

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2019



CONTENIDO

DESTACADOS	4
CARTA DEL PRESIDENTE	5
1 SOMOS BANCO HIPOTECARIO - PERFIL	7
1.1 Áreas de Negocio	7
1.2 Presencia Nacional	7
1.3 Estructura Accionaria y Organización Societaria	9
1.3.1 Estructura Accionaria	9
1.3.2 Organización Societaria: Empresas Subsidiarias	¡Error! Marcador no definido.
1.4 Productos y Servicios	11
1.4.1 Distribución de la Cartera de Productos	11
1.4.2 Productos Activos	13
1.4.3 Productos Pasivos	18
2 NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO	19
2.1 Contexto Económico	20
2.2 Desempeño Económico de la Compañía	21
2.2.1 Dimensiones de Nuestra Organización	22
2.3 Cadena de Valor	22
2.3.1 Proveedores	22
2.3.2 Clientes	23
3 LA SUSTENTABILIDAD EN BANCO HIPOTECARIO	27
3.1 Relevamiento de Grupos de Interés	27
3.2 Evaluación de Impacto sobre los ODS	28
3.3 Análisis de Materialidad	29
3.4 Alianzas e Iniciativas	30
3.5 Premios y Avaes	31
3.6 Parámetros del Reporte	31
4 GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA E INTEGRIDAD	32
4.1 Gobierno Corporativo	32
4.1.1 Comités del Directorio	36
4.2 Marco Regulatorio	38
4.3 Visión y Misión	39
4.4 Código de Ética y Conducta	39
4.5 Prevención y Control de Fraudes	42
4.6 Gerenciamiento de Riesgos	44
4.7 Seguridad de la Información	47
5 DESEMPEÑO SOCIAL Y AMBIENTAL	47
5.1 Prácticas Laborales	¡Error! Marcador no definido.
5.1.1 Formación y Desarrollo del Personal	57
5.1.2 Salud y Seguridad Ocupacional	62
5.2 Impacto Ambiental	64
5.2.1 Energía	64
5.2.2 Residuos	65
5.2.3 Agua y Efluentes.....	66
5.3 Programas con la Comunidad	67
5.3.1 Gestión Municipal del Suelo Urbano	71
5.3.2 Voluntariado Corporativo	71
5.3.3 Programa Unidos para Dar.....	72
5.3.4 Ley de Mecenazgo	73

5.3.5	La Noche de los Museos.....	74
5.3.6	Programa de Adhesión de Clientes a Débito Automático en Tarjetas de Crédito	75
5.3.7	Inclusión Financiera.....	75
6	ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI	77

DESTACADOS

- **1,8 millones** de préstamos hipotecarios en 133 años de existencia
- **62 sucursales**
- **+ de 800.000 clientes** confían en nuestra protección
- En centro de contactos se atendieron 1.200.000 llamadas telefónicas, 117.000 mails y 165.000 interacciones vía redes sociales (Facebook y Twitter)
- **+ de 80.000 clientes contactados** a través de las Encuestas, *Focus Group*, Vistas a las sucursales y *Mystery Shopping*
- **73% de clientes satisfechos o muy satisfechos** con la atención general del Banco
- Firmamos el **Protocolo de Finanzas Sostenibles**
- **\$1.781,5 millones** fue el resultado neto del ejercicio
- **62.148 nuevas cuentas en pesos.**
- **1.757** colaboradores
- **512 organizaciones sociales** con las que interactuamos
- **271.153 personas** a las que acompañamos con nuestros programas
- **\$61,4 millones** invertidos en la comunidad
- **45 organizaciones apadrinadas** por colaboradores que participaron del programa de fortalecimiento a iniciativas solidarias
- **276 colaboradores** voluntarios
- **3.638 kilos de papel y 26 kilos de plástico** entregados a la Fundación Garrahan
- **560 equipos mobiliarios y equipamientos tecnológicos destinados a 38 organizaciones** de la sociedad civil dentro del programa “Equipados para Dar”

CARTA DEL PRESIDENTE

Contenidos GRI 102-14

Es un gusto poder presentarles el 9° Reporte de Sustentabilidad del Banco Hipotecario, correspondiente al año 2019, elaborado de acuerdo con los Estándares de *Global Reporting Initiative (GRI)*.

El dinamismo del año nos impulsó a continuar desarrollando nuestras capacidades de adaptación, siendo fieles a nuestra histórica misión y sosteniendo una mirada atenta al futuro.

El resultado alcanzado en el año ha sido satisfactorio, si se considera el contexto político y económico dentro del cual el Banco debió desarrollar su actividad. Este escenario se caracterizó por un proceso eleccionario de renovación de los Poderes Ejecutivo y Legislativo Nacional, y algunos desequilibrios de las variables económicas, como la devaluación del peso y un incremento de la inflación superior al esperado, entre otros.

En cuanto a nuestro compromiso con la sustentabilidad y el sistema financiero argentino, cabe destacar que, el 27 de noviembre de 2019, firmamos el Protocolo de Finanzas Sostenibles que cuenta con el aval de ABA, ABAPPRA, BID Invest y Vida Silvestre, y que tiene por objetivo comenzar a construir una estrategia de finanzas sostenibles en la industria bancaria.

En línea con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, realizamos nuestra primera evaluación sobre la contribución del Banco a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En esta instancia, hemos identificado ocho objetivos como relevantes, dentro de los que se destacan: ODS 5- Educación de Calidad, ODS 8- Trabajo Decente y Crecimiento Económico y ODS 12- Producción y Consumo Responsables.

Formamos parte de una organización nacional de más de 1.700 colaboradores, comprometida con la comunidad, que promueve el trabajo colaborativo y la construcción colectiva del bien común. El alcance económico de nuestro negocio se nutre de los resultados sociales y ambientales de sus operaciones, incluyendo a toda la cadena de valor.

Brindar el acceso a la vivienda es acercar ciudadanos, es construir hogares, es sentar las bases para crecer como sociedad, dándole sentido a nuestra histórica misión social. Es así que llevamos otorgados más de 1.8 millones de préstamos hipotecarios en nuestros 133 años de historia.

A su vez, continuamos con nuestros programas y proyectos con foco en la comunidad, los cuales durante 2019 alcanzaron los \$61,4 millones y permitieron acompañar a más de 271 mil personas. Aprovecho la oportunidad para reconocer el trabajo voluntario de nuestros 276 colaboradores que apadrinaron y acompañaron a 45 organizaciones con fines sociales.

Conscientes de la vertiginosidad de los cambios socioculturales y de la necesidad de brindar una respuesta de vanguardia, en línea con las expectativas de toda la sociedad y, en especial, de nuestra cartera de clientes, es que hemos iniciado un proceso de transformación digital transversal a todo el Banco y a nuestras operaciones. En este sentido, en 2019 recibimos el “Premio LIDE Tecnología 2019” y nos convertimos en la primera entidad

financiera con un canal 100% *on-line* de alta de clientes, con validación biométrica de identidad en línea. Por otra parte, con el proyecto “Compra tu hogar”, buscamos generar el *on-boarding* digital de un crédito hipotecario, ofreciendo un servicio ágil a nuestra cartera de clientes durante el proceso de adquisición de la vivienda.

Antes de finalizar, no quiero dejar de mencionar un hecho que ha marcado un antes y un después en las vidas de toda la humanidad. La pandemia de COVID-19 ha impactado de forma inédita en el sistema sanitario, económico y social, y ha reformulado la forma en que trabajamos y nos vinculamos. Desde Banco Hipotecario, hemos trabajado en brindar respuestas ágiles y responsables, acompañando el gran esfuerzo de todos los argentinos. En cuanto a nuestra nómina de colaboradores, hemos adoptado un esquema de trabajo, reuniones y capacitaciones 100% virtual. Esta novedad fue acompañada por actividades que promovieron el contacto de los líderes con sus colaboradores y una medición frecuente del clima organizacional mediante nuestras Encuestas Pulso.

En cuanto a los nuevos colaboradores, participaron todos juntos de la bienvenida al Banco y proceso de inducción *on-line*, que se destacó por su formato único, inclusivo y en tiempo oportuno. Por otra parte, generamos protocolos y adaptamos todas nuestras sucursales en cumplimiento de las medidas de distanciamiento social.

Respecto a nuestra cartera de clientes, pusimos a disposición créditos a una tasa del 24% para el pago de salarios de micro, pequeñas y medianas empresas. A su vez, pusimos a disposición nuestras redes sociales y brindamos apoyo económico a distintas ONG, que llevaron adelante acciones específicas que tuvieron como fin combatir las consecuencias socioeconómicas de la pandemia.

Vale mencionar también que el Banco adquirió 30.000 barbijos para los colaboradores de Casa Central y Red de Sucursales. Estos fueron confeccionados por mujeres sanjuaninas, en su mayoría, jefas de hogar, que forman parte del Proyecto Social JUNO.

Por último, quiero agradecerles a todos los colaboradores que trabajan en el Banco y que construyen día a día nuestra historia, aun frente a escenarios adversos. Juntos, tenemos la oportunidad de crear un futuro sostenible, asumiendo el desafío de incidir en la agenda pública desde un rol social activo.

Los invito a conocer nuestra gestión sustentable 2019 y a ser promotores de impactos positivos en y para la comunidad de la que todas las personas formamos parte.

1 SOMOS BANCO HIPOTECARIO
Contenidos GRI 102-1, 102-5

Somos un Banco universal, con el objetivo de brindar soluciones integrales en materia de crédito, ahorro e inversión, orientadas a familias, empresas y organismos del sector público. A través de una composición accionaria mixta, potenciamos las fortalezas de los sectores público y privado.

CON 133 AÑOS DE TRAYECTORIA, SOMOS UNA DE LAS INSTITUCIONES MÁS TRADICIONALES Y SÓLIDAS DEL PAÍS.

Nacimos en 1886 como el Banco Hipotecario Nacional (BHN) y, casi cien años después, nos transformamos en el Banco Hipotecario SA. La Ley 24.855 dispuso la transformación y lo declaró sujeto a privatización en los términos de la Ley 23.696. Es así como en 1997 se designó el primer Directorio de la Sociedad. Actualmente, nuestro accionista privado principal es IRSA Inversiones y Representaciones SA, una empresa de desarrollo inmobiliario líder en la Argentina.

1.1 ÁREAS DE NEGOCIO
Contenidos GRI 102-6

En el Banco, contamos con dos áreas de negocios diferenciadas: La Banca Minorista ofrece alternativas de financiamiento al consumo de individuos y soluciones integrales para la vivienda. A su vez, brinda servicios transaccionales, como medios de pago electrónicos y acreditación de haberes en cuenta, y la colocación de fondos. Por su parte, la Banca Mayorista financia a grandes empresas y emprendedores, procurando mantener un rol activo para que obtengan acceso a los mercados de capitales.

Banca Minorista	Banca Mayorista
Gerencia de Marketing y Publicidad Gerencia de Distribución Minorista Inteligencia Comercial Gerencia de Canales Electrónicos Gerencia de Banca Hipotecaria Experiencia de Clientes Gerencia de Productos y Segmentos Gerencia de Canales de Atención	Gerencia Banca Corporativa Gerencia PYME Gerencia Sector Público Gerencia de Producto

1.2 PRESENCIA NACIONAL
Contenidos GRI 102-3, 102-4

Desde nuestra sede central, ubicada en Reconquista 101, Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a través de nuestra red de 62 sucursales, ofrecemos nuestros productos y servicios en todas las capitales de provincia del país.

62 SUCURSALES CON MODELO FULL Y 12 EN PUESTOS DE CONTACTO.

	Sucursales	Cajeros automáticos	Terminales autoservicio	Sucursales y Cajeros con funciones para no videntes
CABA	6	9	22	2
Buenos Aires	22	46	62	6
Catamarca	1	2	2	-
Córdoba	5	13	20	1
Chaco	1	4	5	1
Chubut	2	4	5	1
Corrientes	1	3	3	1
Entre Ríos	2	5	8	1
Formosa	1	3	4	-
Jujuy	1	1	4	-
La Pampa	1	1	0	-
La Rioja	1	2	4	-
Mendoza	2	5	7	-
Misiones	1	3	3	-
Neuquén	1	3	5	1
Río Negro	1	2	1	-
Salta	1	3	4	-
San Juan	1	3	4	-
San Luis	1	2	3	1
Santa Cruz	1	3	3	1
Santa Fe	5	14	15	2
Santiago del Estero	1	2	6	-
Tierra del Fuego	1	2	2	1
Tucumán	2	5	8	1

EL 97% DE LAS SUCURSALES CUENTA CON RAMPA DE ACCESO PARA PERSONAS CON MOVILIDAD REDUCIDA.

En 2019, como parte de un proceso de transformación del Banco, inauguramos –junto con Havana– la primera sucursal bancaria con cafetería, el primer “Bancafé” del sistema financiero. Con una atención más dinámica y tecnológica, esta sucursal ofrece todas las funcionalidades bancarias y brinda a los clientes la posibilidad de disfrutar de un café mientras son atendidos por oficiales de negocio, generando un lugar de atención más distendido. El nuevo Bancafé se encuentra ubicado en el barrio de Villa Urquiza, Ciudad de Buenos Aires; opera todos los 7 días de 7 a 21 horas y cuenta con cajeros automáticos y terminales de autoservicio, tres cajas y espacios reservados de atención comercial.

1.3 ESTRUCTURA ACCIONARIA

1.3.1 ESTRUCTURA ACCIONARIA

Contenidos GRI 102-5, 201-4

Nuestro capital social está integrado por cuatro clases de acciones:

- Clase “A”: pertenecientes al Estado Nacional con derechos especiales y las correspondientes al Fideicomiso del Fondo de Infraestructura Regional (FFIR), sujetas a privatización a través de la oferta pública.
- Clase “B”: destinadas a los miembros tenedores del Programa de Propiedad Participada, destinadas a 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, también, actualmente, manejadas por el Estado Nacional a través del FFIR.
- 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”.

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 2019 debería haberse perfeccionado un aumento de capital por hasta la suma de novecientos millones de pesos (\$900.000.000), mediante la emisión de acciones ordinarias. Este aumento sería el primero dispuesto desde el inicio del proceso de privatización del Banco y su concreción permitiría potenciar significativamente su desarrollo. No obstante, la situación política y económica sobreviniente, y su impacto desfavorable sobre los mercados determinaron que debiéramos posponer la emisión de las acciones para el aumento de capital a la espera de condiciones más propicias. A su vez, aún sigue sin concluirse el proceso total de transformación del BHN definido en la Ley 23.696.

Durante la gestión 2019, no se registraron contribuciones a Banco Hipotecario SA, realizadas por los gobiernos nacionales, provinciales y municipales.

El gobierno se encuentra presente en la estructura accionaria con una participación del 58,04% con diferentes tipos de acciones. Dicha participación se ve reflejada en las acciones tipo:

ACCIONISTAS	ACCIONES CLASE	SALDO EN ACCIONES	% CAPITAL
-------------	----------------	-------------------	-----------

GOBIERNO ARGENTINA/BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA como Fiduciario del Fideicomiso de Asistencia al Fondo Federal de Infraestructura Regional	A	664,489,424	44.30%
BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA en su calidad de Fiduciario del Programa de Propiedad Participada	B	57,009,279	3.80%
BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA en su calidad de Fiduciario del Fideicomiso de Asistencia al Fondo Fiduciario Federal de Infraestructura Regional	C	75,000,000	5.00%
ANSES	D	74,037,265	4.94%
ACIONISTAS PRIVADOS	D	629,464,032	41.96%
TOTAL DE ACCIONES		1,500,000,000	100.00%

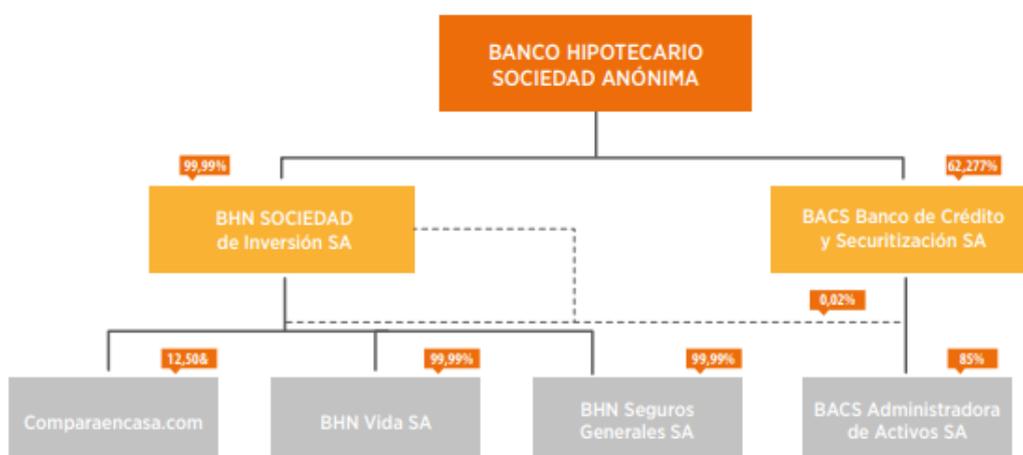
1.3.2 ESTRUCTURA DEL GRUPO ECONÓMICO

Contenidos GRI 102-10, 102-45

Los estados financieros consolidados de Banco Hipotecario SA incluyen las sociedades sobre las cuales el Banco posee control directo o indirecto, y que se detallan a continuación:

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

Cabe indicar que durante 2019 las Sociedades Subsidiarias Tarshop SA y BH Valores SA fueron fusionadas con el Banco Hipotecario. Tanto el grupo de subsidiarias como las mencionadas sociedades fusionadas no forman parte del presente Reporte de Sustentabilidad.



Banco Hipotecario, Sociedad controlante, ocupa el centro de las actividades principales de intermediación financiera, en tanto que desconcentra en otras unidades económicas los negocios y servicios complementarios de banca, de seguros y en sociedades de administración de fondos comunes de inversión, aunque siempre manteniendo y potenciando la sinergia posible entre sus diferentes clientes.

1.4 PRODUCTOS Y SERVICIOS

Contenidos GRI 102-2, 102-6

En Banco Hipotecario, contamos con una amplia cartera de productos y servicios adaptados a las necesidades de cada segmento de clientes, tales como: préstamos hipotecarios, préstamos personales, tarjetas de crédito, seguros, entre otros.

En cuanto a la estructura de productos y pasivos, buscamos mantener un equilibrio que nos permita continuar con nuestra estrategia de crecimiento. En los últimos años, nos hemos enfocado en subordinar la originación de préstamos a la generación de pasivos de calidad.

Al 31 de diciembre de 2019, el monto de los productos activos alcanzó un saldo de \$89.793,0 millones, registrando una variación positiva del 6,2% respecto a 2018. Dentro de los activos, el monto correspondiente a préstamos alcanzó un saldo de \$40.378,8 millones, un 7,3% menos respecto a 2018. En cuanto a las fuentes de fondeo del Banco, están representadas, fundamentalmente, por los depósitos y las obligaciones negociables. Al fin del período reportado, el monto de depósitos registró un saldo de \$35.721,8 millones, equivalente a un aumento del 21,9% respecto a 2018. Por su parte, las obligaciones negociables disminuyeron un 8.3% respecto a 2018, con un monto de \$29.035,8 millones.

Productos Activos	Productos Pasivos
<ul style="list-style-type: none"> • Préstamos hipotecarios • Préstamos personales • Tarjetas de crédito • Seguros • Préstamos PYME • Préstamos corporativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Depósitos • Obligaciones negociables

	2019	2018
Activos	89.793	84.561,6
Pasivos		
Depósitos	35.721	29.307,6
Obligaciones Negociables	29.035,8	31.660,5

Cifras en millones de pesos.

