8	8.8
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	79	8 - 16	8.8 - 16.7
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	20-79	8	8.8
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	20-79	3	3.3 - 3.5 - 3.7 - 3.8
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	20-79	8	8.8
GRI 403- SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO CONTENIDOS TEMATICOS (2018)				
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	79	8	8.8
403-9	Lesiones por accidente laboral	79	3 - 8 - 16	3.6 - 3.9 - 8.8 - 16.1



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
FORMACION Y ENSEÑANZA				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	72		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	72		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	72		
GRI 404- FORMACION Y ENSEÑANZA CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	72	4 - 5 - 8 - 10	4.3 - 4.4 - 4.5 - 5.1 - 8.2 - 10.3
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	72	8	8.2 - 8.5
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	72	5 - 8 - 10	5.1 - 8.5 - 10.3
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	63		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	63		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	63		
GRI 405- DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	63	5 - 8	5.1 - 5.5 - 8.5
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	63	5 - 8 - 10	5.1 - 8.5 - 10.3
NO DISCRIMINACION				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	52		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	52		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	52		
GRI 406- NO DISCRIMINACION CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	52	5 - 8	5.1 - 8.8

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
EVALUACION DE LOS DERECHOS HUMANOS				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	72		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	72		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	72		
GRI 412- EVALUACION DE LOS DERECHOS HUMANOS CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	72		
COMUNIDADES LOCALES				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	84		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	84		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	84		
GRI 413- COMUNIDADES LOCALES CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	84		
PRIVACIDAD DEL CLIENTE				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	60		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	60		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	60		
GRI 418- PRIVACIDAD DEL CLIENTE CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	60	16	16.3 - 16.10



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
CUMPLIMIENTO SOCIOECONOMICO				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	51		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51		
GRI 419- CUMPLIMIENTO SOCIOECONOMICO CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	51	16	16.3
EXPERIENCIA DEL CLIENTE (RELACIONAMIENTO Y SATISFACCIÓN)				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	27		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	27		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	27		
EXPERIENCIA DEL CLIENTE (RELACIONAMIENTO Y SATISFACCIÓN)				
Indicador Propio	Satisfacción sobre atención general del Banco	35		
Indicador Propio	NPS General del Banco	35		
MICROCRÉDITOS – ACCESO A LA VIVIENDA				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	10		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	10		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	10		
MICROCRÉDITOS – ACCESO A LA VIVIENDA				
Indicador Propio	Créditos otorgados (destino vivienda)	14		



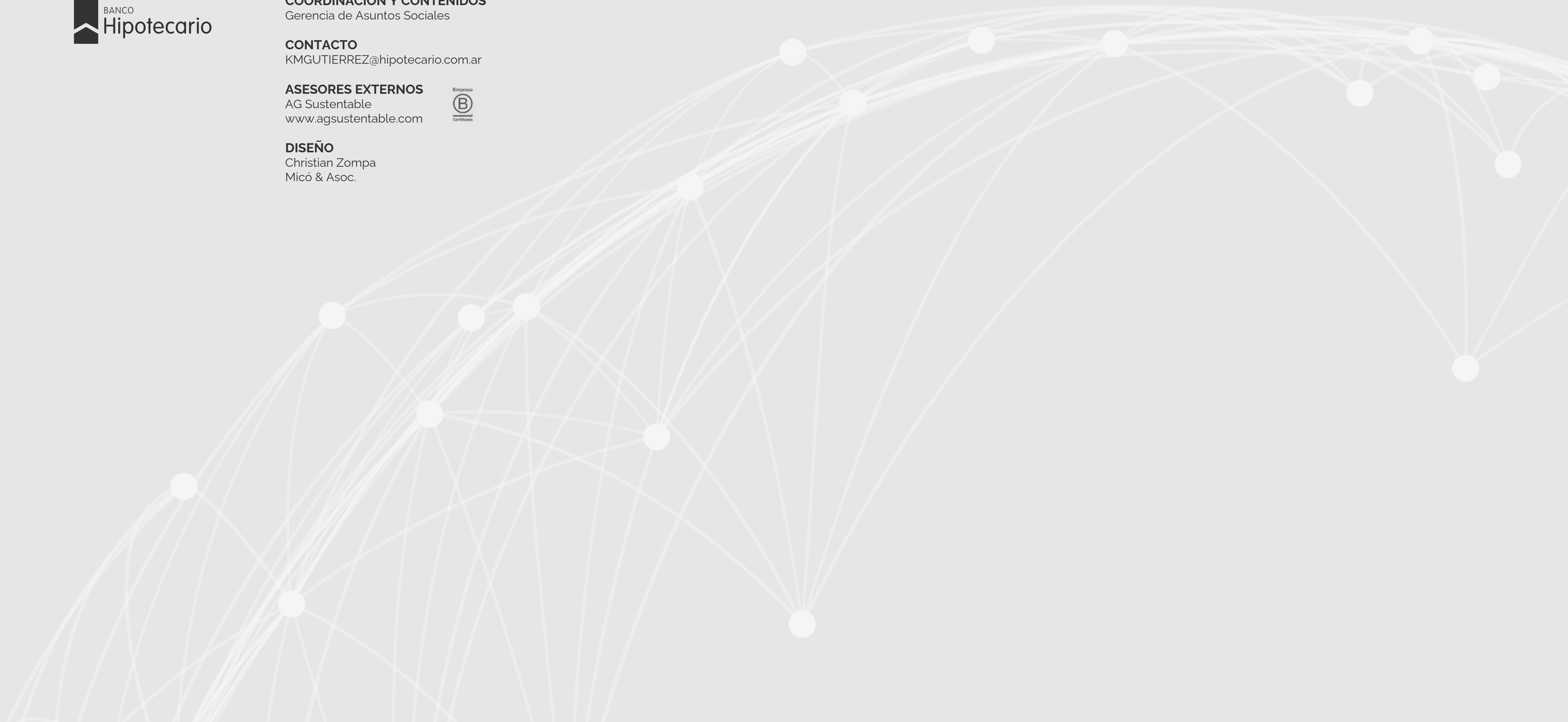
COORDINACIÓN Y CONTENIDOS
Gerencia de Asuntos Sociales

CONTACTO
KMGUTIERREZ@hipotecario.com.ar

ASESORES EXTERNOS
AG Sustentable
www.agsustentable.com



DISEÑO
Christian Zompa
Micó & Asoc.





BANCO
Hipotecario