1.4.1 DISTRIBUCIÓN DE LA CARTERA DE PRODUCTOS

Banca Minorista Productos		%
Pasivos		
CAJA DE AHORRO	Plazo Fijo	68,3%

CUENTA CORRIENTE	Caja de Ahorro	31,6%
PLAZO FIJO	Cuenta Corriente	0,2%
Activos		
PRÉSTAMOS	Personales	22,0%
	Hipotecarios	20,1%
TARJETA DE CRÉDITO	Cartera General	30,5%
	Aerolíneas Argentinas	9,9%
	HML	8,2%
	<i>Tarshop</i>	5,2%
	<i>Dark</i>	1,9%
	Plan Sueldo	1,7%
	Colaboradores	0,6%
	Otras	0,0%

Banca Mayorista-Corporate	%	Banca Mayorista-Pyme	%
Petróleo/Gas	15,4%	Sectores Atomizados	25,3%
Traders/Aceites	15,0%	Construcción/Ingeniería	15,2%
Energía	12,2%	Agropecuario	9,4%
Real Estate	11,6%	Alimentos/Bebidas	8,3%
Alimentos/Bebidas	6,8%	Agroquímicos	7,1%
Agropecuario	6,5%	Petróleo/Gas	6,0%
Comunicaciones	4,3%	Textil/Calzado	4,3%
Automotriz	4,2%	Laboratorios	4,0%
Consumer Finance	3,9%	Supermercados/Retail	4,0%
Sectores Atomizados	3,4%	Agroinsumos	3,4%
Agroquímicos	3,1%	Real Estate	3,2%
Ingenios	2,8%	Transporte/Logística	3,2%
Supermercados/Retail	2,5%	Automotriz	2,5%
Siderurgia	2,1%	Químicos	1,5%
Agroinsumos	1,8%	Comunicaciones	0,8%
Transporte/Logística	1,6%	Traders/Aceites	0,6%
Construcción/Ingeniería	1,0%	Energía	0,6%
Laboratorios	0,5%	Siderurgia	0,4%
Biocombustibles	0,5%	Tabaco	0,2%
Tabaco	0,4%		
Textil/Calzado	0,3%		
Proy. Const.	0,1%		

Frigoríficos	0,0%	
---------------------	------	--

Distribución geográfica de nuestros productos

Banca Mayorista- Corporate	%	Banca Mayorista- Pyme	%
CENTRO	100,0%	CENTRO	85,8%
		CUYO	3,7%
		NEA	2,2%
		NOA	4,9%
		PATAGONIA	3,3%

1.4.2 PRODUCTOS ACTIVOS
1.4.2.1 PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS

Los créditos hipotecarios constituyen el producto insignia del Banco y son los que promueven una relación a largo plazo con los clientes. Con el objetivo de brindar asistencia a los habitantes de este país, para ayudar a cumplir con el derecho argentino a tener “la casa propia”, durante nuestros 133 años de existencia, hemos administrado más de 1,8 millones de préstamos hipotecarios, los cuales han sido otorgados con recursos propios y de terceros. A su vez, hemos asistido a diferentes organismos públicos, como, por ejemplo, institutos provinciales de vivienda y el fondo nacional de la vivienda en la gestión operativa de decenas de miles de operaciones crediticias, con la finalidad de brindar soluciones habitacionales.

Durante 2019 se afianzó la colocación con fondos propios de créditos hipotecarios a través de la modalidad UVA, apuntando, principalmente, a financiar la construcción, adquisición, terminación y ampliación de primera y segunda vivienda, para el público en general y clientes de cuentas sueldo.

1.4.2.1.1 PRO.CRE.AR. BICENTENARIO

Desde su inicio, el Programa PRO.CRE.AR tuvo como objetivo garantizar, de manera creciente, el derecho de acceso a la vivienda y, con él, el cumplimiento del sueño de muchos argentinos de tener una casa propia, además de promover un círculo virtuoso en la economía.

A partir de este doble objetivo del Estado Nacional, 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.

Desde Banco Hipotecario, asumimos el rol de fiduciarios del Fideicomiso, por el cual 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.

EN 2019 CUMPLIMOS NUESTRO SÉPTIMO AÑO COMO ADMINISTRADORES DEL FIDEICOMISO DEL PROGRAMA DE CRÉDITO ARGENTINO PRO.CRE.AR, UNA INICIATIVA DEL GOBIERNO NACIONAL,

ORIENTADA A ATENDER LAS NECESIDADES HABITACIONALES DE LOS CIUDADANOS DE TODO EL TERRITORIO NACIONAL.

El Programa cuenta con dos grandes líneas de crédito hipotecario según su destino:

- Construcción de viviendas destinadas a familias que posean un terrero propio.
- Adquisición de viviendas dentro de los Desarrollos Urbanísticos (DD. UU.) construidos en el marco del Programa.

Dentro de la primera línea, se incorporaron, además, créditos para la refacción, ampliación o terminación de viviendas ya existentes, encarando, parcialmente de ese modo, una demanda, hasta ese momento, insatisfecha.

ENTREGAMOS + DE 210.000 SOLUCIONES DE VIVIENDAS PARA CRÉDITOS INDIVIDUALES, DESTINADAS A CONSTRUCCIÓN, AMPLIACIÓN, TERMINACIÓN, REFACCIÓN Y ADQUISICIÓN DE VIVIENDAS.

Atributos del Programa PRO.CRE.AR

- **Multiplicador**
Un punto destacable del programa es el efecto dinámico que, por sus características particulares y su magnitud, genera en la economía. De esta manera, genera un círculo virtuoso que combina la construcción de viviendas, el impulso al empleo, la producción y el consumo con la inclusión social y el mejoramiento de las condiciones de vida de amplios sectores sociales.
- **Federal**
Otra de las cualidades es su capacidad para consolidar un proyecto federal, capaz de desarrollar e integrar un trabajo horizontal con diferentes áreas gubernamentales y no gubernamentales del ámbito nacional, provincial y municipal, que tienen relación directa con la problemática del hábitat.
- **Transparente**
Además de la coordinación entre distintos actores y agencias gubernamentales, para alcanzar una gestión eficiente de los recursos públicos (que logre ofrecer soluciones habitacionales integrales), el modelo de gestión que orienta la implementación de PRO.CRE.AR se sostiene en el valor fundamental de la transparencia de los actos llevados a cabo en la ejecución del programa. Entendemos la transparencia como la implementación de mecanismos que no permiten la discrecionalidad de los actores involucrados, al mismo tiempo que viabilizan el seguimiento detallado de todos los pasos del proceso. La transparencia en la gestión se enlaza con una rigurosa ética pública, entendida como parte del paradigma de gestión de políticas que se ha puesto en marcha, a fin de consolidar la confianza de la población en los funcionarios y las políticas de gobierno.
- **Inclusivo**
En nuestro carácter de fiduciarios, cumplimos con los indicadores de inclusión también en los desarrollos urbanísticos, destinando un cupo para la construcción de viviendas adaptadas para personas con movilidad reducida. Cada predio cumple con este cupo garantizando el acceso desde el exterior como la circulación interna de beneficiarios que declaran enfermedades, para las que necesitan aberturas especiales y rampas de acceso.
En cuanto al rango etario, el Programa amplía la edad de personas para el acceso al crédito hipotecario hasta 63 años y contempla excepciones hasta 65. De esta forma, eleva el umbral etario para garantizar mayor inclusión en el cumplimiento del acceso a la vivienda.

Durante el ejercicio de 2019, 63 familias adquirieron su vivienda dentro del Predio de Estación Buenos Aires a través de un crédito subsidiado. Estas familias eran residentes en terrenos fiscales, que vivían en edificios precarios que atentaban contra su salud y la de sus familias. 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. Desde el Banco Hipotecario, acompañamos el proceso capacitando a las familias en la obtención del crédito subsidiado y en el *start up* del inicio de convivencia dentro de los edificios.

Financiación de Vivienda Individual

Las líneas de créditos individuales están orientadas a la construcción, ampliación, terminación y refacción de viviendas. Además, en función a las necesidades de los beneficiarios, se lanzaron líneas de crédito, destinadas a familias que deseaban construir pero que no disponían del dinero para comprar un terreno; también, una línea de crédito adicional para los beneficiarios que se encontraban en proceso de construcción, cuyo crédito, originalmente otorgado, por diversas razones, no les permitía alcanzar la finalización de la obra.

Créditos 2019

Línea	Cantidad de créditos	Monto otorgamiento (millones de pesos)	Fondos
Construcción de vivienda	27	44,9	Propios del BHSA
Adquisición de vivienda	23	33,9	
PRO.CRE.AR Ahorro Joven	92	83,7	
Microcréditos Mejor Hogar	25.371	853,2	PRO.CRE.AR

PRO.CRE.AR Ahorro Joven

PRO.CRE.AR Ahorro Joven es una línea que convoca a los jóvenes de entre 18 hasta 35 años, con ingresos tanto formales como no registrados, para que puedan comprar su primera vivienda a través de un crédito hipotecario. Esta línea de ahorro joven se genera con fondos propios del Banco. Desde Banco Hipotecario, otorgamos una tasa diferencial en el préstamo hipotecario para facilitar el acceso a la vivienda, considerándose los ingresos formales, semiformales e informales. El funcionamiento de esta línea se basa en invitar a los jóvenes seleccionados a iniciar un proceso de ahorro de, al menos, 12 meses, para calificar para el crédito (plazos fijos UVA). Por su parte, el Gobierno Nacional otorga un subsidio en función del ahorro realizado al momento de acceder al crédito hipotecario.

Desarrollos Urbanísticos

En 2019, la línea de Desarrollos Urbanísticos se consolidó como la principal línea de créditos para la adquisición de viviendas a estrenar. Las familias de clase media, de distintas localidades de nuestro país, tuvieron la oportunidad de participar por la alternativa vigente en su localidad, ya sea viviendas llave en mano o lotes con servicios con miras a la construcción de su casa a futuro. El desarrollo de Proyectos Urbanísticos, que viene impulsando el Programa, se anuda con la política que lleva adelante el Gobierno Nacional, a fin de fortalecer y profundizar los procesos de integración social, y estimular el crecimiento de la economía a través de la construcción de viviendas. Esta estrategia de abordaje de la problemática del hábitat tiene, como valor

añadido, la posibilidad de control y uso social del suelo urbano, lo cual contribuye a limitar la especulación inmobiliaria.

LOS DESARROLLOS URBANÍSTICOS TIENEN PRESENCIA EN TODAS LAS PROVINCIAS ARGENTINAS Y, POR SU VOLUMEN EN M², UBICAN AL PROGRAMA COMO PRINCIPAL PRODUCTOR DE VIVIENDAS DEL PAÍS.

Logros 2019

- 70 predios adjudicados y en marcha (el promedio de avance físico de las obras se encuentra en el 97,74%; el promedio de avance financiero se encuentra en el 95,45%).
- 23.304 viviendas en ejecución con un volumen de 2.197.650 m².
- 60 predios sorteados (predios nuevos y remanentes de otros sorteos), que representaron un total de 12.832 viviendas.

1.4.2.2 PRÉSTAMOS PERSONALES

Actualmente, a los clientes del segmento minorista, les ofrecemos préstamos personales a tasa fija por un monto máximo de \$1 millón, con financiación hasta 60 meses. Los préstamos personales son ofertados y tomados por parte de clientes, fundamentalmente, a través de la red de sucursales, venta por *telemarketing* a prospectos y *home banking* a clientes preexistentes en el Banco. En 2019 logramos colocar 7.604 préstamos, que equivalió a \$453 millones en volumen y que representó una baja de 88% respecto a 2018.

	2019	2018
Préstamos personales otorgados	7.642	44.649
Volumen (millones de pesos)	456	3728,8

Adicionalmente, a nuestra cartera de clientes del segmento, les ofrecemos microcréditos para realizar refacciones menores de la vivienda a tasa fija por hasta 60 meses y un monto de capital máximo de \$30 mil.

1.4.2.3 TARJETAS DE CRÉDITO

A través de la gama de productos VISA (nacional, internacional, *Gold*, *Platinum* y *Signature*), concluimos 2019 con un total de 732.552 emisiones de cuentas con resumen, que representaron un volumen de \$17.952 millones. Como dato destacado del año, vale mencionar que se implementó la tecnología *Contact Less* para todas las emisiones de plásticos. En cuanto a los canales de originación, en 2019 se adicionó a los ya existentes (sucursales y *telemarketing*) el canal *On-boarding –Buhobank–*, una plataforma por la cual el cliente puede autogestionar el alta en forma digital.

FUIMOS EL PRIMER BANCO EN PRESENTAR UNA PLATAFORMA DIGITAL PARA EL ALTA DE CUENTAS. GRACIAS A UN ACUERDO CON RENAPER, EN 2019 POSIBILITAMOS QUE LOS CLIENTES GESTIONASEN EL ALTA DE SUS CUENTAS CON TAN SOLO UNA SELFIE.

	2019	2018
Nuevas emisiones	732.552	700.000
Volumen (millones de pesos)	17.952	14.135

1.4.2.4 ACTIVIDAD ASEGURADORA

Brindamos protección a través de una amplia variedad de seguros, que responden a las distintas circunstancias y realidades que podría enfrentar nuestra cartera de clientes. Los seguros para el hogar, de vida, de accidentes personales, para bienes móviles, robo en cajeros y de salud, y el seguro integral de comercio 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.

	2019	2018
Seguros vigentes	686.000	853.000
Primas devengadas (millones de pesos)	1.539	1.282

1.4.2.5 PRÉSTAMOS CORPORATIVOS

Durante 2019 la gestión de los préstamos corporativos estuvo focalizada en la prevención de la mora y en el recupero de saldos vencidos. Como parte de la estrategia comercial, mantuvimos una cartera equilibrada en términos de plazos, monedas y tasas, con una adecuada exposición al riesgo crediticio. En este marco, los activos totales (pesos, dólares pesificados y uvas pesificadas) se mantuvieron en torno a los \$10.100 millones respecto a 2018.. Si bien en términos relativos los saldos se mantuvieron estables, las variaciones por moneda mostraron caídas de \$920 millones y U\$S 56 millones, respectivamente.

1.4.2.6 PRÉSTAMOS PYME

Durante el período, continuamos desarrollando la Banca PYME, que ya cuenta con más de 3.000 clientes de una amplia variedad de segmentos y de los cuales 575 poseen líneas acordadas por \$4.700 millones. Nos enfocamos en captar nuevos clientes, en la consolidación de la relación con los existentes y en el desarrollo e incorporación de capital humano con especialización en el segmento. A su vez, llevamos a cabo una estrategia de crecimiento en negocios transaccionales, ofreciendo propuestas de productos competitivas e integrales, que abarcaron, entre los principales, Servicios de Plan Sueldo, Sistemas de Recaudación, Pagos a Proveedores, Pagos AFIP y Pagos Link. Por otra parte, continuamos con nuestra participación en el mercado de Sociedades de Garantía Recíproca (SGR), herramienta clave en el financiamiento de pymes.

Como resultado, incrementamos en 3.900 las cápitras de Plan Sueldo y aumentamos los saldos vista promedio en \$287 millones. Al cierre del período reportado, la exposición por financiamiento a empresas pymes se ubicó en el orden de los \$950 millones, de los cuales el 65% corresponden a préstamos garantizados.

	2019	2018
Exposición al financiamiento - pymes (millones de pesos)	950	1.700
Préstamos garantizados	65 %	82%

1.4.2.7 PRÉSTAMOS AL SECTOR PRIVADO

La cartera de préstamos al sector privado está compuesta por préstamos al consumo, vivienda (hipotecario) y comerciales. En 2019 esta cartera disminuyó un 3,5%, impulsado, principalmente, por la disminución de los préstamos al consumo del 9,5% y de los préstamos comerciales del 3,4%.

	2019	2018
Volumen (millones de pesos)	43.594,9	45.161,8
Tipo		
Consumo	55,8 %	59,3 %
Comercial	28,1 %	28,1%
Hipotecario	16,1 %	12,6%

1.4.3 PRODUCTOS PASIVOS

1.4.3.1 DEPÓSITOS A LA VISTA

Con el fin de incrementar la fidelidad, el uso de las cuentas y su transaccionalidad, en 2019 desplegamos un plan de campañas comerciales. Principalmente, nos centramos en promover la utilización de la cuenta como medio de pago e incrementar los consumos y la activación en Tarjeta de Débito, mediante beneficios en distintos rubros, comercios y supermercados. En consecuencia, se logró la apertura de 80.748 cuentas nuevas en pesos, alcanzando una activación del 36% (considerando cuentas con saldos mayores a 500 pesos). A su vez, en términos de transacciones, se incrementó un 19% el pago de servicios con débito en cuenta y un 16% las compras realizadas en comercios con Tarjeta de Débito.

En 2019 se originaron 100.117 Cajas de Ahorro en dólares y se continuaron realizando acciones para incentivar la compra y la venta de dólares por canales electrónicos, ofreciendo un tipo de cambio competitivo con relación al mercado durante el primer semestre. El saldo promedio logrado fue de U\$S 76,5 millones.

Apertura de cuentas	2019	2018
Cajas de ahorro en pesos argentinos	80.748	129.733
Cuentas corrientes	16.413	18.635
Cajas de ahorro en USD	100.117	90.541

1.4.3.2 DEPÓSITOS A PLAZO

Nuestra estrategia de captación de depósitos a plazo fijo apunta a consolidar los criterios de sustentabilidad, calidad y optimización de la rentabilidad de las carteras. Para ello, en 2019 se trabajó en forma diferenciada (tanto con clientes institucionales como con individuos), aplicando tasas diferenciales por segmento y optimizando el costo de fondeo. Otro de los hechos relevantes del año fue el lanzamiento del producto Plazo Fijo Web, que permitió que personas físicas no clientes del Banco puedan constituir una inversión a plazo de forma remota.

Al finalizar 2019, el total del volumen en la Banca Minorista para los productos de Plazo Fijo en Pesos, Plazo Fijo en UVA (expresados en pesos) y Plazo Fijo en Dólares alcanzó los \$10.532 millones, \$301,5 millones y U\$S 27,7 millones, respectivamente.

	2019	2018
Plazo fijo en pesos (millones de pesos)	13.588	13.752
Plazo Fijo UVA (millones de pesos)	757,5	630
Plazo Fijo en USD (millones de dólares estadounidenses)	63	44

1.4.3.3 OTRAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Nuestra estrategia de diversificación de las fuentes de fondeo está basada en depósitos a la vista y a plazo y en deuda en los mercados de capitales (DCM). Durante 2019 colocamos obligaciones negociables en el mercado local por un valor nominal equivalente a \$3.570,1 millones, con un plazo promedio de 24 meses.

Fuentes de fondeo	2019	2018
Deuda Local	8.841	9.054
Deuda Internacional	20.195	22.606
Depósitos totales	35.722	29.308

Cifras en millones de pesos.

2 NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO

Aspectos Materiales Acceso a la vivienda, Microcréditos, Desempeño Económico, Experiencia del cliente
Contenidos GRI 102-15, 103-1, 103-2, 103-3

Durante 2019 continuamos con el proceso de transformación iniciado el año anterior, que tiene como objetivo equilibrar gradualmente el negocio del Banco, al tiempo de alcanzar ratios de eficiencia, rentabilidad y liquidez semejantes a los de los mejores referentes de la industria, preservando el Patrimonio Neto en términos reales, a lo largo del tiempo.

Dentro de este marco, y priorizando la solvencia y liquidez del Banco, trabajamos con miras a subordinar el crecimiento de los activos al crecimiento de los pasivos *core*, y equilibrar las carteras de consumo y comercial (tanto en sus diferentes componentes como en términos relativos entre sí). Adicionalmente, buscamos incrementar los pasivos *core* a partir de campañas comerciales, haciendo foco en la originación digital y en acciones de *cross-sell*; como también desarrollar la Banca Digital, priorizando los productos pasivos y mejorando la experiencia del cliente.

INICIAMOS UN PROCESO DE INNOVACIÓN DIGITAL SOBRE LOS SERVICIOS UTILIZADOS POR NUESTROS CANALES. BUSCAMOS MODERNIZAR Y MEJORAR LA INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS, DEJANDO SENTADAS LAS BASES PARA ORIENTAR EL NEGOCIO A UN MODELO DE OPEN BANKING.

A su vez, nos centramos en mantener al Banco como protagonista del mercado primario y secundario de hipotecas, y a maximizar la rentabilidad por cliente a partir de un mayor *cross-sell*.

Respecto a la Banca Mayorista, durante el año continuamos con el proceso de consolidación de los equipos (tanto de las gerencias de Banca Corporativa, PYME y Pública como de Productos), le dimos impulso a la

prestación de servicios de *cash management*, Banco pagador, convenios de plan sueldo, cuenta remunerada y pagos AFIP.

A su vez, continuamos potenciando el desarrollo de las personas, identificando talentos y reconociendo el esfuerzo y el compromiso mediante planes de carrera y oportunidades de crecimiento.

Con los ejes mencionados, encuadraremos el plan estratégico para 2020, monitoreando constantemente las variables macroeconómicas y adecuando la estrategia ante cambios del contexto.

Transformación Digital

A nivel organización interna, hacia finales de 2019, se ha definido el inicio de un proceso de “transformación digital”, con el objetivo de implementar nuevas formas de trabajo que contribuyan a mejorar el negocio, lograr procesos más eficientes y poner foco en la experiencia de los clientes.

La estrategia de “transformación digital” apunta a la formación de equipos ágiles, para desarrollar iniciativas que mejoren la experiencia punta a punta, con un enfoque centrado en el cliente. Asimismo, se constituyó el Centro de Excelencia en Agilidad (CoE), responsable de definir la metodología de trabajo ágil para el Banco. Por otra parte, se implementó un modelo de desarrollo a través de viajes, que se focaliza en las necesidades de los clientes, desde el proceso de originación hasta la posventa, interviniendo tanto el *front-office* como el *back-office* y buscando una experiencia omnicanal.

En septiembre de 2019, se conformó la Gerencia de Transformación Digital y, con ella, “el Centro de Excelencia”. Luego, en diciembre el Banco inició una prueba piloto con el viaje “compra tu hogar”, cuyo objetivo es ofrecer una experiencia distintiva en la obtención de préstamos hipotecarios, priorizando soluciones y mejoras en el proceso de originación y en el seguimiento de estado de la solicitud.

2.1 CONTEXTO ECONÓMICO

Durante 2019 el contexto económico, dentro del cual debimos desarrollar nuestra actividad, fue desafiante. En el ámbito político, el año estuvo marcado por el proceso electoral de renovación de los Poderes Ejecutivo y Legislativo Nacional y, en algunos casos, por la renovación de los Poderes Ejecutivos y Legislativos de las diferentes jurisdicciones provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En la faz económica local, se evidenciaron desequilibrios en algunas de las principales variables que provocaron una depreciación significativa del peso, un incremento de la inflación muy superior al esperado y altas tasas de financiación que generaron dificultades en las pymes y los consumidores, lo que originó una suba de la morosidad comparada con ejercicios anteriores. A su vez, vale destacar que el 1 de septiembre de 2019 se implementó nuevamente el sistema de “cepo cambiario”, que había sido eliminado el 16 de diciembre de 2015.

El plano internacional se vio alterado por la guerra comercial planteada entre Estados Unidos de América y la República Popular China, donde ambos países han diseñado políticas de mayor protección a la transacción comercial internacional de sus productos y servicios. Dichas acciones activas, por parte de ambos países,

afectan la comercialización de los productos y servicios de los países denominados emergentes y fronterizos, entre los que se encuentra la República Argentina.

No obstante, el escenario descrito, la gestión que desarrollamos en 2019, para las diferentes líneas de negocio, culminó con una utilidad neta de \$1.781,5 millones.

2.2 DESEMPEÑO ECONÓMICO DE LA COMPAÑÍA

Contenido GRI 201-1

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.

Las cifras se presentan en miles de pesos argentinos y surgen de los Estados Contables Individuales de Banco Hipotecario SA al 31 de diciembre de 2019, auditados por Price Waterhouse & Co. S.R.L.

Vale destacar que Banco Hipotecario SA 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.

Componente	Grupo de interés	Importe
Valor económico directo generado (VEG)		24.652,5
Ingresos	Clientes	24.652,5
Valor económico distribuido (VED)		22.553,3
Gastos operacionales	Proveedores	2.680,2
Salarios y beneficios para colaboradores	Colaboradores	4.119,8
Pagos a proveedores de capital	Accionistas y Proveedores de Crédito	13.985,2
Pagos a gobiernos	Gobierno	1.706,7

Inversiones en la comunidad	Comunidad	61,4
Valor económico retenido (VER) =VEG – VED		2.099,3
<i>Cifras en millones de pesos.</i>		

2.2.1 DIMENSIONES DE NUESTRA ORGANIZACIÓN

Contenidos GRI 102-7

	2019	2018	Variación
Cantidad de colaboradores	1.757	1.936	-9%
Cantidad de proveedores	1.377	1.356	2%
Activo (millones de pesos argentinos)	82.996,9	79.961,7	4%
Pasivo (millones de pesos argentinos)	71.596,3	70.162,9	2%
Patrimonio Neto (millones de pesos argentinos)	11.400,6	9.798,8	16%
Cantidad de cuentas corrientes	26.167	42.540	-48%
Cantidad de cajas de ahorro	795.389	816.426	-3%
Cantidad de tarjetas de crédito	829.181	769.255	8%

Datos correspondientes a Banco Hipotecario SA (no incluye subsidiarias).

2.3 CADENA DE VALOR

2.3.1 PROVEEDORES

Contenido GRI 102-9

Nuestros proveedores son una parte fundamental de nuestra cadena de valor y, por ello, la instancia de evaluación, previo a su contratación, es fundamental para seleccionar a aquellos que compartan los valores y la forma de trabajo del Banco. Este proceso de selección y contratación se realiza con plena transparencia, monitoreando que aquellos que sean elegidos cumplan con la legislación laboral, previsional y con la ley que prohíbe el trabajo infantil.

La Política de Compras y Contrataciones, y Manuales de Procedimiento enmarca y estipula los lineamientos para gestionar estas operaciones. Durante el proceso de contratación, mantenemos informados a todos los proveedores que participan de la selección de forma igualitaria, mediante una comunicación fluida y cercana a través de reuniones, contacto telefónico y correos electrónicos. Siempre solicitamos a los proveedores información sobre los servicios que prestan y antecedentes de prestaciones a otros clientes. Previamente a la contratación, realizamos un control de documentación, mediante el cual corroboramos que cumpla sus obligaciones como empleador y como contribuyente. 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 ser el no pago de aportes jubilatorios, ingresos brutos, etc.).

A LOS PROVEEDORES QUE NO CUENTEN CON UNA POLÍTICA ANTICORRUPCIÓN PROPIA, SE LES EXIGE SU ADHESIÓN A LA POLÍTICA DE ANTICORRUPCIÓN DEL BANCO. A SU VEZ, SE LES SOLICITA DECLARAR SI CUENTAN CON UN PROGRAMA DE INTEGRIDAD EN LOS TÉRMINOS DE LOS ARTÍCULOS 22 Y 23 DE LA LEY 27.401 (RESPONSABILIDAD PENAL APLICABLE A LAS PERSONAS JURÍDICAS PRIVADAS).

Respecto de aquellos servicios que son prestados en nuestras instalaciones y que dependen de proveedores, también controlamos la documentación y el pago de los debidos aportes, verificando que cumplan con la legislación vigente. Este control está tercerizado en empresas que, mensualmente, verifican el cumplimiento de las obligaciones previsionales y fiscales. Ante la detección de deficiencias o la falta de documentación, intimamos al proveedor para que regularice la situación.

Volumen de compras	2019	2018
Proveedores nacionales (millones de pesos argentinos)	6.291,2	3.666,2
Proveedores extranjeros (dólares estadounidenses)	464.063	9.601.760

Cantidad de proveedores	2019		2018	
	Q	%	Q	%
Proveedores nacionales	1.353	98%	1.338	99%
Proveedores extranjeros	24	2%	18	1%

2.3.2 CLIENTES

Durante 2019, en el ámbito de la Banca Minorista, continuamos profundizando y fidelizando la relación con la cartera de clientes. Nuestras prácticas se orientaron en fortalecer el posicionamiento en el mercado del Banco por medio del ofrecimiento continuo de los productos, a través de la red de sucursales y canales indirectos propios, el uso intensivo de herramientas de inteligencia comercial para la venta y la gestión de clientes. A su vez, trabajamos en la reducción de los tiempos de aprobación y la orientación de los sistemas y procesos al cliente.

En aspectos de Inteligencia Comercial, perfeccionamos los modelos predictivos, que permiten calcular, para cada cliente del Banco, la probabilidad de adquisición de ciertos productos. En aspectos de *Data Base Marketing*, trabajamos en el agrupamiento de clientes o poblaciones para generar un impacto con las campañas para estimular las ventas, utilizando los modelos predictivos desarrollados por Inteligencia Comercial y añadiendo las necesidades del negocio como variable de asignación. De estos grupos, se alimentan las campañas de e-mail, SMS, redes sociales y *telemarketing*.

EN 2019 REDEFINIMOS NUESTRA PROPUESTA DE VALOR PARA LOS DISTINTOS SEGMENTOS, PRIORIZANDO LA VISIÓN CENTRADA EN EL CLIENTE.

Respecto a la segmentación de la cartera minorista, profundizamos la estrategia de segmentación, priorizando la visión centrada en el cliente. A nivel propuestas de valor, redefinimos los abordajes para los siguientes segmentos *target*: (i) Plan Sueldo, (ii) Renta Alta y (iii) Personas Físicas con Actividad Comercial.

Segmento	Enfoque	Resultados del período
Búho Sueldo	Relanzamos la propuesta de valor del segmento Plan Sueldo, realizando un posicionamiento inicial en el mercado; además, lanzamos la submarca Búho Sueldo para identificar a los clientes del segmento.	<ul style="list-style-type: none"> • 27.776 altas de cápitás. • <i>Stock</i> de 66.529 cápitás activas a fin de 2019 (+ 6,8% versus diciembre de 2018).
Búho One	Con el objetivo de fidelizar y rentabilizar a los clientes de altos ingresos, desarrollamos una propuesta de alto valor acorde a las exigencias de este segmento. Lanzamos la submarca Búho One como el servicio diferencial a los clientes de renta alta que adquieran <i>Black</i> o <i>Platinum Pack</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • 7.259 altas de <i>Packs</i> Búho One. • Aumento del 70% en transaccionalidad en tarjetas de débito.
Búho Emprendedor	Personas humanas con actividad comercial. Con el objetivo de brindar una propuesta integral para las personas humanas con actividad comercial (Responsables Inscriptos o Monotributistas), lanzamos el segmento de Negocios y Profesionales. Actualmente, estos clientes ya cuentan con más beneficios y mejores opciones para el desarrollo de su actividad.	<ul style="list-style-type: none"> • 2.319 altas de <i>Packs</i> Búho Emprendedor.

2.3.2.1 EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Desde el sector “Experiencia del cliente”, continuamente, nos desafiamos para conocer en profundidad el *feedback* de nuestra cartera de clientes y traducirlos en mejoras concretas en los productos y servicios ofrecidos. Durante 2019, conocimos la voz de más de 80.000 clientes a través de las Encuestas, *Focus Group*, Vistas a las sucursales y *Mystery Shopping*, entre otros. Esto nos permitió profundizar sobre las expectativas y las necesidades que tiene nuestra cartera de clientes y, a raíz de esto, establecimos planes de trabajo con diferentes áreas (Producto, Canales Digitales, *Contact Center*, Red de Sucursales), para potenciar la fidelización de los clientes.

Medición *Net Promoter Score (NPS)*

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.

Resultados 2019		2019
Presencial	NPS de la Red de Sucursales	21%
	NPS General Banco	11,5%
No presencial	ATM	44%
	<i>Home Banking</i>	65%

	TASI	46%
	<i>Mobile Banking</i>	65%
	Búho Bank	51%
	<i>Contact Center</i>	46%

Como un hito en el Banco Hipotecario, incorporamos el NPS dentro de la fórmula de cálculo de la remuneración anual en concepto de Bono 2019, cuyo esquema de cumplimiento se compone por el resultado promedio de dos variables: Resultado neto Banco Hipotecario y NPS. Adicionalmente, para La Red de Sucursales, se aplicó un esquema similar en la remuneración variable.

Para profundizar aún más en las causas que generan insatisfacción en nuestra cartera de clientes, implementamos una nueva práctica con la Red de Sucursales, “Gestión integral de detractores”, donde compartimos, semanalmente, la nómina de clientes que dejaron calificaciones negativas de NPS (exclusivamente por la “calidad de atención” recibida en la sucursal). El gerente, como máxima autoridad de la plaza, 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 surja. Durante 2019, se gestionaron 491 detractores.

Medición de Voz de Nuestra Cartera de Clientes

Realizamos 4 *Focus Group* para los siguientes segmentos comerciales: Plan Sueldo, Renta Alta, Negocios y Profesionales y HML. En los encuentros, también participaron los gerentes del *Staff* Gerencial como clientes ocultos, para conocer –de primera mano– las necesidades y las expectativas de los clientes.

Este año continuamos realizando *Mystery Shopping*, para evaluar la experiencia y la calidad de atención que perciben los clientes en nuestra Red de Sucursales; también, para relevar de manera integral el estado edilicio y de imagen de cada una de las Sucursales. En total, se realizaron 250 visitas a toda la Red.

Implementación de Protocolo de Calidad de Servicio

En el tercer cuatrimestre del año, se desplegó el “Protocolo de Calidad de Servicio” en toda la Red de Sucursales, cuyo estándar define los lineamientos y brinda una guía para dar la mejor atención a nuestra cartera de clientes, ofreciendo un servicio único y diferencial en cada contacto. También, contribuye a las competencias definidas a nivel organizacional, en especial, “Cliente en el centro”. El “Protocolo de Calidad de Servicio” se elaboró en formato gráfico y a través de *e-learning*.

Experiencia del Cliente en Transformación Digital

Participamos en la etapa de *Discovery* en la Transformación Digital del primer proyecto del Banco, “Compra tu hogar”. Su objetivo principal es generar el *on-boarding* digital de un crédito hipotecario, ofreciendo un servicio ágil a nuestra cartera de clientes durante el proceso de adquisición de la vivienda. Realizamos entrevistas individuales con clientes, prospectos y colaboradores del *front-line* del Banco, para conocer fortalezas y oportunidades de mejora de nuestro proceso vigente.

Base de Conocimiento de Microsoft

Para mejorar la experiencia de los clientes, implementamos la nueva Base de Conocimiento de *Microsoft Dynamics*, un canal disponible las 24 horas, que permite a los clientes acceder rápidamente a la información. A través del portal web, los clientes que visitan la página pueden consultar sobre los productos y servicios,

dejando comentarios y sugerencias; también, pueden calificar los artículos, permitiendo, de esta forma, mejorar la experiencia y la comunicación con clientes y no clientes a través de canales no asistidos. El conocer cuáles son las tendencias de búsqueda más frecuentes de los clientes propicia la construcción de contenidos relevantes y de calidad, con un lenguaje que se adapta a este. No solo se trata de dar respuestas, sino también de hacerlas fácilmente accesibles y útiles para quien tiene necesidad de información; en ese ámbito, fueron vistos más de 570.000 artículos.

Atención de Clientes

En relación con la atención de clientes, durante 2019, en el centro de contactos se atendieron 1.200.000 llamadas telefónicas, 117.000 mails y 165.000 interacciones vía redes sociales (Facebook y Twitter). Como consecuencia de estos contactos y la encuesta de satisfacción que se realiza luego de cada llamada, la voz de los clientes indicó:

MÁS DE UN MILLÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS

73% MANIFESTÓ QUE SE ENCUENTRA SATISFECHO O MUY SATISFECHO CON LA ATENCIÓN GENERAL DEL BANCO.

92% SE MANIFESTÓ SATISFECHO O MUY SATISFECHO CON EL TRATO RECIBIDO POR EL ASESOR.

69% SE MANIFESTÓ SATISFECHO O MUY SATISFECHO RESPECTO DEL TIEMPO DE ESPERA.

84% MANIFESTÓ HABER RECIBIDO SOLUCIÓN A SU INQUIETUD EN ESA LLAMADA.

3 LA SUSTENTABILIDAD EN BANCO HIPOTECARIO

Aspectos Materiales Empleo de Calidad / Inclusión, Diversidad y Equidad de Género / Salud y Seguridad Ocupacional
Contenidos GRI 102-29

Somos una de las instituciones más tradicionales del sistema financiero argentino y, como actores activos de la banca universal, buscamos contribuir al desarrollo social.

Nuestras acciones de sustentabilidad están orientadas a contribuir con inversión en educación, gestión del suelo urbano, inclusión, asistencia directa y fortalecimiento de la ciudadanía. Estas son aprobadas y monitoreadas anualmente por el Comité de Asuntos Sociales e Institucionales. Este se basa en la construcción de vínculos duraderos con individuos, familias y organizaciones sociales, atendiendo al contexto macroeconómico, relevando necesidades y facilitando recursos, productos y servicios.

Nuestro compromiso con los proyectos sociales nos ha conducido a determinar que para 2020 se destinen entre un 3% y un 5% de las utilidades netas del Banco a proyectos sociales, focalizando aquellos especializados en educación e inclusión. A su vez, buscamos contribuir a la implementación de programas que acerquen herramientas para impulsar la empleabilidad en todo el territorio nacional.

Todas nuestras acciones y 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.

El Programa Unidos para Dar continuará desarrollándose a lo largo de todo el año, acercando materiales a organizaciones de la sociedad civil de todo el país y empoderando a nuestro capital humano en su relacionamiento con estas. De esta manera, el voluntariado interno se constituye en un pilar fundamental de la cultura organizacional.

Se continuará acompañando proyectos dedicados a la capacitación profesional, al desarrollo de becas escolares para docentes y el alumnado y al mejoramiento de infraestructura de diversas escuelas del país. Asimismo, seguiremos colaborando con aquellas ONG focalizadas en la inclusión social, mediante programas de inserción laboral y con las que garanticen condiciones de alimentación, salud y habitacionales dignas.

Se implementará la última etapa del *ranking* de la gestión municipal del suelo urbano, a partir de la cual TECHO y RIL concretarán el relevamiento territorial y, sobre la base de la información obtenida, se reconocerán buenas prácticas y se promoverá la implementación de mejoras en la gestión de algunos municipios.

Siendo coherentes con la implementación de procesos de mejora continua, se evaluarán propuestas de actualización de los sistemas de análisis de riesgo, para incorporar mediciones de impacto socioambientales.

3.1 RELEVAMIENTO DE GRUPOS DE INTERÉS

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

Nuestro Banco opera en un ecosistema en donde participan distintos grupos de interés, tanto internos como externos. Analizar, identificar y clasificar a los grupos que se ven afectados, y que afectan al habitual ejercicio las operaciones y actividad del Banco, resulta fundamental para definir los lineamientos estratégicos de sustentabilidad.

A partir de los lineamientos de la guía AA1000SES de *Accountability*, llevamos adelante un sistema de análisis que abarca determinadas dimensiones (por responsabilidad, influencia, cercanía, dependencia y representación) para identificar a los principales grupos de interés.

Entendemos el desarrollo sostenible como un esfuerzo colectivo por satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. En este sentido, la construcción de conversaciones relevantes con nuestros grupos de interés es clave en la definición de la materialidad del Banco y el desarrollo de una gestión sustentable.

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

3.2 EVALUACIÓN DE IMPACTO SOBRE LOS ODS

Los estados miembros de la ONU aprobaron una nueva Agenda Global conformada por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), para ser alcanzados en 2030. Los aportes y los impactos que el sector privado pueda generar son imprescindibles para el logro de las metas definidas. Desde Banco Hipotecario, hemos comenzado un proceso de análisis para determinar nuestras posibilidades de contribución a la Agenda 2030 que ha definido el mundo.

En esta primera etapa, hemos utilizado como referencia la herramienta *SDG Compass*, para analizar internamente los 17 objetivos y el total de las 169 metas. A su vez, hemos considerado las definiciones del Sector Financiero local e internacional sobre el tema y la opinión de nuestros principales grupos de interés. Como resultado, en esta instancia, identificamos como relevantes los siguientes objetivos:



3.3 ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Contenidos GRI 102-21, 102-44

El análisis de materialidad es un elemento sumamente relevante a la hora de delinear nuestra gestión de sustentabilidad y, a la vez, de definir los contenidos del Reporte de Sustentabilidad. Este análisis incluye la identificación de 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.

La perspectiva de los distintos Grupos de Interés es parte fundamental de este proceso y, para ello, llevamos adelante una Encuesta *On-line* de Materialidad, dirigida a nuestros principales grupos de interés (tanto internos como externos). Con esta encuesta, buscamos identificar y priorizar los temas relevantes para Banco Hipotecario, que resultaron en el siguiente listado:

Tema Material	Capítulo	Vinculación con Estándar GRI	ODS
Anticorrupción y cumplimiento normativo	Gobierno Corporativo	Anticorrupción	ODS 16
Acceso a la vivienda	Somos Banco Hipotecario	Indicadores Propios	ODS 9 - 11
Inversión social en la comunidad	Desempeño Social y Ambiental	Comunidad Local	ODS 4
Salud y seguridad ocupacional	Desempeño Social y Ambiental	Salud y Seguridad en el Trabajo	ODS 8
Gobernanza, ética y transparencia	Gobierno Corporativo	Gobernanza Ética e Integridad	ODS 12 -17
Educación	Desempeño Social y Ambiental	Comunidad Local	ODS 4

Gestión de residuos	Desempeño Social y Ambiental	Efluentes y Residuos	ODS 11
Derechos Humanos	Desempeño Social y Ambiental	No Discriminación Evaluación de los Derechos Humanos	ODS 5 - 8
Microcréditos	Perfil de la Empresa	Indicador Propio	ODS 9 - 11
Seguridad de la información/Ciberseguridad	Gobierno Corporativo	Privacidad del Cliente	ODS 16
Desempeño económico de la Compañía	Nuestra Estrategia de Negocio	Desempeño Económico	ODS 9 - 11 -17
Empleo de calidad	Desempeño Social y Ambiental	Empleo	ODS 8
Inclusión, diversidad y equidad de género	Desempeño Social y Ambiental	Diversidad e Igualdad de oportunidades	ODS 5 - 8
Agua y efluentes	Desempeño Social y Ambiental	Agua y Efluentes	ODS 11
Experiencia del cliente (relacionamiento y satisfacción)	Nuestra Estrategia de Negocio	Indicador propio	ODS 9
Inclusión financiera	Desempeño Social y Ambiental	Comunidad Local	ODS 4
Formación y desarrollo del personal	Desempeño Social y Ambiental	Formación y Educación	ODS 8

3.4 ALIANZAS E INICIATIVAS

Contenidos GRI 102-12, 102-13

La cooperación y el diálogo es parte de nuestra gestión. 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
- IDEA
- AMCHAM (Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la República Argentina). Miembros desde 2016

Protocolo de Finanzas Sostenibles

El 27 de noviembre de 2019, reforzamos nuestro compromiso con el sistema financiero argentino a través de la firma del Protocolo de Finanzas Sostenibles, en la Asociación de Bancos Privados de Capital Argentino (ADEBA). Este documento, que cuenta con el aval de ABA, ABAPRA, BID Invest y Vida Silvestre, tiene por objetivo comenzar a construir una estrategia de finanzas sostenibles en la industria bancaria.

Este Protocolo funciona como un acuerdo marco y guía para el sector financiero para la implementación de las mejores prácticas y políticas internacionales, que promuevan una integración entre los factores económico, social y ambiental, en pos del desarrollo sostenible de la industria. Mediante la firma del protocolo, todos los

signatarios nos comprometemos a trabajar en cuatro ejes estratégicos: i) desarrollar políticas internas para implementar estrategias de sostenibilidad; ii) crear productos y servicios financieros para apoyar el financiamiento de proyectos con impacto ambiental y social positivo; iii) optimizar los actuales sistemas de análisis de riesgo con foco medioambiental y social y iv) promover una cultura de sostenibilidad.

3.5 PREMIOS Y 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 Desarrollos Urbanísticos: ISO 9001:2015, en el servicio que el Banco presta en su función de fiduciario del Programa PRO.CRE.AR.
- 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.
- Sector Protección de Activos de Información: ISO 27001:2015.

EN 2019 RECIBIMOS EL “PREMIO LIDE TECNOLOGÍA 2019”

Fuimos distinguidos por el Grupo de Líderes Empresariales de Argentina (LIDE) en el II Fórum Nacional de Tecnología por la implementación de la arquitectura de APIs y Microservicios a escala, que permitió el *on-boarding* digital mediante la plataforma www.buhobank.com.ar. Este lanzamiento nos convirtió en la primera entidad financiera con un canal 100% *on-line* de alta de clientes, con validación biométrica de identidad en línea y con el aval del Registro Nacional de las Personas.

3.6 PARÁMETROS DEL REPORTE

ESTÁNDARES GRI 102-45 102-46, 102-47, 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 conformidad con los Estándares de *Global Reporting Initiative (GRI)*, opción esencial y abarca el período anual comprendido entre el 1 de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2019. El último reporte publicado fue el Reporte 2018. Este documento contempla las operaciones de Banco Hipotecario SA y no posee verificación externa.

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

No se ha identificado la existencia de modificaciones significativas en el alcance o en la cobertura respecto al Reporte de Sustentabilidad 2018. En cuanto a la reformulación de la información respecto de años anteriores, Banco Hipotecario está reportando por primera vez bajo Estándares GRI, ya que el anterior reporte se realizó bajo G4.

Los cambios significativos en lo que respecta a la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la Organización son mencionados en el capítulo de Perfil.

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

4 GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA E INTEGRIDAD

Aspectos Materiales Gobernanza, ética y transparencia, Anticorrupción y Cumplimiento normativo, Seguridad de la Información

4.1 GOBIERNO CORPORATIVO

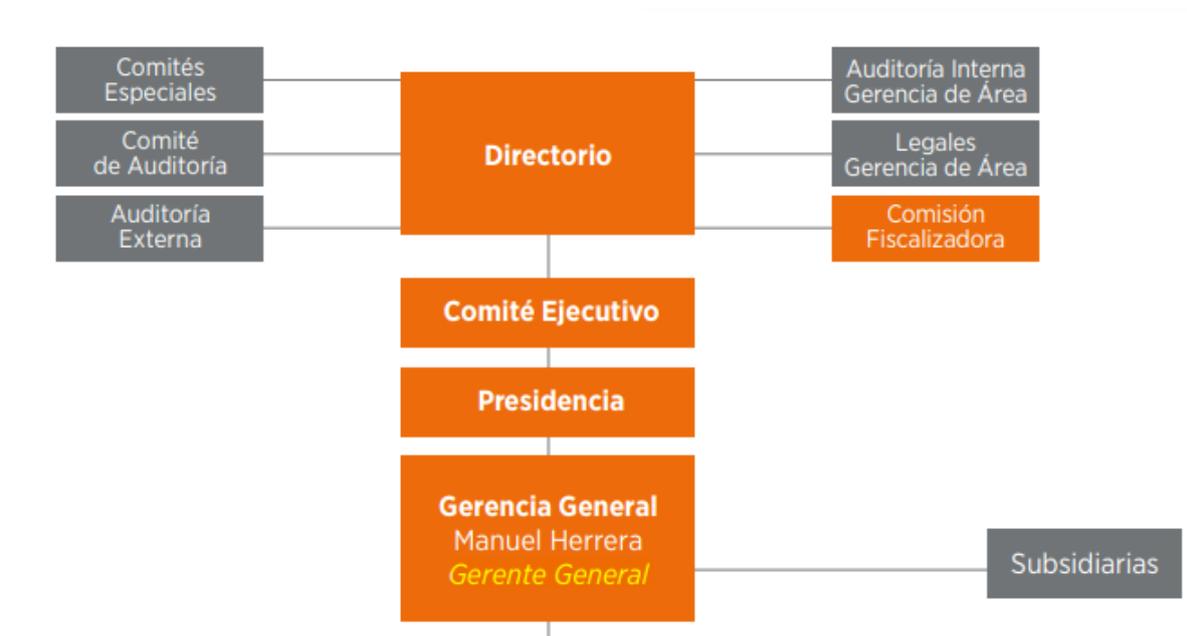
Contenidos GRI 102-18, 102-19, 102-23, 102-24, 102-25, 102-26, 102-27, 102-28, 102-35, 102-36, 102-37

En Banco Hipotecario disponemos de un Directorio integrado por 13 miembros, con amplia experiencia en finanzas corporativas y cuyas cualidades profesionales resultan relevantes para el perfil del Banco.

Los miembros del Directorio son designados por las distintas clases de accionistas, según el siguiente esquema: dos designados por la clase de acciones “A”, uno por las “B”; uno por las “C” y nueve por las “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. El Presidente y el Vicepresidente de la Sociedad son designados entre los Directores de esta clase “D”.

La gestión de los negocios ordinarios está a cargo de un Comité Ejecutivo, constituido por Directores de clase “D”, en conjunto con el Gerente General, responsable de la dirección integral de la Organización. Junto con un equipo de altos ejecutivos, el Gerente General define objetivos, políticas, procedimientos y resultados que deben ser alcanzados, con una visión de largo plazo.

Anualmente, el Directorio del Banco instrumenta y aprueba su “Plan de Negocios y Proyecciones”, para cumplir con el plan estratégico sobre el cual debe desenvolverse. El mencionado plan queda bajo implementación operativa de sus líneas gerenciales y el monitoreo de su cumplimiento queda en cabeza del Directorio, a través de los indicadores que se presentan mensualmente en el tablero de control.



Conformación del Directorio	2020	2019	2018
Sexo			
Femenino	14% (2)	8% (1)	- (0)
Masculino	86%	92%	100%
Rango Etario			
<30 años	-	-	-
Entre 30 y 50 años	14%	-	-
>50 años	86%	100%	100%

Directorio vigente (año 2020)

Apellido	Nombre	Cargo	Mandato	Edad
Elsztain	Eduardo Sergio	Presidente	06/05/2020 - 31/12/2021	60
Zang	Saúl	Vicepresidente 1º	06/05/2020 - 31/12/2021	74
Cleri	Lisandro Pablo	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2020	39
Susmel	Francisco Guillermo	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	62
Ruete	Rodrigo María	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2020	42
Viotti	Rogelio Pedro	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021	68
Itúrriz	Ada Rosa del Valle	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021	74
Wior	Mauricio Elías	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021	74
Viñes	Ernesto Manuel	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	86
Reznik	Gabriel Adolfo Gregorio	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	62
Dreizzen	Jacobo Julio	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	65
Vergara del Carril	Pablo Daniel	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021	55
Pisula	Carlos Bernardo	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021	72
Zylberlicht	Nora Edith	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	68

Directorio (año 2019¹)

Apellido	Nombre	Cargo	Mandato	Edad
Elsztain	Eduardo Sergio	Presidente	09/04/2018 - 31/12/2019	60
Zang	Saúl	Vicepresidente 1º	09/04/2018 – 31/12/2019	74
Susmel	Francisco Guillermo	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	62
Jure	Juan Rubén	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	52
Recalde	Fernando	Director Titular	09/04/2018 - 31/12/2019	56
Lanfranco	Martín Juan	Director Titular	09/04/2018 – 31/12/2019	54
Wior	Mauricio Elías	Director Titular	09/04/2018 – 31/12/2019	64
Viñes	Ernesto Manuel	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	76
Reznik	Gabriel Adolfo Gregorio	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	62
Dreizzen	Jacobo Julio	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	65
Vergara del Carril	Pablo Daniel	Director Titular	09/04/2018 – 31/12/2019	55
Pisula	Carlos Bernardo	Director Titular	09/04/2018 – 31/12/2019	72
Zylberlicht	Nora Edith	Director Titular	10/04/2019 - 31/12/2020	68

Evaluación

El Presidente del Directorio, en este caso, con asistencia de la Gerencia de Cumplimiento Normativo que integra la Gerencia de Área Legal del Banco, anualmente, lleva adelante el proceso de autoevaluación del Directorio. Dicho proceso cuenta con dos niveles de evaluaciones, uno global y otro individual. El global lo llevan adelante los directores 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.

¹ En 2019 se encontraba vacante el cargo de Director de Clase “A”.

Capacitación

Anualmente, el Presidente y la Gerencia de Área Legal (Gerencia de Cumplimiento Normativo y Secretaría General del Directorio) organizan la asistencia de los directores a conferencias y disertaciones de economistas y de especialistas en actividades bancarias, mediante el desarrollo de programas de entrenamiento. Estos se realizan tanto en forma interna como externa, a los fines que se mantengan actualizados sobre temas de la industria y, así, a través de las mencionadas actividades de capacitación, les den elementos de conocimiento para cumplir adecuadamente con sus funciones. Asimismo, en cada reglamento de Comité que integran los directores, se menciona que estos deben capacitarse en los temas relacionados con las funciones del cada Comité y en el conocimiento del Banco y sus negocios.

Los temas tratados en las capacitaciones realizadas durante 2019 fueron los siguientes: Normas Internacionales Financieras de Contabilidad y Ajuste de Inflación de Estados Financieros.

Nombramiento

El Banco no cuenta con un Comité de Nominaciones que busque contar 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, atento a que el Directorio de la Sociedad –de conformidad con la Ley de Privatización del BHN (Ley 24.855) y el Estatuto Social– establece que la elección de sus integrantes 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, buscan 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.

Remuneración

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.

Asimismo, en materia de remuneraciones al Directorio, el artículo 14 del Estatuto Social establece lo siguiente:

- Miembros no ejecutivos: las funciones de los miembros no ejecutivos del Directorio serán remuneradas según lo resuelva, anualmente, la asamblea general ordinaria en forma global, y se repartirá entre ellos en forma igualitaria y entre sus suplentes en proporción al tiempo que reemplazaron en forma definitiva a los titulares.
- Miembros ejecutivos: el Presidente y demás directores de la sociedad, que cumplan funciones gerenciales, técnico-administrativas o comisiones especiales recibirán una remuneración por dichas funciones o comisiones de nivel acorde con el vigente en el mercado, que será fijada por el Directorio, con abstención de los nombrados y estarán sujetas a la ratificación de la Asamblea.
- Miembros del Comité Ejecutivo: los Directores integrantes del Comité Ejecutivo, que desempeñen las tareas previstas por el artículo 19 del estatuto social, percibirán un componente retributivo equivalente a la suma que resulte de deducir del monto máximo previsto en el punto siguiente.

Conflicto de interés

El Código de Gobierno Societario y el Código de Ética establecen la política a 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 resolver la cuestión planteada.

4.1.1 COMITÉS DEL DIRECTORIO
Contenidos GRI 102-20, 102-23, 102-31, 102-32, 102-33

Existen trece comités especiales del Directorio para la toma de decisiones específicas, con las participaciones de áreas afines. Cada Comité cuenta con un reglamento de funcionamiento. 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 y, sobre la base de los antecedentes de cada uno de ellos y junto a sus deliberaciones, los directores 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.

En cuanto 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 los directores en dicha función no debe ser coincidente entre sí, de tal manera que el Comité siempre se encuentre integrado, al menos, por un Director con experiencia y conocimiento en la materia.

Comité	Función	Integración
Ejecutivo	Supervisa el giro ordinario de los negocios del Banco. Período: Mínimo de 2 años, siempre que su mandato no expire antes, pudiendo ser reelegidos indefinidamente en esas condiciones.	Entre 5 y 9 directores.
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.	Entre 3 y 7 directores titulares, y por el responsable máximo de la Auditoría Corporativa.
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.	Mínimo 2 directores titulares, uno de ellos, el oficial de cumplimiento titular y el otro, el oficial de cumplimiento suplente. Asimismo, está integrado por el Gerente de prevención y control de lavado de dinero y financiación del terrorismo, y por un funcionario de máximo nivel con experiencia y conocimientos en las operaciones de intermediación financiera y en riesgos integrales.
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.	De 2 a 5 directores titulares, el responsable máximo de sistemas y el máximo responsable de seguridad informática, junto a otros

		responsables considerados necesarios en relación con la temática del Comité.
Crédito	Tiene a su cargo establecer el límite de exposición crediticia del Banco con sus clientes.	De 3 a 7 directores titulares, el Gerente General y los responsables máximos de riesgo de crédito.
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.	De 3 a 7 directores titulares, el Gerente General y el responsable máximo del desarrollo organizacional.
Gestión de Riesgos	Vigila los riesgos a los cuales se encuentra expuesta la Entidad, siendo 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.	De 3 a 5 directores titulares, el Gerente General y el responsable máximo de la gestión de riesgos, y otros responsables que se consideren necesarios en relación con la temática del Comité.
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.	Integrado por el número de directores titulares que resuelva el Directorio, entre un mínimo de 3 y un máximo de 5 directores, de los cuales, al menos, uno reviste la condición de independiente.
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.	Mínimo de 3 directores titulares y un máximo de 7 directores titulares.
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.	De 3 a 7 directores titulares, el Gerente General y los responsables máximos de finanzas, de mesa de dinero, de riesgo de mercado, y otros responsables necesarios en relación con la temática del Comité, quienes participan con voz pero sin voto
Asuntos Sociales e Institucionales	Su misión está relacionada con la imagen e inserción del Banco en la sociedad en su	De 2 directores titulares y un máximo de 5 directores titulares, y el responsable máximo de relaciones

	conjunto, en el marco de la responsabilidad social empresaria.	institucionales y con la comunidad, y otros responsables que se consideren necesarios en relación con la temática del Comité, quienes participan en sus reuniones con voz pero sin voto.
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.	Un miembro del Directorio y las Gerencias que representan la funcionalidad de Cumplimiento Normativo, de Riesgo Operacional y de Asesoría Legal.

En cuanto al **Comité de Asuntos Sociales e Institucionales**, en la actualidad, está integrado por el Presidente del Banco, el Director en representación del Estado Nacional, el Gerente General y el Gerente de Área de Relaciones Institucionales. Este Comité se reúne anualmente y es el encargado de desarrollar, aprobar y monitorear las acciones relacionadas a inversión social y comunidad. Dentro de los hechos sobresalientes del año, vale destacar la incorporación del análisis de contribución a ODS al Reporte de Sustentabilidad; el sostenimiento del programa unidos para dar, haciendo foco, principalmente, en la asistencia directa y, por ende, en la donación de materiales de primera necesidad y alimentos no perecederos; la aprobación de un fondo especial para acompañar proyectos culturales a través de la Ley de Participación Cultural, bajo la figura de patrocinadores y la aprobación de la instancia de premiación para el proyecto *Ranking* Municipal de Gestión de Suelo Urbano.

4.2 MARCO REGULATORIO

Contenidos 102-16

Todos nuestros productos, servicios y operaciones se rigen por la normativa del BCRA, de la CNV y por nuestro Código de Gobierno Societario, que contempla, a su vez, el Código de Ética, el Código de Prácticas Bancarias y el Código de Conducta de Agente de Liquidación y Compensación Integral.

Estas normas implican responsabilidades en el modelo de atención, en la accesibilidad y en la gestión de todas las consultas y los reclamos de clientes y no clientes. Estas gestiones se apalancan en un sistema, donde registramos secuencialmente y centralizamos históricamente todas las consultas, los pedidos y los reclamos de cada cliente, de donde extraemos información estadística para generar los diferentes reportes y controles. A la par, este registro estadístico se utiliza como fuente de información exhaustiva y oportuna para mejorar nuestros procesos y productos.

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.

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, a su vez, adhiere al Código de Protección al Inversor del Mercado Abierto Electrónico.

Durante 2019, en materia de Usuarios del Sistema Financiero, regulado por el BCRA o sobre el Código de Prácticas Bancarias, no registramos reclamos de incumplimiento.

4.3 VISIÓN Y MISIÓN

Contenidos 102-16

Formular 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.

VISIÓN:
HACER QUE NUESTROS CLIENTES SEAN DUEÑOS DE SUS VIDAS.
MISIÓN:
SER UNA COMPAÑÍA DE SERVICIOS FINANCIEROS Y DE GERENCIAMIENTO DE PROYECTOS CONSTRUCTIVOS; SIMPLE, INCLUSIVA Y CONTEMPORÁNEA.

4.4 CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA

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

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.

Nuestros principios están relacionados con temas tales como: el trato de los colaboradores del Banco y solicitantes de empleo; la seguridad en el trabajo; el sistema de sanciones y los integrantes del Banco con capacidades diferentes. A su vez, el Código establece las siguientes normas de ética fundamentales:

Normas de ética fundamentales

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

Por medio del Comité de Ética de Directores y de Personal, que instrumenta el Código de Ética, y a través de sus integrantes, se promueve, monitorea y se hacen cumplir los principios y los lineamientos enunciados en el mencionado Código.

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.

La intención de la Dirección del Banco es cumplir y hacer cumplir las normas que conforman este Código, que son de aplicación en todo el territorio nacional, pero no afecta las disposiciones legales obligatorias en ninguna

jurisdicción. Extendemos la prohibición de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias a los vendedores, profesionales y otros proveedores de bienes y servicios con los que trabajamos.

Periódicamente, revisamos y actualizamos el contenido de nuestro Código, que es accesible y de público conocimiento para nuestro capital humano. Por lo tanto, cada integrante recibe un ejemplar con una declaración de su lectura y conocimiento al momento de hacer su ingreso al Banco. Además, 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 Ética: <https://www.hipotecario.com.ar/nosotros/nueva-linea-etica/>

El cumplimiento de nuestro Código está asegurado por el Comité de Ética, órgano integrado por diferentes representantes del Banco, quienes analizan y dan respuestas a las consultas y/o denuncias presentadas por los colaboradores.

Asimismo, el Código declara que los alienta para que informen al Comité casos de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias. Toda situación se aborda de manera inmediata y confidencial, y se notifica al informante sobre su resolución. Cada caso es tratado de manera confidencial por el Comité y bajo 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.

Contamos con distintos canales de comunicación confidenciales y administrados por un tercero, que posibilitan a nuestra nómina de colaboradores realizar consultas o denuncias sobre el incumplimiento de nuestro Código de Ética, es decir, sobre cualquier tipo de abuso, discriminación o inconveniente en el ámbito laboral. Actualmente, la administración está a cargo de la empresa KPMG.

NUESTRA LÍNEA ÉTICA ES UN CANAL DE COMUNICACIÓN ANÓNIMO, SEGURO Y CONFIDENCIAL, ADMINISTRADO POR UN TERCERO INDEPENDIENTE. ESTÁ DISPONIBLE PARA QUE TODAS LAS PERSONAS PUEDAN INFORMAR CUALQUIER TIPO DE IRREGULARIDADES.

Estos canales están disponibles las 24 horas, los siete días de 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).

A la línea de transparencia y al correo electrónico se suma el envío de un telegrama o la posibilidad de 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, que, a su vez, deriva las denuncias al Comité de Ética.

¿Cómo contactarse?

La Línea Ética cuenta con diferentes medios de comunicación habilitados:



Lineaeticabancohipotecario.lineaseticas.com



0800-222-3368



Lineaeticabancohipotecario@kpmg.com.ar



Correo Postal a Bouchard 710, 6to piso, Código Postal 1001, Buenos Aires, Argentina, dirigida a "KPMG – Línea Ética Banco Hipotecario".



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



Entrevistas personales

Durante 2019, 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 materia de revisiones del Código de Ética y Gobierno Societario, se registraron 6 sanciones sobre colaboradores por incumplimiento.

Capacitación y comunicación sobre aspectos relacionados con ética y anticorrupción

EL 92% DE LA NÓMINA (1.624) RECIBIÓ CAPACITACIÓN EN TEMAS DE ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN EN 2019.

Capacitación según Categoría Laboral	2019	2018
Alta Gerencia		
Total nómina	16	16
Total evaluados	10	10
% Evaluados	63%	63%
Gerentes		
Total nómina	99	114
Total evaluados	87	84
% Evaluados	88%	74%
Mandos Medios		
Total nómina	256	275
Total evaluados	237	246
% Evaluados	93%	89%
Analistas y Administrativos		
Total nómina	1.386	1.531
Total evaluados	1.290	1.374
% Evaluados	93%	90%

En 2019, el 100% del Directorio de la Sociedad recibió capacitación especializada sobre anticorrupción, en línea con la Ley de Responsabilidad Penal de las personas jurídicas.

	Capacitados	%
Casa Central	986 aprobados	96%
Red de Sucursales	638 aprobados	88%

- 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 no cuenten con una Política Anticorrupción propia, que deben adherir a nuestra Política en dicha materia, de manera que podamos asegurarnos su cumplimiento.

4.5 PREVENCIÓN Y CONTROL DE FRAUDES

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

En materia de prevención y control del fraude externo, durante 2019 se actuó sin afectar el nivel de productividad y los acuerdos de servicios internos convenidos. En consecuencia, en el año evitamos pérdidas por fraude externo en el orden del 0,73% (\$62 millones), sobre el monto de la originación total de productos activos del Banco, manteniendo, aproximadamente, los valores en relación con el mismo período 2018 (0,81%).

Las pérdidas evitadas se asocian, en primer lugar, a la prevención del fraude transaccional en tarjetas de crédito/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 \$1,8 millones, registrando un descenso del 33% en su valor monetario en relación con el mismo período del año anterior, y representando el 0,02% de la originación de productos activos del Banco.

Resulta importante destacar que el 97% de los fraudes se detectaron antes de la originación del producto activo solicitado por el prospecto.

Adicionalmente, se redefinieron los procesos de control del fraude transaccional automatizando alertas y dinamizando los perfiles de riesgo; se incluyeron herramientas de georreferenciación, lo que permitió mapear los “ataques” transaccionales y se trabajó dinámicamente con el proveedor de *On-boarding Digital*, para mejorar la herramienta y darle más robustez.

Asimismo, se continuó con el plan de capacitación para la prevención del fraude externo, capacitando (de forma presencial) a los colaboradores pertenecientes a sucursales y a los analistas de la gestión de alta de producto (GAP), manteniendo actualizado el módulo de capacitación *on-line* y emitiendo las alertas pertinentes, vinculadas a ataques de bandas con casuísticas específicas.

Durante 2019, entre los casos de operaciones sospechosas de clientes informados al Organismo de Control (Unidad de Información Financiera), 9 reportes (que representan el 1,84%) tenían relacionadas a 5 personas

expuestas políticamente. Más allá de lo expuesto, aún no se ha confirmado que estos se relacionen con hechos de corrupción comprobados.

En el período considerado, tampoco se reportaron casos de fraude interno. La Gerencia de Área de Auditoría Corporativa analizó los procesos de Prevención de Lavado de Dinero y Antifinanciamiento del Terrorismo, Código de Ética y Gobierno Societario. Respecto del Proceso de Prevención de Lavado de Dinero y Antifinanciamiento del Terrorismo, no surgieron casos de corrupción.

Por el tipo de monitoreo que se realiza desde la Unidad de Prevención de Lavado de Dinero sobre las operaciones de clientes y/o colaboradores, se garantiza el cumplimiento de las normas que rigen la actividad. Se procede a reportar a aquellos clientes que no pueden justificar sus operaciones y cerrar sus cuentas, para evitar la reiteración de maniobras de lavado.

Capacitación y comunicación

Durante 2019 se trabajó en profundidad en la actualización del curso normativo para toda la Organización. Además, continuamos desarrollando el programa de “Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo” para nuestro capital humano. Este programa establece las políticas y las acciones que deben cumplir nuestras 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, dando cumplimiento a la legislación y normas vigentes en la Argentina, y los estándares reconocidos internacionalmente en la materia. Dentro del programa, uno de los cursos centrales es “Prevención de Lavado de Dinero”, el cual se actualizó en 2019 de acuerdo con la normativa vigente.

EL 95% DE LA NÓMINA RECIBIÓ CAPACITACIÓN EN PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO EN 2019.

Capacitación según Categoría Laboral	2019	2018
Alta Gerencia		
Total nómina	16	16
Total evaluados	10	15
% Evaluados	63%	94%
Gerentes		
Total nómina	99	114
Total evaluados	87	98
% Evaluados	88%	86%
Mandos Medios		
Total nómina	256	275
Total evaluados	243	263
% Evaluados	95%	96%
Analistas y Administrativos		
Total nómina	1386	1531
Total evaluados	1321	1472
% Evaluados	95%	96%

En 2019 el Directorio no tuvo formación en PLD.

Capacitación según Unidad de Negocio

	Capacitados	%
Casa Central	1018 evaluados	99%
Red de Sucursales	643 evaluados	89%

- El Directorio, en su totalidad, toma conocimiento de las actas de comité de PPlayFT, donde se deja constancia de nuevas normas.
- Prevención de Lavado de Dinero: se comunicó al 100% de la nómina (1.757 colaboradores), a través de distintos canales: Intranet Banco Hipotecario, News Banco Hipotecario y Portal de Procesos.

4.6 GESTIÓN DE RIESGOS
Contenidos GRI 102-11, 102-15, 102-30

En Banco Hipotecarios contamos con un proceso integral para la gestión de riesgos, esto es, para identificar, evaluar, seguir, controlar y mitigar todos los riesgos significativos. Está en línea con las buenas prácticas en materia de gestión de riesgos y, en particular, con las disposiciones sobre lineamientos para la gestión de riesgos de las entidades financieras establecidas por el BCRA. Este proceso está orientado a que el Directorio y la Alta Gerencia se involucren y vigilen la gestión de todos los riesgos significativos, y a que comprendan la naturaleza y el nivel de riesgo asumido por la entidad y su relación con la suficiencia de capital.

Acciones específicas relacionadas con la política integral de riesgos:

- **Pruebas de estrés:** se realizaron nuevas pruebas integrales, incluyendo el tratamiento de las empresas subsidiarias, y se presentaron los resultados al Comité de Gestión de Riesgos y al Directorio. Adicionalmente, se realizaron pruebas individuales sobre los principales riesgos.
- **Tablero de control de riesgos:** se incorporaron nuevos indicadores sobre aspectos regulatorios y de capital económico, y se continuó desarrollando un tablero de indicadores para monitorear 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:** se desarrolló la metodología de cálculo para estimar el cargo por incobrabilidad sobre la base de modelos de pérdida esperada.

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 política 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, entre otras cosas, el lanzamiento de nuevos productos y/o servicios, con el objetivo de asegurar su aprobación por parte de Directorio y su posterior administración.

Respecto del lanzamiento de un nuevo producto o servicio, establece la obligatoriedad de elaborar un programa de producto y, de corresponder, un programa de crédito, así como de obtener la debida aprobación.

Los programas de producto son documentos en los que se expone (de modo estructurado y formal) toda la información relevante acerca del producto y/o servicio –con especial consideración de los aspectos relativos a rentabilidad y a los riesgos que comporta el producto o servicio–.

A su vez, los programas de crédito son documentos en los que se detallan las pautas establecidas para la gestión del riesgo de crédito en las distintas etapas del ciclo de créditos del producto.

- **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 precedentemente y, de manera pormenorizada, las metodologías de gestión de los riesgos de mercado y del riesgo de liquidez.

Estructura Organizacional

Contamos con unidades responsables de la gestión de cada uno de los riesgos significativos comprendidos en esta política.

- **Riesgo de Crédito Banca Minorista:** Incluye la gestión de los riesgos de concentración de activos de Banca Minorista y titulización por las exposiciones subyacentes.
- **Riesgo de Crédito Banca Mayorista:** Incluye la gestión de riesgo de crédito de contraparte y riesgo país, así como también el riesgo de concentración de activos de Banca Mayorista.
- **Riesgo de Mercado y Operacional:** Riesgo operativo, riesgo reputacional y riesgo de mercado, que abarca el riesgo de tasa de interés, precio y tipo de cambio y titulización.
- **Planeamiento, Presupuesto y Control de Gestión:** Riesgo estratégico.
- **Comité Financiero:** Riesgo de liquidez, comprende la gestión de riesgo de concentración de pasivos.
- **Unidad de Prevención y Control de Lavado de Activos:** Riesgo en la prevención contra lavado de activos y financiación al terrorismo.



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 mencionadas reportan a la Gerencia de Área Planeamiento y Control, que reporta al Gerente General. En cuanto al 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 de asesorar al Directorio sobre los riesgos de la Entidad. La conformación y las responsabilidades de los Comités se encuentran descritas en el Código de Gobierno Societario.

Dispositivos de gestión

El Banco dispone de procesos adecuados –viables, estables, eficientes y eficaces– para gestionar cada uno de los riesgos significativos comprendidos en esta política.

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

- **Estrategia de Riesgo:** Es un documento que se elabora anualmente, en ocasión de realizarse el Plan de Negocios y que pone de manifiesto el enfoque general del Banco para administrar el riesgo. El objetivo de la estrategia de riesgo consiste en definir, para cada uno de los principales riesgos del Banco, el nivel de tolerancia y la estrategia de gestión de riesgo. El nivel de tolerancia es un límite que se establece sobre uno o más indicadores, para determinar cuánto riesgo (de crédito, de tasa, etc.) está el Banco dispuesto a aceptar como máximo en la búsqueda de sus objetivos estratégicos (rentabilidad, crecimiento, valor, etc.), en el contexto definido en el Plan de Negocios.
- **Programa de Pruebas de Estrés:** Este programa consiste en una 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:** El Banco estableció 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 juzguen 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. A diferencia de la “pérdida inesperada”, que debe estar respaldada por capital económico, la “pérdida esperada” se encuentra implícita en el precio del producto (tasa de interés, comisiones, etc.), el que debe fijarse en función al riesgo y, por lo tanto, se encuentra cubierta por el resultado normal de explotación. En caso de que esto no sea así, también debe estar respaldada por capital.
- **Proceso de Evaluación Interna de Adecuación de Capital (IAC):** Es el conjunto de procesos y procedimientos implementados por el Banco, con el objetivo de asegurar que posee –tanto a nivel individual como consolidado– un adecuado nivel de capital para cubrir todos sus riesgos materiales y que cuenta, además, con una estrategia de mantenimiento de capital a lo largo del tiempo. Sobre este se efectúan pruebas de estrés para evaluar su suficiencia.
- **Sistemas de Información General:** Permite conocer y seguir la composición y las características de las exposiciones de manera oportuna y adecuada, de modo tal 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: (a) revise, en forma periódica, las políticas y las estrategias de gestión de riesgos, y la determinación de los niveles de tolerancia y (b) controle que los niveles gerenciales tomen los pasos necesarios para identificar, evaluar, monitorear, controlar y mitigar los riesgos asumidos. De acuerdo con esta estructura, los objetivos, las estrategias de gestión de riesgo y,

en general, los planes de negocio y el presupuesto de cada subsidiaria son aprobados por su Directorio, conformados por el Directorio del Banco y transmitidos desde los Directorios hacia los distintos niveles organizacionales de cada compañía. 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.

4.7 SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

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

El objetivo principal de la Jefatura de Ciberseguridad y Seguridad de la Información es proteger, asegurar y velar por la seguridad de la información en los procesos de negocio, sistemas y soportes que la almacenan, así como el manejo seguro de clientes y clientes internos, alineándonos con las metas y con los objetivos del negocio en un contexto de gobierno corporativo.

Estamos comprometidos con el cuidado del activo de la información en todas sus formas, sin discriminar en dónde se encuentren alojados (*Data Center* propios, de terceros, en dispositivos del cliente o servicios *cloud*), procurando su protección sobre la base del análisis de riesgo, promoviendo los principios de Cumplimiento, Control, Confidencialidad, Integridad y Disponibilidad.

En Banco Hipotecario nos regimos por un marco normativo –conformado por políticas, normas y procedimientos–, que tiene como fin de proteger los activos de información y asegurar su uso aceptable. Además, actualmente, la Organización está atravesando un proceso de digitalización, con el objetivo de efficientizar y racionalizar la utilización de medios impresos. Para lo mencionado anteriormente, se establece un conjunto de requisitos en concordancia a las 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.

En 2019 asumimos el desafío de alinear el negocio y las estrategias de ciberseguridad, y comenzamos a difundir el concepto “todos somos responsables de la seguridad”. En línea con este eje, en septiembre publicamos la Política de Ciberseguridad y Seguridad de la Información, haciendo un fuerte hincapié en los alcances de la ciberseguridad.

A su vez, en noviembre dictamos un Curso de DevOps, brindado por instructores de la división de *Cyber-Risk* de Deloitte, en el que participaron 50 colaboradores; en diciembre, ofrecimos el primer Taller de Ciberseguridad para padres, del que participaron 60 colaboradores.

Durante el año, 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.

5 DESEMPEÑO SOCIAL Y AMBIENTAL

5.1 COMUNIDAD DEL BANCO

Aspectos Materiales Empleo de Calidad / Inclusión, Diversidad y Equidad de Género / Salud y Seguridad Ocupacional / Derechos Humanos / Formación y Desarrollo del Personal

Contenidos GRI 102-8, 102-41, 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-2, 401-3, 405-1, 403-6, 406-1, 412-2

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 de nuestro capital humano. En este sentido, nos propusimos instalar una cultura orientada a la alta *performance* de nuestro personal, promoviendo la eficiencia, la productividad y la excelencia en los resultados. En este marco, se implementó el nuevo modelo de competencias, que permite responder a la actualidad del negocio e impulsar sus resultados; también, trabajamos con foco en el negocio desarrollando los ejes de Experiencia de Cliente, Proceso de Transformación, Planificación de Estructura e Inclusión y Diversidad.

POTENCIAMOS EN EQUIPO LOS OBJETIVOS DE NEGOCIO. BUSCAMOS ALCANZAR RESULTADOS SUPERADORES, GENERANDO VALOR Y BRINDANDO SIEMPRE LA MEJOR EXPERIENCIA A NUESTRA CARTERA DE CLIENTES.

Competencias del Banco		
Agilidad	Orientación a Resultados	Visión de Negocio
Mejora Continua y Calidad	Cliente en el Centro	Redes de Colaboración

Al 31 de diciembre de 2019, el Banco contaba con una nómina de 1.757 personas, 883 mujeres y 874 hombres distribuidos entre Casa Central y Sucursales, con un promedio general de antigüedad de 11 años y un promedio de edad de 41 años.

	2019	2018
Colaboradores por sexo*	1.757	1.936
<i>Hombres</i>	874	988
<i>Mujeres</i>	883	948
Colaboradores por localización y sexo		
Casa Central	1.081	1.231
<i>Hombres</i>	602	703
<i>Mujeres</i>	479	528
Sucursales	676	705
<i>Hombres</i>	272	285
<i>Mujeres</i>	404	420

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

	2019	2018
Colaboradores por provincia	1.757	1.936
CABA	1.109	1.300
Buenos Aires	231	192
Catamarca	12	12
Córdoba	67	72
Corrientes	12	12
Chaco	14	17
Chubut	16	17
Formosa	10	10
Entre Ríos	23	26

Jujuy	12	11
La Pampa	10	18
La Rioja	13	13
Mendoza	25	27
Misiones	10	9
Neuquén	17	22
Río Negro	11	11
Salta	16	15
San Juan	16	16
San Luis	10	12
Santa Cruz	10	10
Santa Fe	59	62
Santiago del Estero	14	13
Tierra del Fuego	8	7
Tucumán	32	32

	2019	2018
Colaboradores por contrato laboral y sexo		
Permanentes	1.753	1.931
<i>Hombres</i>	872	984
<i>Mujeres</i>	881	947
Temporales	4	5
<i>Hombres</i>	2	4
<i>Mujeres</i>	2	1

	2019	2018
Colaboradores por contrato laboral y localización		
Permanentes	1.753	1.931
<i>Casa Central</i>	1.081	1.229
<i>Sucursales</i>	672	702
Temporales	4	5
<i>Casa Central</i>	0	2
<i>Sucursales</i>	4	3

	2019	2018
Colaboradores por localización y encuadre gremial		
Fuera de Convenio	227	284
<i>Casa Central</i>	158	198
<i>Sucursales</i>	69	86
Dentro de Convenio	1.530	1.652
<i>Casa Central</i>	923	1033
<i>Sucursales</i>	607	619
Colaboradores cubiertos en Acuerdos de Negociación Colectiva	87%	85%

En lo que respecta a colaboradores en relación de dependencia, durante 2019 no se registraron situaciones en donde se viera amenazada la libertad de asociación y el derecho a acogerse a convenios colectivos.

	2019	2018
Colaboradores por categoría laboral		
Alta Gerencia	16	16
Gerentes	99	114
Supervisores, Líderes y Jefes	256	275
Analistas y Administrativos	1.386	1.531

	2019	2018
Colaboradores por categoría laboral y sexo		
Alta Gerencia	0,91%	0,83%
<i>Hombres</i>	0,80%	0,77%
<i>Mujeres</i>	0,11%	0,05%
Gerentes	5,63%	5,89%
<i>Hombres</i>	3,87%	4,18%
<i>Mujeres</i>	1,76%	1,70%
Supervisores, Líderes y Jefes	14,57%	14,20%
<i>Hombres</i>	7,85%	7,85%
<i>Mujeres</i>	6,72%	6,35%
Analistas y Administrativos	78,88%	79,08%
<i>Hombres</i>	37,22%	38,22%
<i>Mujeres</i>	41,66%	40,86%

	2019	2018
Colaboradores por categoría laboral y grupos de edad		
Menores de 30 años	6%	4%
<i>Alta Gerencia</i>	0,00%	0,00%
<i>Gerentes</i>	0,00%	0,00%
<i>Supervisores, Líderes y Jefes</i>	0,11%	0,10%
<i>Analistas y Administrativos</i>	5,75%	4,18%
Entre 30 y 50 años	78%	77%
<i>Alta Gerencia</i>	0,51%	0,46%
<i>Gerentes</i>	3,76%	4,08%
<i>Supervisores, Líderes y Jefes</i>	11,72%	10,64%
<i>Analistas y Administrativos</i>	62,38%	61,57%
Mayores de 50 años	16%	19%
<i>Alta Gerencia</i>	0,40%	0,36%
<i>Gerentes</i>	1,88%	1,81%
<i>Supervisores, Líderes y Jefes</i>	2,73%	3,46%
<i>Analistas y Administrativos</i>	10,76%	13,33%

En materia de empleo, durante 2019 se realizó el proceso de selección para 154 vacantes, mediante la selección e incorporación de personal bajo el tiempo y la calidad esperada, brindando respuesta a las

necesidades requeridas por el negocio. El 79% de los ingresos corresponde a colaboradores sin gente a cargo y el 50% a ingresos en la Banca Minorista.

Participamos en las ferias “Expo Bumeran”, “Semana de Económicas” y en la Universidad de Palermo, y visitamos las Universidades de San Andrés, Di Tella y UCA, con el objetivo de consolidar nuestra marca empleadora y de acercar la Comunidad de Banco Hipotecario a jóvenes estudiantes.

Por segundo año consecutivo, tuvimos nuestro Programa de Jóvenes Profesionales, con más de 7.000 postulaciones. Incorporamos 6 jóvenes a distintas áreas de negocio, los cuales atravesaron 1 semana de inducción, 6 meses de rotación por distintos sectores y más de 90 horas totales de capacitación. A su vez, nuestra primera camada de Jóvenes Profesionales, que ingresaron en 2018, alcanzó las 40 horas de capacitación, incluyendo una formación para Jóvenes de Alto Potencial en el IAE *Business School*.



Se implementó el Primer Programa de Jóvenes Digitales, con más de 2.000 postulaciones. Se inició con la incorporación de 6 jóvenes a distintas áreas de IT, quienes atravesaron 3 días de inducción, 2 meses de rotación por distintos sectores dentro de la Gerencia de IT y más de 50 horas totales de capacitación.

	2019	2018
Nuevas Contrataciones por sexo	154	127
<i>Hombres</i>	85	77
<i>Mujeres</i>	69	50
Nuevas Contrataciones por localización		

<i>Casa Central</i>	90	92
<i>Sucursales</i>	64	35
Nuevas Contrataciones por grupos de edad		
Menores de 30 años	26,62%	28,35%
<i>Hombres</i>	13,64%	12,60%
<i>Mujeres</i>	12,99%	15,75%
Entre 30 y 50 años	67,53%	64,57%
<i>Hombres</i>	37,66%	43,31%
<i>Mujeres</i>	29,87%	21,26%
Mayores de 50 años	5,84%	7,09%
<i>Hombres</i>	3,90%	4,72%
<i>Mujeres</i>	1,95%	2,36%
Tasa de Nuevas Contrataciones (nuevas contrataciones/dotación del período)	9%	7%

	2019	2018
Rotaciones por sexo	333	192
<i>Hombres</i>	198	105
<i>Mujeres</i>	135	87
Rotaciones por localización		
<i>Casa Central</i>	234	124
<i>Sucursales</i>	99	68
Rotaciones por grupos de edad		
Menores de 30 años	6,61%	3,65%
<i>Hombres</i>	2,10%	1,04%
<i>Mujeres</i>	4,50%	2,60%
Entre 30 y 50 años	61,86%	82,81%
<i>Hombres</i>	36,34%	41,67%
<i>Mujeres</i>	25,53%	41,15%
Mayores de 50 años	31,53%	13,54%
<i>Hombres</i>	21,02%	11,98%
<i>Mujeres</i>	10,51%	1,56%
Tasa de Rotación (desvinculaciones/dotación del período)	19%	10%

Se prohíbe el trabajo infantil en todas nuestras instalaciones y cumplimos con todos los Derechos Humanos, los derechos civiles y las leyes laborales aplicables. Asimismo, exigimos que todas nuestras unidades provean un entorno y condiciones laborales de higiene y seguridad, y que todo nuestro personal reciba todas las prestaciones amparadas por las leyes aplicables.

Buscamos seleccionar y contratar a solicitantes de empleo, y desarrollar a nuestros integrantes en 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. Asimismo, buscamos proporcionar oportunidades igualitarias de ascenso a nuestro capital humano, así como mantener una fuerza de trabajo diversa y un lugar de trabajo libre de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias. Todas las decisiones de contratación se basan en las aptitudes de los y las solicitantes de empleo, y las decisiones de ascenso, en las de los

empleados y empleadas individuales, en la medida en que dichas aptitudes se relacionen con la función a cumplir y los trabajos por realizar en particular.

Además, extendemos la prohibición de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias a los vendedores, profesionales y otros proveedores de bienes y servicios ajenos al Banco, que tengan trato con cualquier oficina de Casa Central o Puntos de Contacto. Esta política se aplica tanto en el trabajo como en los entornos relacionados con el trabajo, como, por ejemplo, durante viajes de negocios, eventos sociales o reuniones fuera de las oficinas, patrocinados o autorizados por el Banco, u otras funciones.

Ante una situación de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias en el trabajo, esta será abordada de manera inmediata y confidencial, y se notificará, al integrante del Banco que haya informado respecto de estos casos, la resolución final adoptada en cada oportunidad. Para estos casos, contamos con diferentes canales de denuncia:

- Línea Ética/Comité de Ética
- Denuncia al Gerente/Jefe/Supervisor
- Denuncia vía mail al referente de Desarrollo Organizacional
- Denuncia vía mail al área de Relaciones Laborales
- Reclamo al delegado gremial o, directamente, a la Asociación Bancaria

Durante 2019:

- Recibimos 3 denuncias de acoso/violencia de género por parte de un colaborador hacia otro, utilizando el canal de la línea de transparencia, para luego ser tratadas en el Comité de Ética del Banco Hipotecario. A raíz de dichas denuncias, el área de Desarrollo Organizacional llevó adelante entrevistas al personal involucrado. En dos de ellas, por falta de elementos que las comprobaban, el Comité de Ética las desestimó. En la otra denuncia, el Comité de Ética definió la desvinculación de la persona que maltrataba a sus colaboradores.
- El área de Desarrollo Organizacional recibió 3 denuncias de maltrato laboral. Se procedió a entrevistar a todo el personal involucrado, y en todas las denuncias se establecieron planes de acción y mejora con los mandos medios para hacer más sensible su estilo de conducción.

En cuanto a reclamaciones por prácticas laborales, durante el período hemos recibido 139 reclamaciones originadas por diferentes prácticas laborales, de las cuales 127 corresponden a colaboradores propios y 12 a terceros. Del total de reclamaciones, 31 se resolvieron.

Podemos categorizar las reclamaciones de la siguiente manera:

- Reclamaciones por diferencias salariales
- Reclamaciones por categorías superiores
- Reclamaciones por diferencias de horas extras
- Reclamaciones por cuestiones relativas a las tareas diarias del colaborador
- Reclamaciones por responsabilidad solidaria (terceras personas)

Contamos con los siguientes mecanismos formales de reclamos:

- Telegrama enviado por el colaborador y/o tercera persona.
- Cédula de notificación de reclamos del Ministerio de Trabajo /Secretaría de Trabajo Provincial

- Reclamo canalizado por el Gerente o superior directo, y derivado a Relaciones laborales para su tratamiento.
- Reclamos canalizados por referentes de desarrollo organizacional y calidad, y derivado a RR. LL. para su tratamiento.
- Reclamo canalizado por RR. LL. directamente del colaborador, mediante línea telefónica o mail.
- Reclamo canalizado por los delegados gremiales y derivado a RR. LL. para su tratamiento en conjunto.

Dentro de nuestro eje de Diversidad e Inclusión, nos propusimos generar oportunidades y promover el desarrollo de nuestro personal con diferentes visiones y perspectivas, con flexibilidad de adaptación para potenciar la participación y los resultados del negocio. En este marco, sumamos y transitamos diferentes acciones:

- Implementamos el Protocolo de Acción ante casos de Violencia de Género.
- Integramos 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.
- Revisamos nuestras políticas y adoptamos una mirada más inclusiva:
 - Licencia por enfermedad por hijo o hija (habilitada para madre o padre).
 - Sumamos la licencia por adopción (60 días para madres).
 - Ampliamos la licencia por paternidad/adopción paterna a 15 días.
- Aprendimos sobre diversidad y trabajamos nuestros sesgos para potenciar un ambiente innovador y flexible a los desafíos de transformación. En conjunto con la Universidad Di Tella y la ONG Diagonal, se realizaron 4 talleres para 94 líderes.

564 H DEDICADAS A LA FORMACIÓN EN POLÍTICAS O PROCEDIMIENTOS SOBRE DERECHOS HUMANOS.

Protocolo de Violencia de Género

Atentos a las problemáticas que conmueven a la sociedad y en defensa de los Derechos Humanos de las mujeres, se firmó el Protocolo de Acción por Violencia de Género, a partir del cual se estableció un sistema de asistencia para asegurar la contención, la atención profesional y el empoderamiento de las colaboradoras víctimas de violencia de género en su núcleo familiar o en el ámbito laboral.

La implementación estuvo a cargo del Área de Desarrollo Organizacional, en conjunto con Legales y Relaciones Institucionales, y con el aval de la Gerencia General y la Comisión Gremial Interna. Todos los casos se registrarán por los principios de confidencialidad, accesibilidad y flexibilidad para atender sus particularidades.

Cada colaboradora dispone de una licencia anual de hasta 10 días hábiles continuos o discontinuos, con goce de haberes, que podrá ser extendida. Para asegurar una mejor contención y un apoyo psicológico necesario, se articulará con la organización social La Casa del Encuentro, especialista en la temática.

Programa de Beneficios

Dentro de la Comunidad de Banco Hipotecario, se continuó trabajando en la difusión y en la comunicación del programa de beneficios con sus cuatro pilares fundamentales: #Bienestar; #Familia; #Desarrollo y #Celebraciones. A lo largo del año, logramos superar los 36 beneficios propios y más de 950 promociones. El sitio contó con 17.695 visitas. El 19% ingresó desde el sitio web y el 81% desde *mobile*. Generamos más de

1.518 cupones de descuentos, que representan un ahorro promedio de \$315 por colaborador. Nuestro Programa de Beneficios alcanza a toda la nómina de colaboradores:

MANTENETE SALUDABLE

- Plan de Salud Corporativo, cerrado y exclusivo para el colaborador 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.
- A lo largo del año, también se realizan acciones de consultorios abiertos con diferentes profesionales, por ejemplo, *Skin Check*, lactancia materna, etc.

<p>En el marco de la semana de la lactancia materna, se realizó una charla a la que asistieron 12 personas.</p>	<p>61 personas asistieron a los consultorios de <i>Skin Check</i> en 2019.</p>	<p>38 personas participaron de la edición de donación de sangre 2019.</p>
--	---	--



LO QUE IMPORTA ES LA FAMILIA

- Licencia extendida para padres por nacimiento. Los colaboradores cuentan 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).

COMO PARTE DE NUESTRO COMPROMISO CON EL DESARROLLO INTEGRAL, PROMOVEMOS LA LACTANCIA MATERNO-INFANTIL, CON EL OBJETIVO DE COMPATIBILIZAR LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR. DESDE HACE MÁS DE 6 AÑOS, CONTAMOS CON UN LACTARIO EN CASA CENTRAL Y BRINDAMOS, A LAS MAMÁS DE LA RED DE SUCURSALES DE TODO EL PAÍS, UN KIT DE LACTANCIA EN SU LUGAR DE TRABAJO.

	2019	2018
Personas con derecho a baja por maternidad/paternidad	83	106
<i>Hombres</i>	34	40
<i>Mujeres</i>	49	66
Personas que ejercieron su derecho a baja por maternidad/paternidad	83	106
<i>Hombres</i>	34	40
<i>Mujeres</i>	49	66
Personas que se reincorporaron al trabajo después de finalizar su baja por maternidad/paternidad	82	106
<i>Hombres</i>	34	40
<i>Mujeres</i>	48	66
Personas que se reincorporaron al trabajo después de finalizar su baja por maternidad/paternidad y que conservaron su empleo pasados doce meses desde su incorporación	82	98
<i>Hombres</i>	34	37
<i>Mujeres</i>	48	61
Índice de reincorporación		
<i>Hombres</i>	100,00%	92,50%
<i>Mujeres</i>	97,96%	92,42%

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.
- Distintas empresas visitan nuestra Casa Central y ofrecen toda su variedad de productos a precios increíbles: Bimbo, Mondelez, Arcor, Edding y más.
- Promociones exclusivas en planes Movistar.
- Tarifa diferencial en el hotel Llao Llao.
- Promos 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.
- Licencia extraordinaria de 5 días hábiles adicionales.
- Día de cumpleaños.
- Día de la familia. Un día libre para compartir en familia (se puede utilizar en cualquier momento del año).

- Biblioteca abierta para todo el personal, de uso libre y gratuito.

Ellas Cuentan

En marzo se llevó a cabo, en el Auditorio del Banco, el primer encuentro del ciclo #Ellascuentan, un espacio donde cinco mujeres de diferentes ámbitos brindaron charlas sobre distintas temáticas, vinculadas al rol y a los desafíos de la mujer en la sociedad actual.

El evento estuvo destinado a todo nuestro personal y fue transmitido vía *streaming* a la Red de Sucursales. Se realizó con el objetivo de promover la reflexión en el marco del Día Internacional de la Mujer, recordado cada 8 de marzo, en conmemoración de su lucha mundial por la igualdad, el reconocimiento y el ejercicio efectivo de sus derechos.

La charla inicial estuvo a cargo de Ángela Lerena, periodista deportiva, quien presentó “Mujeres en mundos masculinizados: compartir la pelota”; la sucedió María Luciana Malvazo, fundadora de la ONG De la nada, quien habló acerca del “Aprendizaje, la perseverancia y la pasión”; a continuación, la periodista Cecilia Boufflet presentó “El rol de la mujer en la economía”; luego, Lourdes Vidale, psicóloga y colaboradora del Banco, emocionó con su monólogo “Soy ganadora” y, finalmente, concluyó el evento Paula Estrada, *coach* ejecutiva y oncológica, quien presentó “La magia del foco”.

Estos espacios contribuyen al empoderamiento de nuestro personal y al desarrollo de un clima laboral distendido y atento a la coyuntura.



De izquierda a derecha: Paula Estrada, María Luciana Malvazo, Ángela Lerena, Lourdes Vidale y Cecilia Boufflet.

5.1.1 FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL

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

El área de Capital Humano (Gestión de Personas, Cultura y Gestión del Cambio y Referentes de Desarrollo Organizacional) trabajó durante todo el año para construir una cultura de inclusión, que promoviera el desarrollo y la contribución individual de nuestro capital humano para el logro de los objetivos definidos en el Plan de Gestión Estratégico.

5.1.1.1 GESTIÓN DE PERSONAS

En lo relativo a la gestión de personas y su formación, durante 2019 se dictaron más de 25.840 horas de formación a través de *e-learning* y de acciones presenciales.

El Plan de Formación se elaboró con la misión de responder a las demandas del negocio, desarrollando las competencias de los colaboradores, buscando la innovación en el diseño y en la oferta, atendiendo a las necesidades y a los diferentes estilos de aprendizaje. En este sentido, continuamos con nuestro **Programa de Formación Integral “La Red de Aprendizaje”**, que abarca a toda la Red de Sucursales y que tiene como objetivo la formación continua, la profesionalización y el crecimiento de nuestra nómina de colaboradores, tanto comerciales como operativos. Este programa se enmarca dentro de los lineamientos estratégicos del Banco. Entre las principales actividades de formación, podemos encontrar:

- Certificación para Jefes Operativos: se implementó el segundo nivel de la certificación, incluyendo 24 materiales nuevos.
- Certificación de cajeros y tesoreros: se realizaron 2 nuevas ediciones para cada una de las posiciones.
- Continuamos formando a la red en materia de inversiones. Durante 2019 lo hicimos a través de las 12 ediciones de actualización, 3 escuelas, cursos virtuales, certificación de idóneos en mercado de capitales y agentes institorios.

Acompañamos en el desarrollo e instalación de los distintos proyectos organizacionales: Compensación variable, PACK Fase II y Dynamo Fase II. Desarrollamos el Modelo de Gestión Comercial trabajando acciones de adopción y formación a través de *workshops*, capacitaciones virtuales y presenciales, con el objetivo de obtener un modelo uniforme para toda nuestra red.

Para promover el desarrollo profesional, por segundo año consecutivo, realizamos la formación a 44 “Nuevos Líderes”, donde incorporamos nuevas temáticas. También, gestionamos 45 becas y más de 130 cursos externos, haciendo alianzas con diferentes instituciones y entidades educativas que nos permitieron actualizar nuestro conocimiento interno.

Incorporamos nuevos cursos a nuestro Centro de Formación Virtual para el desarrollo de nuestro capital humano: *gaming*, tutoriales, clases virtuales, entre otras. Estas han permitido llegar de manera más innovadora y efectiva a cada colaborador.

AL PROMOVER EL DESARROLLO PROFESIONAL, GESTIONAMOS 133 CURSOS EXTERNOS Y 45 BECAS A PARTIR DE ALIANZAS CON DIFERENTES INSTITUCIONES Y ENTIDADES EDUCATIVAS.

Promedio horas de formación por empleado	2019	2018
Total empleados	1.757	1.936
Total horas de formación	25.840	25.577
<i>Casa Central</i>	12.662	12.533
<i>Sucursales</i>	13.178	13.044

Promedio horas de formación por empleado	14,71	13,21
Promedio horas de formación por empleado	2019	2018
Total empleados hombres	874	988
Total horas de formación empleados hombres	14.018	12.663
Promedio horas de formación por empleado hombre	16,04	12,82
Promedio horas de formación por empleado	2019	2018
Total empleadas mujeres	883	948
Total horas de formación empleadas mujeres	11.822	12.914
Promedio horas de formación por empleada mujer	13,39	13,62
Promedio horas de formación por categoría laboral	2019	2018
Alta Gerencia	16	16
Total horas de formación	49	49
Promedio horas de formación por empleado Alta Gerencia	3,06	3,06
Gerentes	99	114
Total horas de formación	3.764	3.095
Promedio horas de formación por empleado Gerentes	38,02	27,15
Mandos Medios	256	275
Total horas de formación	5.330	6.585
Promedio horas de formación por empleado Mandos Medios	20,82	23,95
Analistas y Administrativos	1.386	1.531
Total horas de formación	16.697	15.848
Promedio horas de formación por empleado Analistas y Administrativos	12,05	10,35

Durante el año, 80 colaboradores transitaron nuevos senderos de desarrollo: se realizaron 42 promociones internas y 38 movimientos laterales a través de nuestro proceso de *sponsoreo* y búsquedas internas.

Por segundo año consecutivo, llevamos a cabo nuestro modelo de Evaluación de Competencias, luego de haberlo revisado en 2018. Implementamos nuestro Programa de Formación “Potenciando tu Talento”, al cual destinamos más de 2.400 horas de capacitación, con el objetivo de que nuestro capital humano pueda vivenciar las competencias de la Organización.

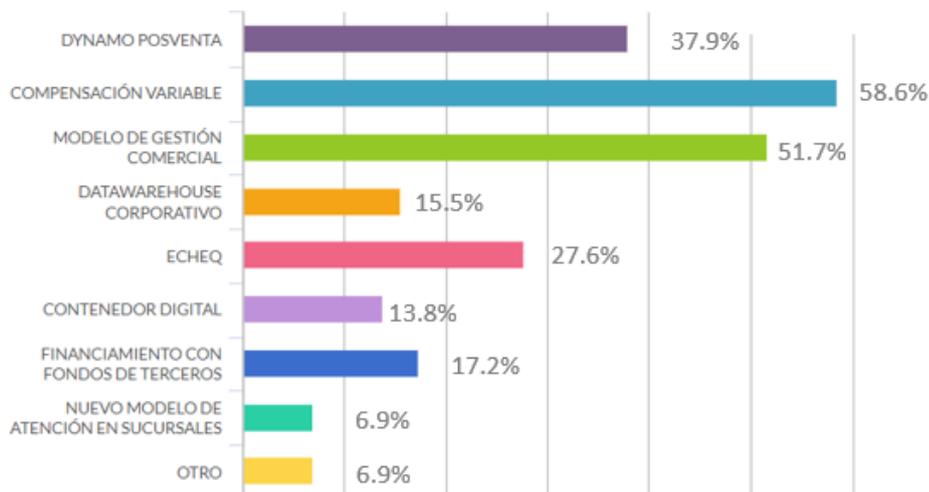
Evaluación de Competencias	2019	2018
Total empleados	1.757	1.936
Total empleados que recibieron evaluación de desempeño	1.678	1.604
Total % empleados evaluados	96%	83%
Evaluación general por sexo		
Mujeres		
Total empleadas	883	948
Total empleadas que recibieron evaluación de desempeño	848	800
Total % empleadas evaluadas	96%	84%

Hombres		
Total empleados	874	988
Total empleados que recibieron evaluación de desempeño	830	804
Total % empleados evaluados	95%	81%
Evaluación general por categoría laboral		
Alta Gerencia	16	16
Alta Gerencia evaluados	3	14
Porcentaje	19%	88%
Gerentes	99	114
Gerentes evaluados	91	94
Porcentaje	92%	82%
Mandos Medios	256	275
Mandos Medios evaluados	250	266
Porcentaje	98%	97%
Analistas y Administrativos	1.386	1.531
Analistas y Administrativos evaluados	1.334	1.230
Porcentaje	96%	80%

Por otro lado, continuamos trabajando con la fijación de objetivos individuales en todos los mandos de conducción. Como novedad, este año, al Objetivo Banco, incluimos no solamente nuestro resultado, sino también el NPS, entendiendo que nuestros clientes están siempre en el centro.

5.1.1.2 CULTURA Y GESTIÓN DEL CAMBIO

Este sector tiene como objetivo fortalecer la cultura y el desarrollo organizacional, siendo los facilitadores de los procesos de transformación. Durante el año, se contribuyó con la implementación de los siguientes proyectos estratégicos, logrando un nivel de satisfacción general del 98%:



* **Tasa de respuesta:** 40% (59/147) y porcentaje de respuestas por proyectos.

Implementamos el modelo de gestión de servicios, para definir la participación del sector de Gestión del Cambio en los proyectos de la Organización, con dos modalidades: modo de ejecución y modo de asesoría; también, incorporamos la figura de soporte en comunicaciones para los proyectos con criticidad baja.

El modelo de cada proyecto se define de acuerdo con su nivel de criticidad, para lo cual se emplea la Matriz de Clasificación de Proyectos, que nos permite identificar el impacto en 5 dimensiones (cultural, procesos, estructura organizacional, IT, normativo e impacto en personas).

En modo ejecución y asesoría, trabajamos en 9 proyectos, con un impacto promedio del 60% en la dotación, y realizamos más 50 acciones promedio por cada proyecto (formación, comunicación, encuentros, *check point*, etc.). En modo soporte, trabajamos en 7 proyectos.

En el aspecto de Cultura y Comunicación, durante 2019, se contribuyó con la difusión de los ejes de gestión definidos para promover el desarrollo del negocio.

Se realizaron más de 42 campañas de comunicación, se participó en el diseño y en la difusión de 7 programas de Capital Humano y se desarrollaron 16 eventos, celebraciones y fechas especiales para potenciar el compromiso y los objetivos del año. Algunos ejemplos: “Conociendo el Negocio” alcanzó su 5° año de presencia y trayectoria; un espacio abierto donde se logra profundizar e impulsar los objetivos organizacionales y el conocimiento de productos, servicios y la operatoria de nuestro Banco, de la mano de los principales referentes de la Organización. Participaron más de 350 colaboradores y se alcanzó un 99% de satisfacción. Toda la nómina de colaboradores tuvo acceso a las charlas a través de un nuevo formato “Podcast”.

Rediseñamos el proceso de *on-boarding*, donde definimos los momentos claves de la inducción para generar una experiencia memorable para todo el capital humano que ingresó al Banco:

- Nuevas comunicaciones de “Bienvenida” con información útil para los primeros pasos.
- Formación virtual de “Introducción al Negocio Bancario” (159 colaboradores certificados).
- Formación presencial, jornada completa, para colaboradores de Casa Central y Sucursales de AMBA (94 participantes y NPS 81).
- Rotación por sucursales y gerencia de operaciones (19 rotaciones en 8 sucursales).
- Encuentros semestrales de ingresantes para compartir novedades del negocio, con el fin de afianzar el compromiso organizacional (2 encuentros, NPS 60).

Todas las acciones que implementamos se apoyan en nuestros medios de comunicación:

- WhatsApp de CI, nuevo canal, con más de 2.582 mensajes enviados y 18 grupos activos, una nueva forma de comunicarnos para generar mayor presencia de las novedades organizacionales y optimizar la oportunidad de contacto con toda la nómina.
- Intranet: con 235 publicaciones y 4.194 interacciones.
- *News* Banco Hipotecario: 52 ediciones con un 90% de satisfacción.
- Novedades de Negocio: donde compartimos los avances y los resultados de los ejes de gestión; durante 2019, realizamos 4 ediciones con un 88% de satisfacción.
- LinkedIn: creció un 56% en comparación con 2018; con más de 74.000 seguidores, potenciamos la marca empleadora generando 131 publicaciones con 16.600 *likes*.

El trabajo realizado nos permitió continuar consolidando la comunicación y la promoción de nuestra cultura, con el principal objetivo de dar sentido a la contribución individual de cada colaborador, como parte del resultado del Banco. Por 4° año consecutivo, los resultados de satisfacción se sostuvieron en más del 90%.



5.1.1.3 REFERENTES DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Durante el año, también se consolidó el rol del Referente. Esta metodología permite acompañar, eficientemente, el desarrollo de colaboradores y el negocio del Banco. Se caracteriza por un mayor nivel de presencia y conocimiento de las áreas y de sus equipos, y es el principal punto de contacto sobre temas de Desarrollo Organizacional.

Se trabaja en cuatro ejes: Gestión de Personas, Procesos de Transformación, Canal de Relación y Planificación de Estructura, con especial foco en este último eje. A partir de este año, se comenzó a elaborar una nueva estrategia de abordaje, incorporando más indicadores de mercado y análisis de antigüedades, para contribuir a la eficiencia de las estructuras e incorporar nuevas generaciones, potenciar el cambio cultural y desafiar al *management* en el ABM de sus equipos. Así, se busca posicionar a los mandos de conducción como agentes de transformación organizacional y responsables por la gestión de las personas, los equipos de trabajo y los resultados del área, siempre apalancados en la estrategia de Capital Humano.

5.1.2 SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

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

Tanto en Casa Central como en nuestra Red de Sucursales, se cumplen con 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.

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. 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.

Contamos con un Protocolo de Evacuación de Casa Central y se realizan actividades de formación a los líderes de evacuación en caso de incendios. Algunas de las actividades realizadas en el período:

- Práctica con máscaras de humo.
- Uso de máscara de humo y aparatos respiratorios.
- Capacitación de Líderes, Plan de Evacuación.

65 HORAS DE FORMACIÓN A LÍDERES DE EVACUACIÓN EN MATERIA DE SEGURIDAD OCUPACIONAL Y 2 SIMULACROS DE EVACUACIÓN.

La identificación de los peligros, en cuanto a la seguridad, se verifican a través de inspecciones periódicas. En el período comprendido del presente Reporte, no se ha realizado investigación alguna, ya que el área de Seguridad no fue informada de algún incidente. Si un integrante del Banco se entera de cualquier problema de seguridad real o potencial, o si tiene alguna inquietud a ese respecto, 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.

Por disposición provincial, en la provincia de Santa Fe contamos con un Comité Mixto de Salud y Seguridad en el Trabajo, que tiene como objetivo velar y promover la protección de la vida y la salud de la nómina de colaboradores del Banco y el mejoramiento de las condiciones de medio ambiente del trabajo en el ámbito de las sucursales de la provincia (Santa Fe, Rosario, Venado Tuerto, Reconquista, Rafaela). La función del Comité es fomentar un clima de cooperación en la Empresa, entre trabajadores y el Banco, a fin de promover la salud, prevenir los riesgos laborales y crear las mejores condiciones y medio ambiente de trabajo. Está compuesto por una representación empleadora (Gerente Regional, Gerente de Sucursal Santa Fe, Jefe de Relaciones Laborales), una representación de los trabajadores (delegados gremiales de Rosario y Santa Fe) y un Técnico en Seguridad e Higiene Laboral. Las reuniones se realizan en forma mensual y se utiliza un libro de actas para dejar registro de cada una de ellas. La toma de decisiones es por consenso entre la representación empleadora y la representación gremial.

En cuanto al cuidado de la salud, contamos con un servicio médico propio, que funciona como consultorio general clínico para colaboradores propios y tercerizados, a través de la atención personalizada. Nuestra Casa Central cuenta con un sistema de “área protegida” y ambulancias para urgencias o emergencias, para quienes necesiten ser trasladados para diagnóstico y tratamiento a través de la obra social.

Por otro lado, contamos con cobertura a través de una ART contratada para los accidentes que ocurren dentro de las instalaciones o, bien, en los trayectos de ida y vuelta hacia el lugar físico de trabajo.

NUESTRO COMPROMISO ES ASEGURAR EL BIENESTAR FÍSICO Y PSICOLÓGICO DEL CAPITAL HUMANO Y SUS FAMILIAS.

Este Servicio Médico cuenta con consultorios generales y enfermería, a lo que se agrega un área de recepción y atención administrativa. Tiene como propósito detectar:

- Enfermedades infectocontagiosas, con la finalidad de disminuir el riesgo en el resto de colaboradores. Esto se lleva a cabo mediante la atención personalizada y la autorización para retirarse de la Empresa, para ser tratados por su obra social, y no se reincorporan hasta el alta definitiva. Se realiza educación de tipo profiláctica en cada consulta, para mitigar el riesgo tanto de la empresa como familiar-social, evitándose la propagación del agente infeccioso.
- Enfermedades crónicas a través de exámenes de salud específicos.
- Enfermedades profesionales a través de estudios periódicos.

DURANTE 2019, SE HAN REGISTRADO 21 ACCIDENTES LABORALES. EL 91% FUE PRODUCIDO POR ACCIDENTES IN ITINERE.

5.2 IMPACTO AMBIENTAL

Aspectos Materiales Agua y Efluentes / Gestión de Residuos
Contenidos GRI 103-2, 103-3, 303-1, 303-2, 303-5, 306-2

El cuidado del medio ambiente es un valor en sí mismo. Por eso, la gestión integral de nuestro negocio no solo contempla su impacto económico y social, sino también medio ambiental. Durante el período, no se han recibido reclamaciones sobre impactos ambientales que debieran ser abordadas y resueltas mediante mecanismos formales de reclamación.

Se emplearon 105 TN de papel y 3 TN de plástico para producir los principales productos y servicios. En relación con las acciones llevadas a cabo para mitigar el impacto ambiental, podemos mencionar:

5.2.1 ENERGÍA

La mudanza y el cambio de *layout* interno propiciaron diferentes proyectos, que nos permitieron llegar a tener un consumo mucho menor en 2019. Entre estos proyectos se incluyen:

- Proyecto LED: Se culminó el Proyecto LED abocado al reemplazo de la iluminación convencional por nueva tecnología. El Banco ha logrado una importante reducción del consumo, mejorando la calidad de iluminación en los puestos de trabajo, incrementando, aproximadamente, 10 veces su vida útil para el cambio de luminarias y logrando ahorros en costos de mantenimiento.
- Automatización de sistemas de iluminación, ventilación y aires acondicionados, para el encendido en horarios pico y el apagado en tiempos sin uso. Reemplazo del uso de calderas por termotanques industriales de bajo consumo de gas en Casa Central.
 - Aire Acondicionado: Recambio de serpentinas de agua fría, lo cual hizo más eficiente los equipos de AA central (ahorro energía eléctrica).
 - Termotanques Industriales: Reemplazo del uso de calderas de 500.000 calorías por termotanques de 50.000 calorías (ahorro en gas natural).
 - Modernización de ascensores (ahorro de energía eléctrica).
- 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, implementamos protocolos eléctricos mensuales, a fin de asegurar la sustentabilidad eléctrica del edificio.
- Se generaron espacios verdes en terrazas y *decks* externos en el edificio de Casa Central, para el esparcimiento de colaboradores.

Por otro lado, la concientización del consumo de energía jugó un papel fundamental, a partir del cual se implementaron distintas acciones, como, por ejemplo, la programación acotada en el encendido y en el apagado de luces y equipos de aire acondicionado. En este sentido, hemos realizado una Campaña de Racionalización del Consumo Energético, a través de comunicaciones internas vía mail a toda la nómina.

Consumo de energía interno (GJ)	2019	2018
A) Consumo de combustible renovable	0	0
B) Consumo de combustible no renovable	17.975.884	19.403.483
Consumo Eléctrico	11.702.480	12.709.881
Consumo Gasoil	294.135	297.767

Consumo Gas Natural	5.979.269	6.395.835
Consumo energético total dentro de la organización: A+B	17.975.884	19.403.483

Base para conversión de unidades

1 kW/h = 3.6 GJ

1 m³ Gas Natural = 42.12 GJ

1 L Gasoil = 36.313 GJ

El consumo eléctrico tuvo una baja de consumo del 8%.	El consumo de gas natural tuvo una baja de consumo del 7%.	El consumo de gasoil en los grupos electrógenos tuvo una baja de consumo del orden del 1,30%.
--	---	--

5.2.2 RESIDUOS

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

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 20.000 kg. No obstante, a partir de la gestión de buenas prácticas, hemos podido reducir la emisión de residuos en un 20% entre 2018 y 2019.

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 plásticos, y se donan a diferentes entidades.

	2019	2018
Cartón (en kg)	4.600	10.000
Plástico (en kg)	120	350
Latas de Aluminio (en kg)	5	500
Papel (en kg)	40	200
Total residuos reciclados retirados por GBA (en kg)	4.765	11.050
Tapitas Plásticas (en kg)	3.600	22.000
Papel (en kg)	15	30
Total residuos reciclados retirados por Fundación Garrahan (en kg)	3.615	22.030
Total residuos reciclados (en kg)	8.380	33.080

Además de las campañas que impulsamos a través del área de Desarrollo Organizacional, la disminución drástica en la cantidad de residuos, de un año a otro, también se debió a que en 2018 estábamos en un contexto pleno de mudanza y de cambio de *layout* interno, donde se aprovechó a descartar mucha papelería, tanto en Casa Central como en Torre San Martín.

Asimismo, atendemos la clasificación y disposición final de residuos tecnológicos (baterías, pilas, monitores). En este sentido, durante 2019 se destinaron 560 equipos mobiliarios y equipamientos tecnológicos a 38 organizaciones de la sociedad civil, dentro del programa "Equipados para dar".

A través de este programa, donamos 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). Contribuimos con la mejora de las condiciones mobiliarias y tecnológicas de entidades locales próximas a nuestra Red de Sucursales y al edificio central. Este representa una acción para fortalecer el empoderamiento de los voluntarios y para relacionarnos con las organizaciones en todo el país.

5.2.3 AGUA Y EFLUENTES

El agua que utiliza el edificio corporativo del Banco Hipotecario 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, es decir, en equipos que prestan servicios de climatización al edificio. En su uso industrial, y al tratarse de circuitos cerrados, el agua utilizada es tratada químicamente y analizada de manera periódica, para mantener sus propiedades en buen estado (PH, dureza, salinidad, etc.). El tratamiento de aguas residuales lo realiza directamente la empresa AySA en sus plantas de tratamiento; consiste en una serie de procesos físicos, químicos y biológicos, que tienen como fin eliminar los contaminantes presentes en el agua efluente.

El vertido del agua utilizada en el edificio es realizado, únicamente, por la red cloacal.

	2019	2018
Consumo de Agua (en megalitros)	46,5	30

5.3 PROGRAMAS CON LA COMUNIDAD

Aspectos Materiales Inversión Social en la Comunidad / Inclusión Financiera / Educación
Contenidos GRI 103-2, 103-3, 413-1

CONSTRUIR COMUNIDAD ES EL CONCEPTO QUE GUÍA EL ACCIONAR DEL BANCO EN LA SOCIEDAD; ES NUESTRA FORMA DE SER, SENTIR Y HACER EN COMUNIDAD. GENERAMOS RELACIONES SUSTENTABLES EN AQUELLOS LUGARES DONDE ESTAMOS PRESENTES CON NUESTRAS SUCURSALES EN TODAS LAS PROVINCIAS DEL PAÍS; FORJAMOS VÍNCULOS CERCANOS, RELACIONES FRANCAS Y COMPROMETIDAS; PROMOVEMOS EL DIÁLOGO CON LA PLENA CONVICCIÓN DE QUE EL TRABAJO ARTICULADO, COHERENTE Y SOSTENIDO AGREGA VALOR Y SENTIDO AL HACER.

Mantenemos un estrecho vínculo con organizaciones de la sociedad civil de todo el país, construyendo lazos duraderos y procurando atender a sus necesidades más concretas. Abordamos distintas temáticas, que son claves para nuestra sociedad, en alianza con los principales líderes y las organizaciones sociales de Argentina.

El trabajo de acción del Banco en la comunidad está sustentado en dos aspectos primordiales: el compromiso sostenido en el tiempo y el alcance federal. Ambas dimensiones definen el abordaje institucional a partir del cual acompañamos proyectos con impacto local en todo el territorio nacional, promoviendo el desarrollo social.

512 organizaciones sociales con las que interactuamos.	271.153 personas a las que acompañamos con nuestros programas.	\$61,4 millones invertidos en la comunidad.
45 organizaciones apadrinadas por colaboradores que participaron del programa de fortalecimiento a iniciativas solidarias.		276 colaboradores voluntarios.

Para canalizar estratégicamente los aportes a la sociedad, el Comité de Asuntos Sociales definió diferentes áreas de acción, focalizando aquellos espacios y aquellas temáticas vinculadas con el negocio y con el contexto nacional. En cada una de estas áreas, apoyamos y potenciamos programas y acciones desarrollados por las mismas organizaciones, que son quienes conocen en profundidad el campo social, para que estos programas tengan un alcance nacional, al igual que nuestro negocio. Las 4 áreas de acción, desde las cuales se abordó el trabajo, fueron:


EDUCACIÓN

Promovemos una educación inclusiva e integral, porque creemos que es clave en una sociedad para generar oportunidades futuras de crecimiento. Desde los numerosos abordajes y las maneras de contribuir al desarrollo de la educación, nos centramos en:

- **Formación:** formación de las personas que integran la comunidad educativa, principalmente, de docentes y el alumnado, a través de la capacitación profesional y el desarrollo de becas escolares.
- **Infraestructura:** mejoramiento edilicio y aporte de recursos para las escuelas del país, a través del desarrollo local.

INCLUSIÓN

La inclusión social es un concepto estrechamente ligado a la equidad. Centramos nuestras acciones para promover la inclusión social de la siguiente manera:

- **Inserción Laboral:** se promueve la integración de personas de entornos vulnerables al trabajo, a través del desarrollo de habilidades, herramientas y oficios.
- **Prevención de la violencia:** se defiende la erradicación de toda forma de violencia, abuso y discriminación, mediante el apoyo a organizaciones sociales que realizan actividades de asistencia, capacitación e investigación.
- **Promoción de 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.

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. Se trabaja en temáticas de ciudadanía mediante iniciativas que promuevan:

- **Líderes:** se contribuye a la formación de líderes empresariales, políticos y sociales, que apuesten al desarrollo y al empoderamiento de sus comunidades, para alcanzar un desarrollo sostenible. Promovemos el trabajo solidario de diferentes personas, entre ellas, nuestro capital humano, que aporta recursos (tiempo, capacidades, conocimiento y materiales) para colaborar en organizaciones sociales.
- **Construcción de Diálogo:** se fomenta el encuentro interreligioso, intercultural, social y político, como un aporte constructivo hacia aquellas comunidades respetuosas de la diversidad.

ASISTENCIA DIRECTA

Realizamos aportes directos de recursos económicos y materiales para atender las problemáticas sociales básicas que ponen en riesgo la dignidad humana. Concentramos los aportes en asistencia directa considerando:

- **Primaria:** se apoya a organizaciones sociales que trabajan para garantizar condiciones de alimentación, salud y habitacionales dignas en distintas comunidades de nuestro país.
- **Emergencia:** en ocasiones puntuales, se contribuye con situaciones que requieren de una atención urgente por causa de algún suceso inesperado.

A las cuatro áreas de acción y sus subejjes, se adicionan dos variables estratégicas: tiempo y alcance geográfico.

- **Tiempo:** refiere al apoyo y al 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 ONG directamente en el territorio. Puede ser: regional Banco Hipotecario (impacto en una o 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).

ONG a las que acompañamos:





Proyecto de relacionamiento con la comunidad, que permite a las organizaciones disponer un tiempo justo de inversión. De esta manera, la capacidad instalada para que la orga



diano plazo con cada proyecto para su maduración y ingresos.



En la matriz integral de gestión, las áreas de acción suman un total de 90 puntos y las variables de tiempo y alcance 10 puntos, dando un total de 100 puntos de ponderación. De acuerdo con la agenda social, cada año, revisamos y actualizamos los 90 puntos de las áreas de acción, distribuyéndolos entre estas sin que, finalmente, ninguna obtenga el mismo puntaje. Una vez actualizada la ponderación, se analiza cada uno de los proyectos y organizaciones sociales con las cuales se trabajó según las áreas de acción definidas, y las variables tiempo y alcance con sus correspondientes puntajes. De esta manera, se puede establecer la forma más eficiente para que la inversión social contribuya a alcanzar los objetivos anuales.

La matriz se sustenta, a su vez, en la Política de Responsabilidad Social, en la que se formaliza la manera en la que se gestiona la inversión en la comunidad, trascendiendo a las personas que hoy llevan adelante esta tarea.

Durante 2019, los proyectos acompañados económicamente se distribuyeron de forma tal que el 49% estuvo representado por programas sociales estratégicos con diversas ONG y el 41% por iniciativas solidarias presentadas por colaboradores. El 10% restante fue contemplado como fondo disponible para futuras acciones hacia la comunidad.

Las organizaciones de la sociedad civil, con las que el Banco se vincula, expresaron la necesidad de llevar a cabo proyectos de corto plazo, poniendo el foco en la calidad de los resultados y no en el impacto a gran escala.

NUESTRO COMPROMISO ES ESTAR ATENTOS A LAS NECESIDADES DE LA SOCIEDAD Y ACERCAR POSIBILIDADES PARA EL DESARROLLO DE UNA CIUDADANÍA PLENA.

Distribución de Programas Sociales	2019	2018
Programas Sociales con ONG	49%	65%
Iniciativas Solidarias de Colaboradores del Banco	41%	21%

Fondos Disponibles	10%	14%
--------------------	-----	-----

5.3.1 GESTIÓN MUNICIPAL DEL SUELO URBANO

Tras haber elaborado el “Índice de generación y consolidación de suelo urbano”, las organizaciones de la sociedad civil TECHO y RIL (Red de Innovación Local) diseñaron la muestra de 100 municipios que deberán responder la autoevaluación. Esta indaga sobre las siguientes dimensiones: visión de ciudad, estrategias, instrumentos e información, con la finalidad de generar y visibilizar datos relevantes sobre la gestión municipal para desarrollar ciudades sustentables e integradas.

Este proyecto –ideado por el Banco– colabora con el fortalecimiento institucional de nuestra Organización, honrando su histórica misión social y empoderando a las comunidades locales en la gestión integral del suelo urbano.

Para diciembre de 2019, 72 municipios respondieron el relevamiento al 100% y la dimensión “instrumentos” fue la que arrojó menor puntaje en comparación con las otras. En líneas generales, la mitad de los municipios declara disponer del catastro digitalizado; un cuarto de los municipios cuenta con un programa de lotes con servicios; casi el 70% cuenta con alguna normativa que reglamenta el uso y la subdivisión del suelo; solo 39 municipios cuentan con un plan urbano actualizado en los últimos 10 años.

Durante 2020 se espera verificar en territorio las respuestas relevadas de una muestra representativa de Municipios, para identificar aquellos que presenten oportunidades de mejora en su gestión y los que cuenten con buenas prácticas ya implementadas en esta materia.

Este proyecto impulsa a participar al Banco activamente en procesos que permiten el desarrollo urbano con mayor integración social y equidad, mayor sostenibilidad ambiental y transparencia en la gestión municipal, con el objetivo de colaborar en la implementación de políticas públicas superadoras.

5.3.2 VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Durante diciembre, voluntarios y voluntarias de Casa Central del Banco visitaron el proyecto Suelo Firme de la ONG Vivienda Digna y pintaron dos casas del predio. Este tipo de acciones fortalece el relacionamiento con la cadena de valor y colabora con el sostenimiento del espíritu solidario dentro de la Organización.

El voluntariado corporativo es un verdadero pilar para la cultura organizacional. Esta acción solidaria es un ejemplo de cómo el empoderamiento de la nómina de colaboradores genera un impacto positivo dentro y fuera del Banco.



5.3.3 PROGRAMA UNIDOS PARA DAR

A TRAVÉS DEL PROGRAMA UNIDOS PARA DAR, ACOMPAÑAMOS LAS INICIATIVAS SOLIDARIAS DE NUESTRO CAPITAL HUMANO.

Este programa reúne a toda la nómina de colaboradores de Casa Central y de 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.

El enorme potencial de este programa empodera a la nómina y promueve la capilaridad del compromiso institucional en todo el país, alcanzando localidades alejadas de las ciudades capitales y articulando acciones solidarias con organizaciones de base territorial.

A través de este programa, procuramos 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. En Pascuas y en Navidad, distribuimos alimentos no perecederos y, antes del comienzo del invierno, brindamos abrigo y alimento.

Asimismo, colaboramos con entidades que trabajan para garantizar condiciones de alimentación, salud y habitacionales dignas a niños, niñas, jóvenes, personas ancianas y grupos familiares. Esta interacción potencia el área "Asistencia Directa" y le otorga coherencia al Programa Unidos para Dar.

Durante 2019, la edición Navidad contó con la participación de todas las sucursales del país. En sus 4 ediciones, el Programa Unidos para Dar representó una inversión total anual de 7.3 millones de pesos.

Unidos para Dar	2019	2018
Inicio de clases		
<i>Sucursales participantes</i>	58	53
<i>Organizaciones beneficiadas</i>	179	150
<i>Beneficiarios</i>	4.200	6.500

Pascuas		
<i>Sucursales participantes</i>	48	48
<i>Organizaciones beneficiadas</i>	149	127
<i>Beneficiarios</i>	68.160	68.000
Invierno		
<i>Sucursales participantes</i>	48	49
<i>Organizaciones beneficiadas</i>	146	116
<i>Beneficiarios</i>	17.972	57.360
Navidad		
<i>Sucursales participantes</i>	62	57
<i>Organizaciones beneficiadas</i>	132	140
<i>Beneficiarios</i>	78.240	74.760



Inicio de Clases - Vientos Limpios - Barracas
 Navidad - Grupo Scout San Ignacio de Loyola - Buenos Aires
 Pascuas - Escuela Especial N° 1, Clotilde de Fernández Ramos - Misiones

Durante el año, el equipo de voluntarios ascendió a 276 colaboradores activos, de los cuales 43 presentaron sus iniciativas solidarias para que el Banco acompañe económicamente a las ONG que apadrinan. Los 233 restantes, es decir, el 84% del voluntariado, solamente participa en el programa. El rol estratégico de este programa colabora con el fortalecimiento del carácter federal del Banco y permite que, con una baja inversión económica (12% del presupuesto anual), se genere un alto impacto en el relacionamiento con diferentes organizaciones sociales.

5.3.4 LEY DE MECENAZGO

En octubre se reglamentó la Ley de Participación Cultural 6.026, que reemplazó la anterior Ley de Mecenazgo. A través de esta implementación, el Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires convoca a las empresas a ocupar un rol más activo como promotores de la cultura.

Tras 8 años de acompañamiento sostenido a diversas iniciativas de preservación del patrimonio cultural y de difusión de proyectos de nuevas generaciones de artistas, el Banco fue distinguido en un encuentro celebrado el 16 de octubre en el Museo Fernández Blanco. Durante.

En 2019, destinamos más de 28 millones de pesos sobre 86 proyectos. El presente cuadro detalla cómo se distribuyeron dichos trabajos por disciplina artística. Por decisión del Comité de Asuntos Sociales, a partir de la reglamentación de la nueva Ley, el Banco asumirá la figura de patrocinador, reafirmando, así, su compromiso institucional con el patrimonio cultural.

	2019	2018
Artes visuales	29%	24%
Música	18%	9%
Radio, TV, Internet	17%	23%
Teatro	14%	12%
Literatura	7%	6%
Patrimonio cultural	7%	12%
Diseño	4%	7%
Circos, murgas, mímicas y afines	2%	5%
Danza	2%	3%

5.3.5 LA NOCHE DE LOS MUSEOS

Por cuarto año consecutivo, el sábado 2 de noviembre, el Banco volvió a abrir las puertas de su emblemática Casa Matriz en la “Noche de los Museos”, organizada por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En esta edición, fueron más de 6.000 personas las que recorrieron nuestras instalaciones.

La primera etapa del recorrido estuvo dedicada a presentar la historia de la entidad. Los y las visitantes pudieron contemplar una muestra fotográfica, objetos históricos representativos de las distintas etapas del Banco y una exposición de medallas conmemorativas. En la segunda etapa, se expusieron planos originales, fotografías y una maqueta perteneciente a la Fundación Testa. También, se brindaron charlas técnicas y se proyectaron audiovisuales alusivos a la imponente obra del arquitecto Clorindo Testa.

El armado integral del evento estuvo a cargo del área de Prensa del Banco y contó con la participación de las áreas de soporte técnico, mantenimiento, publicidad, compras, dictámenes y contratos, arquitectura y diseño, infraestructura y administración de activos, desarrollo organizacional y seguridad.





5.3.6 PROGRAMA DE ADHESIÓN DE CLIENTES A DÉBITO AUTOMÁTICO EN TARJETAS DE CRÉDITO

Con el fin de fortalecer su rol como actor social, el Banco brinda a sus clientes la posibilidad de colaborar con diferentes ONG, mediante donaciones por débito automático, mensuales o por única vez. El Programa de Adhesión de Clientes a Débito Automático en Tarjetas de Crédito comenzó a desarrollarse a mediados de 2013 con la ONG TECHO; un año más tarde, se incorporó Cáritas y, actualmente, estamos en proceso de sumar una tercera ONG.

Específicamente, el Banco actúa como el promotor de esta herramienta de gestión sustentable, brindando su amplio *expertise* comercial y poniendo a disposición del programa a colaboradores de diferentes áreas estratégicas. En contacto directo con las ONG, desde la Gerencia de *Telemarketing*, se capacita a un grupo de operadores, encargados de contactar a clientes del Banco para invitarlos a ser donantes, mensuales o por única vez, de una de las tres organizaciones sociales que integran el programa. Es menester destacar que este representa una oportunidad para generar nuevas fuentes de trabajo y para difundir las necesidades sociales más trascendentes en el país.

CONCEPTO	TECHO		CARITAS	
	2019	2018	2019	2018
Operadores	4	6	4	4
Tiempo refinanciación	9,61 meses	8,18 meses	10 meses	6,62 meses
#Prom. adhesiones mensuales	9.285	11.117	1.490	1.636
Stocks donantes activos	118	223	10.669	12.434
\$ promedio mensual	\$239,33	\$185	\$225	\$210
Resultado acumulado	\$54.505.724	\$33.515.881	\$16.545.517	\$16.701.586

5.3.7 INCLUSIÓN FINANCIERA

El vínculo con Pro Mujer comenzó en 2006, cuando el Banco le donó U\$D 250.000 para cooperar económicamente con el desarrollo y la expansión de las operaciones de la Fundación, aplicadas a la asistencia técnica y a la capacidad institucional. Asimismo, le otorgó un financiamiento reembolsable por la suma de U\$D 500.000 para la entrega de microcréditos, capacitación en microemprendimientos y servicios básicos de salud, con el fin de acompañar a las primeras 1.000 mujeres y a sus familias.

BANCO HIPOTECARIO FUE ELEGIDO POR LA FUNDACIÓN PRO MUJER PARA EL PROCESO DE BANCARIZACIÓN DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS DE LA FUNDACIÓN.

En 2018, reforzamos este vínculo colaborando activamente con la inclusión financiera y la formalidad económica de este grupo de mujeres. A partir del acuerdo con la Fundación Pro Mujer Argentina, mujeres emprendedoras del país –que integran la Organización– iniciaron un proceso de bancarización, a partir del cual cuentan con una caja de ahorro y una tarjeta de débito.

1.296 MUJERES EMPRENDEDORAS DEL NORTE DE NUESTRO PAÍS HAN SIDO BANCARIZADAS.

6 ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI
Contenido GRI 102-55

Estándar GRI	Contenido	Página o referencia	ODS
GRI 102- CONTENIDOS GENERALES (2016)			
1. Perfil de la Organización			
102-1	Nombre de la organización	X	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	X	
102-3	Ubicación de la sede	X	
102-4	Ubicación de las operaciones	X	
102-5	Propiedad y forma jurídica	X	
102-6	Mercados servidos	X	
102-7	Tamaño de la organización	X	
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	X	8, 10
102-9	Cadena de suministro	X	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	X	
102-11	Principio o enfoque de precaución	x	
102-12	Iniciativas externas	X	
102-13	Afiliación a asociaciones	X	
2. Estrategia			
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	X	
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	X	
3. Ética e Integridad			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	X	16
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	X	16
4. Gobernanza			
102-18	Estructura de gobernanza	X	
102-19	Delegación de autoridad	X	
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	X	

102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	X	16
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	x	5, 16
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	X	16
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	X	5, 16
102-25	Conflictos de intereses	X	16
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	X	
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	X	
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	X	
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	x	16
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	X	
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	X	
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	X	
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	X	
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	x	
102-35	Políticas de remuneración	X	
102-36	Proceso para determinar la remuneración	X	
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	X	16
102-38	Ratio de compensación total anual		
102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual		
5. Participación de los Grupos de Interés			

102-40	Lista de grupos de interés	X	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	X	8
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	X	
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	X	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	X	
6. Prácticas para la Elaboración de Informes			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	X	
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	X	
102-47	Lista de temas materiales	X	
102-48	Reexpresión de la información	X	
102-49	Cambios en la elaboración de informes	X	
102-50	Periodo objeto del informe	X	
102-51	Fecha del último informe	X	
102-52	Ciclo de elaboración de informes	X	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	X	
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	X	
102-55	Índice de contenidos GRI	X	
102-56	Verificación externa	X	
GRI 200- ESTÁNDARES ECONÓMICOS			
DESEMPEÑO ECONOMICO			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 201- DESEMPEÑO ECONOMICO CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	X	8, 9
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	X	
PRESENCIA EN EL MERCADO			

GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 202- PRESENCIA EN EL MERCADO CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local		
ANTICORRUPCION			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 205 ANTICORRUPCION CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	X	16
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	X	16
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	X	16
GRI 300- ESTÁNDARES AMBIENTALES			
AGUA Y EFLUENTES			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 303- AGUA Y EFLUENTES ENFOQUE DE GESTION (2018)			
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	X	6, 12
303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	X	6
GRI 303- AGUA Y EFLUENTES CONTENIDOS TEMATICOS (2018)			
303-5	Consumo de agua	X	6
EFLUENTES Y RESIDUOS			

GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 306- EFLUENTES Y RESIDUOS CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	X	3, 6, 12
GRI 400- ESTANDÁRES SOCIALES			
EMPLEO			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 401- EMPLEO CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	X	5, 8, 10
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	X	3, 5, 8
401-3	Permiso parental	X	5, 8
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
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	X	8
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	X	8
403-3	Servicios de salud en el trabajo	X	8
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y	X	8, 16

	comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	X	8
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	X	3
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	X	8
GRI 403- SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO CONTENIDOS TEMATICOS (2018)			
403-9	Lesiones por accidente laboral	X	3, 8, 16
FORMACION Y EDUCACION			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 404- FORMACION Y EDUCACION CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	X	4 - 5 - 8 - 10
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	X	8
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	X	5, 8, 10
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 405- DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	X	5, 8
NO DISCRIMINACION			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 406- NO DISCRIMINACION CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	X	5, 8
EVALUACION DE LOS DERECHOS HUMANOS			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 412- EVALUACION DE LOS DERECHOS HUMANOS CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	X	
COMUNIDADES LOCALES			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 413- COMUNIDADES LOCALES CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	X	
PRIVACIDAD DE CLIENTES			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	x	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	x	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	x	
GRI 418- PRIVACIDAD DE CLIENTES CONTENIDOS TEMATICOS (2016)			
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad	x	16

	del cliente y pérdida de datos del cliente		
Experiencia del cliente (relacionamiento y satisfacción)			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	x	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	x	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	x	
Indicador Propio	Satisfacción sobre atención general del Banco	x	
Indicador Propio	NPS General del Banco	x	
MICROCRÉDITOS – ACCESO A LA VIVIENDA			
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	X	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	X	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	X	
Indicador Propio	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión y el sector de actividad.	X	

Coordinación y contenidos

Gerencia de Asuntos Sociales

Contacto
KMGUTIERREZ@hipotecario.com.ar
Asesores externos

AG Sustentable

www.agsustentable.com

Diseño

Micó & Asoc.